Centralny Program Badań
Podstawowych 08.06

Grupa Tematyczna V
"Turystyka w rozwoju społeczno gospodarczym kraju. Doskonalenie funkcjonowania gospodarki turystycznej"

Koordynator: doc.dr hab.
GRZEGORZ GOŁEMBSKI

Autor: dr JERZY SZCZYGIELSKI
Katedra Obrotu Towarowego UŁ

Temat: V. - 2.4

RYNEK KWATER PRYWATNYCH W POLSCE

Łódź - Poznań 1988 r.

SPIS TREŚCI

strona

WSTĘP 4

1. Wprowadzenie

2. Tezy, założenia badawcze.

3. Źródła badań.

4. Pojęcie prywatnej kwatery.

5. Zakres treści.

Rozdział I.

ROLA WYPOCZYNKU W PRYWATNYCH KWATERACH TURYSTYCZNYCH, JAKO KONSEKWENCJA ZMIENIAJĄCYCH SIĘ WARUNKÓW ŻYCIA 17

1. Wypoczynek pobytowy w problematyce potrzeb.

2. Wypoczynek pobytowy w hierarchii potrzeb.

3. Przyczyny rozwijania usług wypoczynkowych w prywatnych kwaterach turystycznych.

4. Korzyści płynące z rozwijania wypoczynku w oparciu o prywatne kwatery turystyczne.

Rozdział II.

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA I REGIONALNE ZRÓŻNICOWANIE WYPOCZYWAJĄCYCH TURYSTÓW 42

1. Ogólne założenia segmentacji rynku i możliwość jej stosowania przez przedsiębiorstwo turystyczne.

2. Charakterystyka wypoczywających turystów w prywatnych kwaterach.

   a. Kryteria demograficzno-społeczne.
   b. Kryteria ekonomiczne.
   c. Kryteria specyficznie turystyczne.

3. Przykłady zróżnicowania regionalnego turystów i jego konsekwencje dla przedsiębiorstw turystycznych.

Rozdział III.

PRODUKT TURYSTYCZNY W POSTACI PRYWATNEJ KWATERY I JEGO DOSTOSOWANIE DO POTRZEB TURYSTÓW 67

1. Ujęcie produktu turystycznego.
2. Walory turystyczne jako element produktu w postaci prywatnej kwatery.
3. Usługi turystyczne jako elementy produktu w postaci prywatnej kwatery.
   a. Warunki mieszkaniowe.
   b. Usługi gastronomiczne.
   c. Pozostałe usługi.

Rozdział IV.

KIERUNKI USPRAWNIEŃ NA RYNKU PRYWATNYCH KWATER TURYSTYCZNYCH 125

1. Ewolucja systemu zarządzania prywatnymi kwaterami i jej rynkowe konsekwencje.
2. Ocena systemu zarządzania prywatnymi kwaterami.
   a. Punkt widzenia służb socjalnych zakładów pracy i jego konsekwencje.
   b. Punkt widzenia turystów.
   c. Punkt widzenia gospodarzy wynajmujących kwatery.
   d. Przedsiębiorstwo turystyczne jako organizator wypoczynku w prywatnych kwaterach.
3. Możliwości wzrostu efektywności na rynku prywatnych kwater.

WNIOSKI KOŃCOWE 173

Załączniki

Bibliografia.
Spis aktów prawnych.
Spis tablic.
Spis rysunków.

W S T Ę P

1. Wprowadzenie

Rozwój nurtu wypoczynkowego w krajowej turystyce, po gwałtownym jego załamaniu na początku lat 80-tych, ponownie jest widoczny. Już w 1983 roku miało miejsce zahamowanie regresu udziału turystów w dorocznym długim wypoczynku i od tego roku obserwujemy niewielki, lecz systematyczny ich przyrost. Wynika to z wielu powodów. Wykształcone społeczeństwo, które przekroczyło określony pułap dochodów, coraz pełniej uświadamia sobie konieczność dorocznego wypoczynku. Jest to konsekwencją wzrastającej uciążliwości życia w wielkich miastach, zwłaszcza aglomeracjach i konurbacjach miejskich, które bardzo szybko zmieniają swoją fizjonomię i warunki życia, w kierunku niesprzyjającym utrzymaniu zdrowia, kondycji fizycznej i psychicznej swoich mieszkańców. Stąd dorocznego wypoczynku mieszkańców wielkich miast nie można już rozpatrywać w kategoriach przyjemności czy satysfakcji lecz jako konieczną potrzebę biologiczną.

Rozwój krajowego ruchu turystycznego w nurcie wypoczynkowym będzie wzrastał również w konsekwencji drastycznych ograniczeń wyjazdów zagranicznych Polaków, zwłaszcza tych masowych do krajów socjalistycznych. Wzmożony popyt na usługi rekreacyjne znacznej części tej grupy turystów odczuje rynek krajowy.

Popyt na różne formy dorocznego wypoczynku, jako najmniej elastycznego na wzrost cen czy spadek dochodów, będzie się nasilał i imponujące prognozy uczestnictwa w tym ruchu z lat 70-tych wydają się nadal realne, lecz znacznie odłożone w czasie. Równocześnie w obecnych warunkach ekonomicznych kraju istnieją nikłe możliwości rozwoju uspołecznionej bazy turystycznej.

Wynika to z ograniczonych możliwości inwestycyjnych i budowlanych uspołecznionych przedsiębiorstw.

W świetle tych stwierdzeń można widzieć dwie drogi rozwiązania problemu. Albo wzrostem cen, formalnymi trudnościami i niedorozwojem szeroko pojętych usług turystycznych i paraturystycznych hamować rozwój ruchu turystycznego, co jest wyraźnie widoczne od 1976 roku,albo go rozwijać. Przy przyjęciu tej drugiej alternatywy rozwijanie wypoczynku w oparciu o prywatne kwatery turystyczne, jako bezinwestycyjny z punktu widzenia przedsiębiorstw uspołecznionych rodzaj bazy wypoczynkowej, trzeba obecnie i w bliskiej przyszłości traktować jako pilną potrzebę i praktycznie jedyną możliwość rozwoju masowego wypoczynku urlopowego.

Rozwój wypoczynku w oparciu o prywatne kwatery ma wiele zalet. Stanowi źródło dochodów dla miejscowej ludności oraz budżetów jednostek terenowych, przez co stwarzają się możliwości większej aktywizacji społeczno-gospodarczej regionów. Jest doskonałym miejscem wypoczynku dla określonych segmentów ruchu turystycznego. Może być szansą i ważnym ogniwem deglomeracji ruchu turystycznego na mało popularne turystycznie tereny. Wreszcie powinien to być wypoczynek relatywnie tani, co obecnie może być ważnym motywem jego rozwoju.

Biorąc pod uwagę powyższe zalety i wcześniej zasygnalizowane uwarunkowania, rozwoju wypoczynku w prywatnych kwaterach nie należy widzieć wyłącznie w aspekcie konieczności,z uwagi na utrudniony rozwój innych form obsługi ruchu turystycznego, lecz również z punktu widzenia zalet tego wypoczynku oraz potrzeby rozszerzenia form obsługi wypoczynku urlopowego i ich dostosowania do zróżnicowanych preferencji różnych segmentów turystów.

2. Tezy, założenia i cele badawcze.

Dotychczasowy rozwój usług rekreacyjnych w oparciu o prywatne kwatery turystyczne jest wysoce niezadowalający. Oferta wypoczynku nie jest na ogół zgodna z oczekiwaniami turystów. Dotyczy to poszczególnych elementów produktu, takich jak usług żywieniowych, rekreacyjnych, kulturalno-rozrywkowych, jakości produktu w relacji do jego ceny itd. W konsekwencji cały produkt w postaci wypoczynku turystów w prywatnych kwaterach jest oceniany nisko.

Zakładamy więc, że wypoczynek w prywatnych kwaterach turystycznych tylko wtedy będzie dobrze spełniał swoje funkcje, kiedy będzie:

- atrakcyjny przyrodniczo,
- właściwie wyposażony w infrastrukturę społeczno-gospodarczą, w tym szczególnie rekreacyjną,
- wypoczynek w nich będzie dobrze zorganizowany.

Brak któregokolwiek z tych elementów lub jego złe funkcjonowanie, bardzo niekorzystnie wpływa na poziom całego oferowanego produktu. Wynika to z komplekswości potrzeby turystycznej.

Kreacja przestrzenna wypoczynku w prywatnych kwaterach, z punktu widzenia mikro i makroekonomicznego jest wysoce nieroz-sądna. Wynika to z jednej strony z przekroczenia pojemności turystycznej w wielu miejscowościach i regionach, a z drugiej z potrzeb aktywizacji społeczno-gospodarczej innych regionów kraju. Procesy te zachodzą żywiołowo, nie są zupełnie kontrolowane i trudno mówić o jakiejkolwiek przestrzennej kreacji tego produktu. Istnieje więc pilna potrzeba zahamowania rozwoju rynku prywatnych kwater na terenach o przekroczonej pojemności turystycznej i stymulacji ruchu turystycznego na mało rozwinięte gospodarczo, a atrakcyjne przyrodniczo tereny. Można to osiągnąć zarówno w skali regionu jak również ogólnokrajowej.

Organizacja i zarządzanie wypoczynkiem w prywatnych kwaterach turystycznych jest poważnym hamulcem rozwoju tych usług, w społecznie uzasadnionym kierunku. Nie wprowadza na szeroką skalę zasady konkurencji między przedsiębiorstwami, powoduje zawyżanie cen oraz małą dbałość o poziom wypoczynku. Nie skłania również do dostosowania oferowanego produktu do zróżnicowanych segmentów turystów. Radykalnej poprawy zasad działania tego rynku nie można dokonać wyłącznie w sferze turystyki. Muszą to być zmiany systemowe w zasadach finansowania i dystrybucji świadczeń socjalnych w zakładach pracy.

Masowy wypoczynek w dotychczasowej formie wynajmowania prywatnych kwater, będzie także atrakcyjny w przyszłości dla pewnych segmentów rynku, lecz w mniejszej skali. Jego znaczny rozwój w Polsce, moim zdaniem, wynika przede wszystkim z małej podaży miejsc wczasowych w obiektach uspołecznionych /domach wczasowych, sanatoriach/ i często ich niskiej atrakcyjności. Zainteresowanie tą formą wypoczynku jest więc konsekwencją konieczności zaspokojenia popytu i dotyczy społeczeństwa relatywnie biednego. W dalekiej przyszłości zastąpi go w znacznej mierze zorganizowany wypoczynek w obiektach uspołecznionych, w prywatnych pensjonatach, własnych domach letniskowych oraz wyjazdy zagraniczne. Udział różnych form masowego wypoczynku będzie zależał od właściwości terenu, polityki władz centralnych i terenowych, przy czym tempo rozwoju różnorodnych form wypoczynku będzie zależało od intensywności rozwoju gospodarczego kraju i wzrostu materialnego poziomu życia polskiego społeczeństwa.

W konsekwencji tych założeń wynika główny cel pracy oraz cele pomocnicze. Jest nim analiza rynku turystycznych kwater prywatnych w Polsce, ze wskazaniem możliwości i kierunków poprawy, czyli wzrostu jego efektywności ekonomicznej i społecznej.

Tę efektywność można oceniać z wielu punktów widzenia, tj. indywidualnego turysty, właściciela kwatery, przedsiębiorstwa turystycznego organizującego wypoczynek, służb mocjalnych zakładów pracy czy też regionu turystycznego, a także ogólnospołecznego. W tej pracy najważniejsze są korzyści osiągane przez bezpośredniego użytkownika prywatnej kwatery, czyli turystę oraz ogólnospołeczny punkt widzenia.

Szczególny nacisk w tej pracy położono na analizę podaży, zarówno pod względem ilościowym jak i jakościowym. Na podstawie różnorodnych materiałów /pośrednich i bezpośrednich/ oszacowane potencjalne możliwości podaży prywatnych kwater turystycznych, znaleziono przyczyny regresu tego rynku oraz stymulatory, które mogą go zdynamizować. Przyczyn ograniczonego rozwoju wypoczynku w oparciu o prywatne kwatery należy szukać w jakości oferowanego produktu w relacji do poziomu cen oraz w systemie promocji,lecz przede wszystkim w uwarunkowaniach zewnętrznych, w znacznej części pozaturystycznych.

W ramach przedstawionego głównego celu pracy można wyróżnić kilka celów szczegółowych, a mianowicie:

- określanie znaczenia wypoczynku w hierarchii różnorodnych potrzeb ludności, ze szczególnym uwzględnieniem dorocznego wypoczynku urlopowego,
- ukazanie znaczenia wypoczynku pobytowego w oparciu o prywatne kwatery, dla różnych podmiotów rynku, z uwzględnieniem trudnej sytuacji gospodarczej kraju i polskiej rodziny,
- poznanie wypoczywających turystów, dokonanie ich charakterystyki z uwzględnieniem ogólnych preferencji w dziedzinie wypoczynku, w celu wyodrębnienia podsegmentów tego rynku,

- określenie produktu turystycznego oferowanego na tym rynku i jego ocena z różnych punktów widzenia, szczególnie jego dostosowania do preferencji wypoczywających turystów,
- określenie stanu rynku kwater prywatnych w dziedzinie podaży, popytu i cen, w ujęciu regionalnym oraz zachodzących zmian w tych elementach rynku,
- prześledzenie ewolucji zarządzania rynkiem prywatnych kwater turystycznych i zaproponowanie rozwiązań usprawniających jego funkcjonowanie, wraz z uwarunkowaniami proponowanych rozwiązań.

3. Źródła badań.

Aktualnie prowadzona w Polsce sprawozdawczość statystyczna w dziedzinie prywatnych kwater turystycznych jest bardzo skromna i ogranicza się do podania ich ilości w ujęciu wojewódzkim. Są to dane bardzo zaniżone z uwagi na znaczne ilości kwater, które są wynajmowane poza wszelką ewidencją. Wszystkie więc podstawowe materiały do tej pracy zostały zebrane bezpośrednio, w drodze różnorodnych wywiadów terenowych. Pozwoliły one na szacunkowe określenie rzeczywistej ilości prywatnych kwater turystycznych. Przede wszystkim jednak uzyskano w nich wiele różnorodnych materiałów o charakterze jakościowym, niemożliwych do uzyskania przy badaniach pośrednich.

Główną podstawę materiałową pracy są bezpośrednie wywiady terenowe przeprowadzone wśród:

- wypoczywających turystów,
- wynajmujących kwatery.

Ankieta skierowana do wypoczywających turystów miała na celu ocenę poziomu oferowanego produktu turystycznego, tj. kwatery, jej otoczenia, usług żywieniowych, innych usług turystycznych i paraturystycznych, uzyskania opinii dotyczących zgodności elementów produktu z preferencjami wypoczywających, poziomu cen i kosztów wypoczynku, ocenę poziomu organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach itd. Metryczka ankietowanego pozwoliła na powiązanie tych różnorodnych odpowiedzi i ocen z różnymi segmentami turystów.

Drugą ankietę skierowano do gospodarzy oferujących kwatery. Dostarczyła ona wiadomości o warunkach wypoczynku stworzonych przez gospodarzy oraz o powiązaniach z przedsiębiorstwami pośredniczącymi w wynajmowaniu kwater, ze szczególnym uwzględnieniem różnorodnych opinii o tej współpracy.

Wybór miejscowości do badań w formie wywiadu terenowego był celowy. Pierwszym kryterium wyboru było zróżnicowanie atrakcyjności środowiska naturalnego, w celu wybrania do badań miejscowości leżących w zróżnicowanych typach krajobrazu. Wybrano do badań pas nizin nadmorskich, pas pojezierzy, krainę wielkich dolin i pas gór.[1] W ramach tych makrojednostek geograficznych wybrano mniejsze regiony. Podstawą ich wyboru był najwyższy udział prywatnych kwater turystycznych /w analogii do województw/. Wybrano więc: Pobrzeże Zachodnie /woj. szczecińskie/, Pobrzeże Środkowe /woj. słupskie/, Pobrzeże Wschodnie /woj. gdańskie/, Pojezierze Mazursko-Suwalskie /woj. olsztyńskie i suwalskie/, Beskid Śląski i Żywiecki /woj. bielskie/, Podhale i Beskid Sądecki /woj. nowosądeckie/ oraz miejscowości uzdrowiskowe w środkowej części kraju.[2] W tych regionach geograficznych badania

---

[1] J.Kostrowiski: Środowisko geograficzne Polski, PWN, Warszawa, 1968 r. s.173-210.

[2] A.Dylikowa: Geografia Polski - Krainy geograficzne, PZWS, Warszawa 1973 r. s.42, 56, 352, 621, 712.

przeprowadzono w wybranych miejscowościach o dużej liczbie wynajmowanych kwater turystycznych i znacznych tradycjach w tej dziedzinie, a mianowicie: w Międzyzdrojach, Ustce, Łebie, Sopocie, Giżycku, Augustowie, Szczyrku, Zakopanem, Krynicy, Ciechocinku Zdroju i Busku Zdroju. Oba badania przeprowadzili w formie bezpośrednich wywiadów specjalnie przeszkoleni studenci Katedry Obrotu Towarowego, Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego w sierpniu 1986 i 1987 roku.

Przy wyborze respondentów - właścicieli kwater, starano się zachować proporcje zgodne z ich przynależnością do różnych przedsiębiorstw pośredniczących na tym rynku, jednocześnie uwzględniając położenie domów w różnych częściach miasta. Wybór turystów do badań był mieszany. Około 75% wywiadów przeprowadzono z turystami w wylosowanych domach kwaterodawców. Natmiast około 25% wywiadów miało charakter zupełnie przypadkowy. Przeprowadzono je przeważnie przy okazji spożywania posiłków, na plażach, w miejscach spacerów itd. Starano się uchwycić w ten sposób zwłaszcza turystów, którzy nie wypoczywali w formie typowych zakładowych wczasów, lecz zorganizowali pobyt we własnym zakresie, niekoniecznie za pośrednictwem przedsiębiorstwa turystycznego.

W każdym wybranym mieście przeprowadzono od 37 do 72 wywiadów wśród wynajmujących kwatery./oraz 90-159 wywiadów wśród turystów mieszkających w tych kwaterach. W sumie więc uzyskano 549 poprawnie przeprowadzonych ankiet wśród gospodarzy i 1405 ankiet wśród turystów. Tak poważny sondaż dotyczący oferty produktu w postaci prywatnych kwater turystycznych oraz różnorodnych opinii o tym produkcie, upoważnia do uogólnienia wyników badań w skali krajowej.

Tablica 1

Liczba wykonanych wywiadów

Miasto	gospodarze	turyści
Krynica	53	102
Szczyrk	49	112
Zakopane	54	153
Łeba	44	159
Międzyzdroje	37	127
Sopot	58	117
Ustka	45	110
Augustów	42	148
Giżycko	72	135
Busko-Zdrój	46	90
Ciechocinek Zdrój	49	152
R a z e m :	549	1.4o5

Drugim zasadniczym źródłem danych do tej pracy były wywiady głębinowe, przeprowadzone w 37 różnej wielkości przedsiębiorstwach turystycznych i ich filiach, pośredniczących prywatnymi kwaterami turystycznymi w 1986 r. i 1987 roku i w 65 przedsiębiorstwach i ich filiach w 1988 roku. Przeprowadzono je w Szczecinie, Świnoujściu, Międzyzdrojach, Pobierowie, Kołobrzegu, Koszalinie, Słupsku, Władysławowie, Krynicy Morskiej, Gdyni, Sopocie, Elblągu, Olsztynie, Giżycku, Olecku, Mrągowie, Suwałkach, Bydgoszczy, Ciechocinku, Kielcach, Busku, Wiśle, Szczyrku, Żywcu, Ustroniu, Nowym Targu, Nowym Sączu, Zakopanem, Krościenku, Szczawnicy, Krynicy. Wybór przedsiębiorstw turystycznych do badań był konsekwencją poprzednich wywiadów ankietowych wśród wynajmujących kwatery i turystów mieszkających w takich kwaterach.

Chodziło o konfrontację materiałów zebranych w badanych regionach z dwóch różnych źródeł. Wybór regionów do badań jednocześnie pokrywał się z województwami o najwyższej ilości miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach turystycznych.

Kwestionariusz tego wywiadu miał za zadanie uzyskanie wyczerpujących informacji na temat ekonomicznych aspektów rynku prywatnych kwater turystycznych, a w szczególności przestrzennego zasięgu działania przedsiębiorstwa w tej dziedzinie, ilości wynajmowanych miejsc noclegowych, popytu na nie w różnym miejscu i czasie, cen na różne elementy prywatnych kwater, roli prywatnych kwater w działalności przedsiębiorstwa, opinii o konkurencji rynkowej, formach promocji tego produktu, oceny organizacji i zarządzania tym rynkiem itp. Starano się uchwycić różnorodne struktury tego rynku oraz dynamikę zmian na nim zachodzących.

Dane uzyskane z wywiadów głębinowych oraz różnorodne opinie o tym rynku, uzyskane przeważnie od dyrektorów przedsiębiorstw turystycznych lub kierowników oddziałów terenowych, przy współudziale kompetentnych urzędników, stanowią materiał wzajemnie się uzupełniający z poprzednio charakteryzowanymi wywiadami wśród wynajmujących kwatery i turystów korzystających z tych kwater.

Wywiady głębinowe zostały wykorzystane w różnych częściach tej pracy, a szczególnie w rozdziale dotyczącym organizacji i zarządzania tym rynkiem oraz w postulowanych drogach jego poprawy. Część wywiadu głębinowego wykorzystano do przedstawienia dynamiki zjawisk zachodzących na tym rynku za pomocą testu koniunktury przedsiębiorstw turystycznych w 1986 i 1987 i 1988 roku, w relacji do lat poprzednich oraz następnych. Zebranie danych do testu koniunktury w ramach bezpośrednich wywiadów pozwoliło na znacznie szerszą jego interpretację w oparciu o liczby bezwzględne, wartości procentowe i przykłady.

Pon~adto w tej pracy wykorzystane zostały różnorpdne rozmowy przeprowadzone w urzędach miejskich, placówkach gastronomicznych i innych usługowych, dane urzędów statystycznych, publikacje naukowe i prasowe.

4. Pojęcie prywatnej kwatery.

Pojęcie "pyywatnej kwatery" jest dość skomplikowane. Zarówno w wojewódzkich agendach GUS-u, jak również w departamencie turystyki GUS w Warszawie nie udzielono mi w tej kwestii przekonywującego wyjaśnienia.

W jednolitej klasyfikacji rodzajowej GUS prywatne kwatery jako pojęcie zastępcze, ujęte są w definicji "pokój gościnny", czyli umeblowanych pokoi w mieszkaniach osób fizycznych wynajmowanych do celów turystyki, za optatą określoną z góry. Są to obiekty hotelarskie tzw. "pozostałe", to znaczy takie, które nie odpowiadają warunkom przewidzianym dla hoteli, moteli, domów wycieczkowych, schronisk lub pensjonatów.

Na pojęcie pokoje gościnne składają się obiekty trwale związane z turystyką, czyli jak rozumię pokoje w prywatnych domach /mieszkaniach/ będące w gestii np. hoteli uspołecznionych lub prywatnych oraz pokoje wynajmowane turystom przez przedsiębiorstwa turystyczne, jednak bez świadczenia kompleksowych usług w postaci wczasów i pobytów sanatoryjnych.

Natomiast pokoje gościnne zwane popularnie "kwaterami prywatnymi" są to obiekty nabywane na zasadzie otwartej sprzedaży i objęte jednolitym systemem ustalania cen za takie usługi, czyli prywatne pokoje gościnne, którymi okresowo dysponują biura zakwaterowań przedsiębiorstw turystycznych /pośredniczące w wynajmowaniu tych pokoi/ oraz jednostki pełniące funkcje tych biur i przeznaczone na pobyty wczasowe i sanatoryjne.

Do kwater prywatnych nie zaliczam zgodnie z GUS-em pokoi służbowych w obiektach zakładów pracy dla osób przebywających w sprawach służbowych oraz pokoi gościnnych w mieszkaniach, w okresach spełniania funkcji hoteli pracowniczych.[1/] Odmiennie natomiast niż to czyni GUS zaliczam do prywatnych kwater pokoje gościnne wynajmowane przez właścicieli mieszkań bezpośrednio innym osobom, bez pośrednictwa biur zakwaterowań i innych jednostek organizacyjnych spełniających funkcję tych biur.

5. Zakres treści.

Praca składa się z czterech podstawowych części, wstępu i wniosków końcowych.

Pierwszy rozdział pracy akcentuje wysoką pozycję wypoczynku urlopowego w hierarchii różnorodnych potrzeb. Analizuje przyczyny rozwoju prywatnych kwater turystycznych w Polsce, zwłaszcza w trudnych warunkach gospodarczych oraz przedstawia rolę tego wypoczynku w obecnych i przyszłych warunkach gospodarczych i społecznych.

Druga część opracowania obejmuje charakterystykę wypoczywających turystów. Dokonano segmentacji tego rynku głównie w ujęciu kryterium demograficznego, chronologicznego, ekonomicznego i geograficznego. Oceniano również przydatność dokonywania segmentacji rynku prywatnych kwater turystycznych dla przedsiębiorstwa w obecnych i przyszłych warunkach otoczenia.

Trzecia część pracy obejmuje szeroką charakterystykę oferowanego turystom produktu w postaci wypoczynku w prywatnej kwaterze turystycznej.

---

1. Definicje podstawowych pojęć z zakresu turystyki, Zeszyty metodyczne GUS, Nr 30, Warszawa 1979 r., s.41-42 i 48-49.

Poddane zostały szczegółowej analizie podstawowe jego elementy składające się na produkt finalny, tj. mieszkanie wraz z jego otoczeniem, usługi żywieniowe, rekreacyjne i inne.
Dokonano również oceny tych elementów produktu przez różne segmenty turystów, w różnych regionach turystycznych.

Czwarta część opracowania dotyczy kierunków usprawnienia obsługi wypoczynku na rynku prywatnych kwater. Ukazano w nim ewolucję systemu wynajmowania kwater i wpływ dokonywanych zmian przepisów na funkcjonowanie tego rynku. Wpływ zmian przepisów na sprawność zarządzania przeanalizowano z wielu punktów widzenia, a mianowicie: służb socjalnych zakładów pracy, turystów, gospodarzy wynajmujących prywatne kwatery oraz przedsiębiorstw turystycznych pośredniczących w wynajmowaniu prywatnych kwater.

W dalszej części rozdziału dokonano analizy tego rynku na podstawie wywiadów głębinowych w przedsiębiorstwach turystycznych. Wszystkie podstawowe elementy rynku ujęto dynamicznie w testach koniunktury. Wyciągnięte z tej analizy i innych badań wnioski, posłużyły do sformułowania kierunków rozwoju rynku prywatnych kwater w Polsce.

Pracę kończą wnioski, które są krótką reasumpcją głównych wyników badań, ze szczególnym zaakcentowaniem rozwoju tego rynku.

ROZDZIAŁ I

ROLA WYPOCZYNKU W PRYWATNYCH KWATERACH TURYSTYCZNYCH JAKO KONSEKWENCJA ZMIENIAJĄCYCH SIĘ WARUNKÓW ŻYCIA

1. Wypoczynek pobytowy w problematyce potrzeb, ~~ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb turystycznych~~.

Działalność mająca na celu zaspokojenie potrzeb jest stymulatorem ludzkiej aktywności. Stąd znajomość źródeł ich powstawania i kierunków rozwoju ma ważne znaczenie nie tylko w teorii naukowej ale również jako podstawa praktycznej działalności wszelkich ośrodków decyzyjnych. Pomimo jednak istotnego znaczenia wiedzy o potrzebach, jako punktu wyjścia do oceny poziomu życia społeczeństwa w różnych jego dziedzinach, w tym także obecnej i przyszłej wielkości i struktury konsumpcji turystycznej, stan znajomości potrzeb, zwłaszcza turystycznych trzeba ocenić jako bardzo niski. B.Libicki uważa, że na podstawie dotychczasowego stanu badań nad potrzebami turystycznymi nie można ani sformułować najistotniejszych pytań badawczych w tej dziedzinie, ani tym bardziej udzielić na nie właściwej odpowiedzi. "Można co najwyżej zarysować zakres i schemat problematyki wyznaczników ograniczeń rozwoju potrzeb turystycznych, przedstawić teoretyczne i praktyczne znaczenie badań w tej dziedzinie oraz kilka ogólnych refleksji natury programowej i metodologicznej.[1]

W konsekwencji nie jest dobrze poznana wielkość i struktura popytu na dobra i usługi turystyczne. Stanowi to poważną barierę

---

[1] B.Libicki: Problemy rozwoju i kształtowania potrzeb turystycznych. Refleksje metodologiczne i programowe. "Problemy Turystyki", Nr 3/5/, Warszawa 1979, s.5-17.

w wytyczaniu właściwego, tj. zgodnego z preferencjami naszego społeczeństwa rozwoju turystyki. Im lepiej bowiem poznamy źródła i mechanizmy tworzenia się i rozwoju potrzeb turystycznych, tym więcej będziemy mieli argumentów do kreowania zasadniczych kierunków polityki konsumpcji turystycznej. Problematyka potrzeb turystycznych powinna zająć znacznie wyższą pozycję we wszystkich dyscyplinach wiedzy zajmujących się.turystyką, ponieważ kierowanie konsumpcją, a tym także turystyczną, jest coraz trudniejsze i jednocześnie coraz ważniejsze.[1] /M.Pohorille - 1977/.

Definicji potrzeb, często istotnie różniących się od siebie jest bardzo dużo. Różnice wynikają z szerokości spojrzenia na problem, celu w jakim są tworzone, stanu wiedzy, czy też nauki reprezentowanej przez autorów definicji. Nie będę ich tutaj przytaczał, ponieważ są one mało istotne dla tej pracy. Ważny jest natomiast problem obiektywności potrzeb, tj. ich wyjaśniania na gruncie nauk społeczno-ekonomicznych, bądź subiektywności potrzeb, tj. ich wyjaśniania na gruncie badań psychologicznych.

Jakie przyjąć więc w pracy podejście do potrzeb turystycznych, obiektywne czy subiektywne? W tej kwestii spotyka się przeważnie skrajne stanowiska. Na jednym biegunie postawić trzeba pogląd, że nauki ekonomiczne nie potrafią wyjaśnić źródeł powstawania potrzeb. Nie powinny więc wnikać w te źródła lecz zająć się tylko możliwościami ich efektywnego zaspokojenia/2/3/4/5/.

Z drugiej strony istnieją poglądy, że wszelkie badania potrzeb

---

1 M.Pohorille: Dobrobyt społeczny /pojęcia,mierzenie,metoda analizy/,"Ekonomista", Nr 5, 1977 r. s.1o26

2 N.Cameron: The psychology of Behaviour Disorders, Reverside Press.Cambridge, 1947 r. s.1o5

3 H.A.Murray: Próba analizy sił kierunkowych osobowości, /W:/ Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej, pod red.J.Reykowskiego, PWN,Warszawa, 1964 r. s.17o.

4 O.H.Mowrer: Learning Theory and Behaviour,New York,1960 r.s.45

5 A.H.Maslov: Toward a Psychology of Being, New York, 1962 r. s.193.

od strony psychologicznej jako subiektywne, niemarksowskie i burżuazyjne w naszej socjalistycznej rzeczywistości nie powinny mieć miejsca.[1]

Takie skrajne poglądy należy uznać za naiwne. Trzeba się zgodzić z B.Libickim, który pisze, że "Swoiste ściąganie potrzeb na grunt subiektywizmu, psychologizmu i burżuazyjnej socjologii /Freud, Jung, Adler, Fromm, Catelli, Maslov, Sorokin itd. spycha w cień podstawowe założenia marksowskie, że człowiek jest istotą społeczną i całość jego potrzeb wynika ze społecznych warunków bytu, a nie z zastygłych odwiecznie zakodowanych biologicznych, statycznych struktur wewnętrznych".[2] Chociaż wraz z rozwojem dobrobytu zwracamy mniejszą uwagę na potrzeby biologiczne i zaczynają dominować potrzeby pozabiologiczne, to jednak nie należy ani na chwilę zapominać, że ujawniają się one dopiero po zaspokojeniu potrzeb podstawowych i zaspokojenie obu grup potrzeb decyduje dopiero o jakości życia społeczeństwa. Podstawowe założenie, że potrzeby wyższego rzędu cechuje niższy stopień pilności w ich zaspokojeniu nie oddaje jednak całej złożoności występujących zależności. Badania wykazują, że konsumenci świadomie ograniczają stopień zaspokojenia potrzeb podstawowych, by zyskać możliwość lepszego zaspokojenia potrzeb wyższego rzędu.[3]

Obiektywne pojęcie potrzeby ma swoje niezaprzeczalne praktyczne zalety. Przede wszystkim stwierdza, że nie każda potrzeba turystyczna musi być zaspokojona. Dotyczy to tylko potrzeb społecznie

---

1 U.Radojew, podaje za E.Wiszniewski: Ekonomika konsumpcji, PWN, Warszawa 1983 r.

2 B.Libicki: Psychologiczna czyspołeczno-ekonomiczna podstawa teorii potrzeb turystycznych."Problemy Turystyki", Nr 2/8/ Warszawa, 1980 r. s.5-18

3 S.Gajewski: Hierarchia i intensywność potrzeb na dobra trwałego użytku, maszynopis w Katedrze Obrotu Towarowego UŁ, Łódź, 1975 s.41-44, 55-57, 107.

zaakceptowanych. Tak rozumiane /obiektywne, ekonomiczne/ potrzeby turystyczne można skwantyfikować, co w konsekwencji może prowadzić do łagodzenia rozbieżności pomiędzy nimi a wielkością i strukturą podaży dóbr i usług. Ponadto zdecydowana większość potrzeb, również i tych pozamaterialnych /duchowych/ ujawnia się w popycie, czyli w sferze zjawisk rynkowych.

Pomimo jednak powyższych stwierdzeń, wypoczynku jako specyficznej potrzeby, lub raczej kompleksu różnorodnych potrzeb, nie można rozpatrywać tylko w ujęciu potrzeb obiektywnych. Wpływ czynników subiektywnych na źródła powstawania potrzeb turystycznych powinien być istotną sferą badań, ponieważ ujmowanie tylko czynników obiektywnych, nawet w najbardziej właściwy sposób, często nie wyjaśnia postępowania turysty. Na przykład decyzje wyboru miejsca, formy i standardu wypoczynku są często zaskakujące, zupełnie niezgodne z poziomem materialnym turysty. Całoroczne oszczędzanie aby spędzić urlop w ekskluzywnych warunkach, z bardzo wysokimi wydatkami towarzyszącymi, nie jest zjawiskiem wyjątkowym. /Konsumpcja ostentacyjna/. Jednocześnie należy przyjąć, że są to w Polsce przypadki raczej sporadyczne i nie można tu mówić o wyodrębnianiu się grup społecznych z takimi modyfikacjami wzorców spożycia. I odwrotnie, ludzie bardzo dobrze sytuowani, z wysokim poziomem wykształcenia, spędzają urlop często w niemal prymitywnych warunkach. Cenią sobie zupełnie inne wartości niż codzienny luksus.

Zachowanie się turysty zależy od wielu czynników irracjonalnych, niemierzalnych i trudnych do przewidzenia, takich jak tradycja, moda, naśladownictwo czy snobizm. Świadczą o tym badania w bogatych krajach, które wskazują, że niekiedy użyteczność dodatkowa oferowanej usługi turystycznej, przy zbliżonych warunkach podstawowych pobytu, jest bardzo wysoko ceniona i decyduje o wyborze przedsiębiorstwa turystycznego.

Nie można jednak przeceniać badania potrzeb metodami psychologicznymi /bezpośrednimi/, lecz traktować je jako bardzo potrzebne uzupełnienie badań ekonomicznych. Pomimo licznych wad bezpośrednich metod badania potrzeb, do których można zaliczyć ich subiektywizm, pewną stereotypowość odpowiedzi wynikłą z powszechnie utartych opinii, czy też uzyskiwania informacji wątpliwej wartości na tematy osobiste, mają one jednak ogromny walor uniwersalności i są niezastąpione w gromadzeniu informacji o charakterze jakościowym, których nie można uzyskać metodami pośrednimi.

Bezpośrednie metody badań, w formie różnorodnych wywiadów i ankiet, stanowią w tej pracy istotne źródło informacji.

Ze względu na motywy i związane z nimi cele wyjazdów, istnieje wiele podziałów ruchu turystycznego. Te różnorodne podziały ruchu turystycznego wynikają z ogromnej rozmaitości tych celów. Znane są podziały według W.Hunzikera i K.Krapfa, P.Berneckera czy wielu polskich autorów. Niezmiennie za najważniejszy cel, stawiany zawsze na pierwszym miejscu uważają oni wypoczynek, czasem w połączeniu z leczeniem.[1/2/3/4/5/]. Doroczny długookresowy wypoczynek z podstawowym celem, jakim jest regeneracja sił fizycznych i psychicznych człowieka jest więc bez wątpienia potrzebą podstawową /biologiczną/ i jako taka powinna znaleźć odpowiednią rangę w polityce społecznej państwa.

---

1 W.Hunziker, K.Krapf: Beiträge zum Fremdenverkehrsgeschichte, Berno,1941 r.

2 P.Bernecker: Méthodes supports de la publicité touristique, "Travel Research Journal", IV,1961 r.

3 O.Rogalewski: Prpozycje w sprawie usystematyzowania niektórych pojęć w turystyce,"Ruch Turystyczny",Nr 2/20/,Warszawa,1966 r. -O.Rogalewski: Zagospodarowanie turystyczne,"Wyd.Szkolne i Pedagogiczne",Warszawa,1974 r. s.4

4 L.Dębski: Ruch turystyczny a obsługa turystyczna,- relacje wzajemne."Biuletyn Ośrodka Studiów i Urządzeń Sportowych i Turystycznych - OKKFiT, Nr 4, Poznań,1972 r.,s.125-132. -A.Kornak,M.Mordygierd-Łoyba, Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa-Wrocław, 1985 r. s.33

5 S.Ostrowski: Ruch turystyczny w Polsce, "Sport i Turystyka", Warszawa, 1972 r. s.22-25.

Zakwalifikowanie potrzeby wypoczynku w różnorodnych podziałach potrzeb, określenie jego miejsca w hierarchii potrzeb oraz wskazanie pozycji zajmowanej przez potrzeby wypoczynku wśród różnych form turystyki jest poważnym problemem teoretycznym z praktycznymi konsekwencjami. Klasyfikacji potrzeb zwłaszcza w naukach psychologicznych i socjologicznych powstało wiele. Bardzo generalizując problem można stwierdzić, że zdecydowana większość badaczy dzieli potrzeby na dwie wielkie grupy, chociaż różnie nazywane i także nieco różniące się pod względem zakresu treściowego. Można wymienić tu potrzeby ekonomiczne i pozaekonomiczne, biologiczne - wypływające z potrzeb organizmu i społeczne - wynikające ze stosunków międzyludzkich,[1] biologiczne i duchowe,[2] biologiczne powstające w wyniku napięć i zakłóceń biologicznych i psychiczne, powstałe w wyniku napięć w świadomości jednostki w kontaktach z innymi ludźmi[3], pierwotne i wtórne[4]. S.Nowak wyróżnia potrzeby autoteliczne - stanowiące cel sam w sobie i nie wynikające z zewnętrznych okoliczności oraz instrumentalne - służące innym nadrzędnym i zewnętrznym celom.[5]

A.Maslov wyróżnia potrzeby związane z niedostatkiem /podstawowe/, których niezaspokojenie powoduje napięcie z powodu nierównowagi organizmu, a ich zaspokojenie przywraca stan obojętny lub satysfak-

---

[1] O.Lange: Ekonomia polityczna, PWE, Warszawa, Tom I,s.11.

[2] Z.Zakrzewski,i zespół: Ekonomika handlu, PWE,Warszawa,1965 r. s.85

[3] E.Taylor: Wstęp do ekonomiki, "Spółdzielnia Wydawnicza - Żeglarz", Gdynia, 1947 r.

[4] S.Żółkiewski: Problemy modelu kultury, "Kultura i Społeczeństwo", Nr 4, 1967 r.

[5] S.Nowak: Uwagi o pojęciu potrzeb, Warszawa, 1975 r. /maszynopis powielony IFiS PAN/.

cji oraz potrzeby rozwoju /wartości bytu/, które są nabyte ze środowiska społecznego, są indywidualne, zróżnicowane i pojawiają się po nasyceniu potrzeb płynących z niedostatku.[1]

Powstaje pytanie do której z tych podstawowych grup zakwalifikować potrzeby turystyczne? Dotychczas panowało powszechne przekonanie wyrażone w wielu publikacjach, że potrzeby turystyczne są potrzebami należącymi do II grupy /niematerialne, wtórne, rozwoju itd/. Jednak ze wzrostem dochodów ludności czy świadczeń społecznych na szeroko pojęty wypoczynek, zwiększonej podaży dóbr i usług turystycznych, turystyka zaczęła obejmować coraz szersze kręgi społeczno-zawodowe ludności, także o niższych dochodach.

Obecnie panuje opinia, że potrzeb turystycznych /jako całej dziedziny/ ze względu na ich różnorodność, złożoność i komplementarność, nie można zaliczyć jednoznacznie do którejkolwiek z dwóch wielkich grup. Znajdują się one na pograniczu potrzeb materialnych i niematerialnych,[2] biologicznych i społecznych, duchowych czy psychicznych, pierwotnych i wtórnych, autotelicznych i instrumentalnych, związanych z niedostatkiem i rozwoju, podstawowych i wtórnych, I i II rzędu itd. itd. Co więcej pewne potrzeby turystyczne np. wypoczynku, tak jak fizjologiczne, bezpieczeństwa, działalności i podobne, zupełnie słusznie wlicza się do potrzeb biologicznych /podstawowych/.[3] Podobnie S.Nowak zalicza potrzeby turystyczne do tzw. autotelicznych, tj. stanowiących cel sam w sobie i nie tłumaczących się okolicznościami zewnętrznymi.[4]

---

1 K.Zagórski: "Maslova teoria potrzeb", Studia Socjologiczne", Nr 1, 1966 r.

2 M.Orłowski: Potrzeby człowieka a potrzeby turystyczne, "Problemy Turystyki" Nr 3/5/, Warszawa, 1979 r. s.18-21.

3 V.Rendoš: Osobna spotreba je obrazom rozvoja človeka a spoločnosti, Bratislava, 1969 r. s.18-19.

4 S.Nowak: Uwagi o pojęciu ...op.cit.

W konsumpcji turystycznej proces przekształcania się potrzeb "uznawanych" na potrzeby "odczuwalne" jest bardzo szybki i trwały. We współczesnym społeczeństwie zakres potrzeb,które ze społecznego punktu widzenia należy koniecznie zaspokoić obejmują cały zestaw produktów, które jeszcze kilka czy kilkanaście lat temu były uważane za usługi luksusowe.

Wydaje się, że pewne spory na temat zaliczenia potrzeb do I czy II grupy wynikają z ich łącznego traktowania. Natomiast analiza poszczególnych form ruchu turystycznego, uwypuklająca ich homogeniczność, pozwala na bardziej klarowne umiejscowienie różnych form ruchu turystycznego w podziałach potrzeb.

Z punktu widzenia tematu pracy interesuje nas ruch długookresowy /pobytowy,wypoczynkowy/, który z kolei można podzielić np. na zorganizowane wczasy indywidualne, wypoczynek letniskowy, kolonie i obozy czy sanatoryjno-uzdrowiskowy.[1] Już choćby z tego podziału wynika, że nie można jednoznacznie określić celu ruchu pobytowego. Należy raczej mówić o zespole celów składających się na ten ruch, Można jednak wyróżnić zasadniczy cel ruchu pobytowego jakim jest doroczna regeneracja sił fizycznych i psychicznych człowieka, a taka potrzeba należy bez wątpienia do potrzeb biologicznych, brak zaspokojenia której pociąga za sobą poważne skutki w wielu dziedzinach działalności człowieka.

2. Wypoczynek pobytowy w hierarchii potrzeb.

Pozycję długookresowego dorocznego wypoczynku w hierarchii różnorodnych potrzeb jest bardzo trudno określić, z uwagi na bariery metodologiczne oraz brak dostatecznej ilości badań podstawowych. Na przykład badania budżetów rodzinnych są tu nieprzydatne,

---

[1] S. Ostrowski: Ruch turystyczny...op.cit. s.22-25

ze względu na zagregowanie potrzeb wypoczynku ze sportem, kulturą, oświatą i wychowaniem.

Pewne wnioski można wyciągnąć ze sporadycznych badań ankietowych dotyczących intensywności odczuwania potrzeb, przeprowadzanych w różnych celach. I tak np. Cz. Kos i R.Krzyżewski badając żywienie przyzakładowe w wybranych przedsiębiorstwach przemysłu bawełnianego w Łodzi, ustalili hierarchię ważności świadczeń socjalnych w opinii pracowników, Zadano badanym pracownikom następujące pytanie: "Gdyby od Pana/i/ zależała decyzja, jaki rodzaj świadczenia dla pracowników rozwijałby Pan/i w pierwszej kolejności w Waszym Zakładzie?[1]. Odpowiedzi z punktu widzenia tematu tej pracy były bardzo interesujące.

Na I miejscu wymieniono świadczenia w następującej kolejności:

	Liczba osób	%
1. wczasy i wypoczynek	777	32,9
2. mieszkanie	734	31,o
3. zdrowie	391	16,5
4. żywienie	232	9,8
5. żłobki, przedszkola itp	181	7,7
6. kultura i oświata	46	1,9
7. inne świadczenia /np. sport/	5	0,2

Biorąc pod uwagę kolejność wymienionych na I, II i III miejscu stwierdzono, że około 78% badanych wymieniło wczasy i wypoczynek, następnie pomoc zakładu pracy w uzyskaniu mieszkania /66%/, a w dalszej kolejności usługi zdrowia /58%/, żłobki i przedszkola, obozy i kolonie letnie /42%/ oraz żywienie przyzakładowe /38% badanych/.

---

[1] C.Kos, R.Krzyżewski: Żywienie w zakładach pracy, jako element świadczeń socjalnych" Biblioteka IHWiU, Nr 126, Warszawa, 1976 r. s.59.

W odpowiedzi na takie samo pytanie zadane w 1983 r. 2110 pracownikom przemysłu hutniczego i maszynowego w pięciu województwach południowej części kraju, uzyskano podobne rezultaty. Mężczyźni do 20 lat preferowali sport /76%/ przed wczasami /72%/, a kobiety wczasy i wypoczynek /57%/. W grupie wieku 20 - 29 lat mężczyźni za najważniejszą potrzebę w dziedzinie świadczeń socjalnych zakładu pracy uznali mieszkanie /71%/ przed wczasami i wypoczynkiem /56%/, natomiast kobiekty - mieszkanie /87%/, przed żłobkiem i przedszkolem /65%/, zdrowiem /57%/ i wczasami /39%/. W przedziale wieku 30-49 lat opinie mężczyzn i kobiet są zbieżne. Preferują oni wczasy i wypoczynek /62%/. W grupie pracowników starszych dominuje potrzeba rozwijania świadczeń w dziedzinie zdrowia /89%/, przed wczasami i wypoczynkiem /65%/. Tak więc we wszystkich grupach wiekowych, płci, stanu cywilnego, formy mieszkania, potrzeba rozwijania wczasów i wypoczynku w hierarchii zakładowych świadczeń socjalnych stawiana jest bardzo wysoko, przeważnie na 1 lub 2 miejscu.[1]

Hierarchia potrzeb konsumpcyjnych w gospodarstwach domowych była także badana przez S. Gajewskiego, w Zakładzie Konsumpcji Uniwersytetu Łódzkiego. Ogólne wyniki badań przedstawia tablica 2.

Bardzo wysoka pozycja wypoczynku /wczasów/ była zaskoczeniem dla badających, ponieważ ten kompleks potrzeb wyprzedził w hierarchii i to dość zdecydowanie tak podstawowe potrzeby dla życia człowieka jak mieszkanie, jego wyposażenie, odzież czy obuwie.

Bardzo ciekawe i ważne dla polityki kierowania wypoczynkiem są zamierzenia przeznaczenia oszczędności badanych przez S.Gajewskiego w gospodarstwach domowych.[2]

---

1 A.J.Rutkowski: Zadania i organizacja żywienia przyzakładowego. "Wyd.Przemysłu Hutniczego i Maszynowego" - WEMA", Warszawa, 1985 r. s.78-79.

2 S.Gajewski: Intensywność i hierarchia potrzeb konsumpcyjnych, maszynopis w Katedrze Obrotu Towarowego UŁ, Łódź 1979 r.

Tablica 2

Hierarchia potrzeb konsumpcyjnych
w wybranych gospodarstwach domowych

Grupy potrzeb	Liczba wskazań	% wskazań
żywność	831	69,2
wypoczynek i turystyka	700	58,3
mieszkanie	434	36,1
rozrywki kulturalne	418	34,8
meble	346	28,8
sprzęt zmechanizowany	333	27,7
odzież i obuwie	305	25,4
samochód	123	10,2
sprzęt rozrywkowy	94	7,8
Ilość odpowiedzi	1201	x

Źródło: S.Gajewski: Intensywność i hierarchia potrzeb konsumpcyjnych, maszynopis w Katedrze Obrotu Towarowego UŁ, Łódź, 1979 r.

Wyniki zamieszczone w tablicy 3 potwierdzają również badania M.Michalik i E.Niemczyk, które wykazały istnienie trzech głównych celów oszczędzania: na samochód, wypoczynek i turystykę oraz meble i sprzęt domowy. Na 1201 badanych 651 osób, czyli 54,2% zwiększy wydatki na wypoczynek i turystykę, 500 osób /41,6%/ na meble, 349 osób /32,8%/ na żywność, 336 osób /28,o% /na sprzęt zmechanizowany i rozrywkowy i 321 osób /26,7%/ na odzież.[1]

[1] M.Michalik,E.Niemczyk: Poziom dochodów gospodarstw domowych, a kierunki przeznaczania oszczędności,"Roczniki IHW",Nr 3, 1978 r.

Tablica 3

Przeznaczenie oszczędności
w badanych gospodarstwach domowych

Cele oszczędzania	Liczba wskazań	% wskazań
meble i sprzęt domowy	325	37,7
wypoczynek i turystyka	221	25,7
mieszkanie	155	18,o
samochód	98	11,4
odzież i obuwie	84	9,8
pomoc dzieciom	64	7,4
inne potrzeby	126	14,6
nieprzewidziane potrzeby	67	7,8
Liczba oszczędzających gospodarstw	861	x

Te optymistyczne dla wypoczynku i turystyki badania były w większości przeprowadzone przed kryzysem polskiej gospodarki. Za obniżeniem stopy życiowej ludności postępowało zmniejszanie się popytu turystycznego. Dopiero w 1983 roku nastąpił ponowny przyrost wypoczywających. Następne lata charakteryzują się powolnym lecz systematycznym przyrostem liczby turystów uczestniczących w ruchu pobytowym. Według Narodowego Planu Społeczno-Gospodarczego na bieżącą pięciolatkę liczba uczestników zorganizowanego wypoczynku urlopowego ma wzrosnąć z 2800 tys. osób w 1986 roku do 4 mln osób w 1990 roku, tj. o 30%. Rola więc wypoczynku pobytowego w hierarchii potrzeb będzie również wzrastała.

3. Przyczyny rozwijania usług wypoczynkowych w prywatnych kwaterach turystycznych.

Turysta podejmuje decyzję udziału w ruchu turystycznym na podstawie możliwości czasowych, materialnych i innych, zarówno racjonalnych jak i irracjonalnych, których jest ogromna ilość. Są one powiązane ze sobą i działają zwykle w całych kompleksach motywów.

Czas wolny od pracy, rozumiany jako wolny zarówno od pracy zawodowej oraz innych niezbędnych czynności, czyli czas w którym istnieje swoboda jego spędzenia, można uznać za podstawowy i niezbędny warunek podjęcia podróży turystycznej.[1] Zasoby wolnego czasu zaczynają zwykle się zwiększać wraz z rozwojem intensywnej gospodarki, siłą roboczą oraz potencjałem produkcyjnym.

W systemie socjalistycznym na skracanie czasu pracy oprócz czynników ekonomicznych istotny wpływ wywierały czynniki ideologiczne i społeczne. W procesie skracania czasu pracy zawsze jednak muszą decydować warunki ekonomiczne przed ideologicznymi. Bowiem skracanie czasu pracy bez pozytywnych zmian w zakresie wytwarzania produktów, przy utrzymaniu na niezmienionym poziomie płac, prowadzi do inflacji. W sytuacji zachwiania równowagi pomiędzy wzrastającymi zasobami wolnego czasu, a niezmienną lub mniejszą ilością oferowanych na rynku dóbr i usług, wolny czas jest tylko wolnym pozornie. Podobnie tylko pozornie wzrastają zasoby wolnego czasu przy niewystarczających dochodach realnych ludności. Nie można wtedy w pełni korzystać z dóbr i usług z braku środków i wtedy przy sprzyjających możliwościach ludność w wolnym czasie podejmuje pracę zarobkowe. Taka sytuacja rysuje się w Polsce.

1 Do określenia czasu pracy poza pracą zawodową można użyć pojęcia "funduszu swobodnej decyzji czasu" w analogii do pieniężnego funduszu swobodnej decyzji, czyli czas na wszystkie czynności poza pracą zawodową. Porównaj A.Mazur - Wpływ czasu wolnego na rozwój turystyki, "Biblioteka IHWiU", Nr 143, Warszawa, 1977 r. s.13.

Przyrost wolnego czasu, który może być zagospodarowany przez turystykę można rozpatrywać jako zwiększenie się jego zasobów w ciągu tygodnia, roku i życia. Z punktu widzenia tematu tej pracy interesujemy się skracaniem czasu wolnego w ciągu roku i życia. Przyrost czasu wolnego w ciągu roku odbył się poprzez wydłużenie dorocznego urlopu i objęcie nim wszystkich pracujących w całej gospodarce uspołecznionej. Zrównanie długości corocznego wypoczynku dla "pracowników fizycznych" i "pracowników umysłowych" gwałtownie zwiększyło zapotrzebowanie na usługi wypoczynkowe.

Okres tradycyjnego dwutygodniowego zorganizowanego wyjazdu wypoczynkowego pozostaje teraz w dysproporcji do znacznie dłuższego wolnego czasu. Stąd znaczną popularność zyskują indywidualne formy wypoczynku, przy których można regulować jego długość. Taką formą jest właśnie wypoczynek w prywatnych kwaterach turystycznych. Turyści, którzy korzystają z nich nie w ramach działalności socjalnej służb zakładowych, wypoczywają w prywatnych kwaterach w/innych okresach niż dwu-tygodniowe tradycyjne wczasy. Dotyczy to zwłaszcza wypoczynku zorganizowanego samemu, bez pośrednictwa biur turystycznych. Turyści w tej formie wypoczynku rzadko korzystają z pełnego wyżywienia i innych usług towarzyszących.

Istotnym problemem dla przedsiębiorstw turystycznych powinien być segment rynku ludzi starych. Osoby w wieku poprodukcyjnym stanowią 12% ogółu ludności i prawie 17% ludności dorosłej. Należy tu też dodatkowo uwzględnić około pół miliona osób, które w latach 1981-82 przeszły na wcześniejsze emerytury. Ta grupa społeczna charakteryzuje się znaczną ilością wolnego czasu, dużymi skłonnościami do uczestnictwa w ruchu turystycznym, zwłaszcza w celach wypoczynkowych i leczniczych oraz niewielkimi dochodami.

Wypoczynek w prywatnych kwaterach, zwłaszcza na terenach mniej atrakcyjnych /wiejskich/ w okresie posezonowym, jako znacznie tańszy powinien w znacznym stopniu spełnić te oczekiwania.

Truizmem jest już stwierdzenie, że wielkość i struktura ruchu turystycznego są uwarunkowane poziomem rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. Zależność rozwoju turystyki od koniunktury gospodarczej, a w konsekwencji od realnych dochodów ludności jest znaczna i znana. Przy tym popyt na usługi turystyczne, po osiągnięciu określonego poziomu dochodów jest szybszy niż przyrost tych dochodów. Natomiast wrażliwość popytu turystycznego na kryzysy gospodarcze jest jeszcze mało poznana. Nie prowadzono specjalnych badań wydatków turystycznych w ostatnich latach. Można jednak na podstawie pewnych analogii i dedukcji określić tendencje zainteresowania ludności poszczególnymi formami turystyki.

W czasie trwania kryzysu gospodarczego generalnie popyt na usługi turystyczne będzie mniejszy. Na przykład w czasie trwania światowego kryzysu w początkach lat 30-tych wpływy z ruchu turystycznego we Francji zmniejszyły się w 1932 roku w stosunku do 1929 roku o 70,2%, a w USA o 60,0%.[1] Badania ankietowe przeprowadzone w USA w latach 1976 i 1978 /okres uznany za recesję gospodarczą/ wykazały, że w okresie kryzysu połowa badanych spędza więcej czasu w domu, kosztem między innymi wyjazdów rekreacyjnych.[2]

Przeprowadzone w Polsce w latach 1974-1984, przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych przy Komitecie ds. Radia i Telewizji, badania nad motywami wyjazdów wypoczynkowych wykazały, że w okresie najostrzejszego kryzysu decydującym hamulcem wyjazdów wypoczynkowych stały się względy finansowe.

---

1 Z.Kulczycki: Zarys historii turystyki w Polsce, "Sport i turystyka", Warszawa, 1977 r. s.29

2 A.Shama: Marketing in a Slow-Growth Economy. The Impact of Stagflation on Consumer Psychology. Prager Publishers, New York, 1980 r. s.89.

Z czynnika o średniej randze w 1978 roku stały się one w 1982 i 1984 roku decydujące. Jednocześnie 50% respondentów w 1982 roku i 48% w 1983 roku stwierdziło, że wyjazd stanowił duże i bardzo duże obciążenie budżetu rodzinnego. Analogiczny wskaźnik dla 1978 roku był niższy i wynosił 38%, a dla 1979 roku 40% badanych.

Tablica 4

Najczęściej występujące przyczyny rezygnacji z wyjazdów wypoczynkowych /w procentach/

Przyczyny	1978	1979	1982	1984
- względy finansowe	19	23	32	30
- konieczność opieki nad domem	36	33	30	30
- brak ochoty, potrzeby	13	11	16	16
- prace domowe, remonty, porządki	13	20	14	13

Źródło: Wypoczynek urlopowy - Materiały z Plenum GKT, 25 XII 1982 r GKT, Warszawa 1983 r. s.87. Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych. Wyjazdy wypoczynkowe w 1983 r. /W:/ Wypoczynek urlopowy ludzi pracy i członków ich rodzin. Instytut Turystyki, Warszawa, 1984 r. s.181-214.

Wszystkie te przykłady wskazują, że obniżenie się stopy życiowej ludności wpływa hamująco na rozwój ruchu turystycznego. Wprawdzie istnieje obiegowe twierdzenie, że popyt na usługi turystyczne jest stosunkowo mało elastyczny względem cen i dochodów, nie jest to jednak twierdzenie w pełni prawdziwe, bowiem elastyczność cenowa i dochodowa popytu w turystyce jest wysoka wśród ludności o niskich dochodach i niska dla ludzi bogatych, czy też wyjeżdżających np. do uzdrowisk w celach leczniczych.[1]

---

[1] N.Enew, E. Anastasova: Właściwości popytu turystycznego i turystycznej podaży. masszynopis w Akademii Ekonomicznej, Jelenia Góra, 1977 r. Podaję za A.Kornak: Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa 1979 r., s.2o4.

Kryzys ekonomiczny wywiera i będzie wywierał odmienny wpływ na uczestnictwo w poszczególnych formach ruchu turystycznego. Zmniejszyły się drastycznie np. dłuższe wyjazdy zagraniczne, wycieczki krajowe i zagraniczne, wyjazdy na kongresy, konferencje itp., nieznacznie zmniejszyły się wyjazdy weekendowe. Natomiast doroczny długi wakacyjny wypoczynek wśród innych form turystyki jest i będzie nadal preferowany. Ruch pobytowy jest najmniej "czuły" na obniżanie się dochodów ludności. Świadczy o tym fakt zahamowania spadku uczestników w ruchu wypoczynkowym już w 1983 roku. Potwierdza to tezę z poprzedniego podrozdziału, że doroczny wypoczynek urlopowy stanowi dla większości społeczeństwa potrzebę podstawową. Do tego rodzaju wypoczynku jesteśmy przyzwyczajeni, jest on dofinansowany przez zakłady pracy w ramach świadczeń socjalnych i wreszcie na ten wypoczynek gromadzi się fundusze w okresie poprzedzającym urlop.

W sytuacji kryzysu gospodarczego i związanego z nim obniżenia się poziomu siły nabywczej ludności, możliwość wypoczynku w prywatnych kwaterach nabiera specjalnego znaczenia z uwagi na fakt, że powinien on być relatywnie tani, ponieważ nie obejmuje wielu kosztów eksploatacyjnych np. dużych obiektów wypoczynkowych, czy też znacznych kosztów organizacyjnych.

Często niedocenianym lecz silnie działającym stymulatorem turystyki jest rozwój masowej komunikacji i indywidualnej motoryzacji. W latach 1970-1986 liczba przewiezionych pasażerów publicznym transportem uspołecznionym wzrosła z 2,439 do 3.456 mil osób, czyli o prawie 43%. Natomiast liczba prywatnych samochodów osobowych, w tym samym czasie wzrosła z 453 tys. do 3.898 tys., czyli o 763%.[1] Bardzo szybki przyrost prywatnych środków transportu, zwłaszcza samochodów osobowych, pozwala na podjęcie

---

[1] Rocznik Statystyczny GUS, Warszawa 1987 r., Tabl.8/505/ s.346 i Tabl. 32/529/ s.355.

samodzielnej decyzji co do miejsca i formy spędzania wolnego czasu, większą penetrację terenu i dotarcie do obszarów mniej popularnych o dobrych walorach rekreacyjnych, lecz o znacznie tańszych usługach wypoczynkowych.

Dalszą przyczyną konieczności rozwoju turystyki wypoczynkowej w oparciu o prywatne kwatery jest gwałtowny spadek ilości wyjazdów zagranicznych Polaków. Szczególnie dotyczy to masowych wyjazdów do krajów socjalistycznych. Bardzo szybki wzrost cen wyjazdów zagranicznych, zadłużenie w krajach socjalistycznych i kapitalistycznych, niewymienialność złotówki na rynkach światowych czy pewne ograniczenia formalno-prawne uzasadniają stwierdzenie, że rozpoczęły się chude lata dla wojaży zagranicznych Polaków. Dotychczasowy masowy zagraniczny ruch turystyczny w znacznej więc części skieruje się na rynek krajowy, którego uspołeczniona baza materialna nie jest w stanie wchłonąć. ~~takiej ilości turystów.~~

Tablica 5

Wyjazdy w zagranicznym ruchu turystycznym
/w tysiącach/

K r a j e	1970	1975	1980	1983	1986
socjalistyczne	757	7835	6157	1295	3856
pozostałe	114	316	695	457	957
O g ó ł e m :	871	8151	6852	1752	4313

Źródło: Roczniki Statystyczne 1984 i 1985 r.

Kolejnym czynnikiem hamującym rozwój ruchu turystycznego są drastyczne ograniczenia inwestycyjne budowy nowych obiektów wczasowo-wypoczynkowych, przy stale postępującej dekapitalizacji już istniejących oraz trudna sytuacja w działach gospodarki

wytwarzających elementy bazy materialnej turystyki. W tej sytuacji oparcie rozwoju wypoczynku urlopowego o prywatne kwatery, jako bezinwestycyjnego z punktu widzenia przedsiębiorstw uspołecznionych rozwoju bazy wypoczynkowej, trzeba obecnie i w najbliższych latach traktować jako pilną społeczną potrzebę i praktycznie jedyną możliwość rozwoju masowego wypoczynku urlopowego w kraju.

4. Korzyści płynące z rozwijania wypoczynku,w oparciu o prywatne kwatery turystyczne.

Rozwijanie turystyki wypoczynkowej w oparciu o prywatne kwatery ma wiele zalet, zarówno z ekonomicznego jak i społecznego punktu widzenia. Przede wszystkim obsługa ruchu turystycznego jest dodatkowym lub głównym źródłem dochodów dla miejscowej ludności. Wynika to zarówno z bezpośrednich jak i pośrednich kontaktów handlowo-usługowych miejscowej ludności z turystami. Kontakty bezpośrednie dotyczą dwóch płaszczyzn działania:

- kiedy gospodarz wynajmuje turyście kwaterę, świadczy mu różnorodne usługi lub sprzedaje płody rolne z własnego gospodarstwa;
- kiedy ludność miejscowa sprzedaje turystom towary /płody rolne, wyroby rzemiosła/ lub usługi za pomocą lokalnego rynku.

Wydatki ludności na turystykę doczekały się poprawnych metod badawczych. Ujmowane są one jako szacunki przychodów gospodarki narodowej z turystyki wraz z ukazaniem ich struktury, głównie w oparciu o budżety gospodarstw domowych. Ich analiza w długim czasie wskazuje na szybki przyrost wydatków na turystykę w liczbach bezwzględnych i wolniejszy w relacji do innych wydatków.

Bardziej wartościowe są bezpośrednie badania ankietowe mniejszych grup ludności w małych terytorialnie obszarach lub też w skali krajowej.[1]

Transfer pieniądza turystycznego w ujęciach regionalnych nie był natomiast badany, co więcej nie ma dotychczas zadowalających metod badawczych w tej dziedzinie[2]. Można z całą pewnością jednak stwierdzić, że transfer pieniądza turystycznego jest znaczny. S.Wawrzyniak ocenił go w 1979 roku dla ludności rolniczej. Stwierdził, że w gospodarstwach wynajmujących prywatne kwatery, dochód z nich stanowił trzecią część dochodów z pracy w rolnictwie.[3] Szczegółowe badania T.Zygmuntowicza w regionie krakowskim pozwoliły oszacować te wpływy w 1965 roku na piątą część ogólnych dochodów ludności, a w powiatach z rozwiniętą funkcją turystyczną w granicach 50-90% średnich rocznych dochodów z tytułu pracy w rolnictwie.[4] Podobne wyniki uzyskał S.Wodejko we wsi Żegocina w woj.krakowskim i znacznie niższe /14,7%/ M. Drzewiecki we wsiach pomorskich.[5/6] Znaczny wpływ turystyki na wzrost dochodów miejscowej ludności stwierdzili również A.Kiesler[7] A.Jackowski[8], T.Sztukowska[9], J.Kruczała[1o] i inni.

---

1 S.Bosiacki: Wpływ turystyki na popyt konsumpcyjny ludności, IHWiU "Opracowania i Materiały" Nr 99,Warszawa,1976 r.s.4o-68
-S.Bosiacki: Analiza wydatków na urlopy i turystykę,IHW"Opracowani i Materiały" Nr 81,Warszawa 1973 r.
-S.Bosiacki: Wypoczynek urlopowy oraz wydatki ludności z tym związane w 1983 r. /W:/ Wypoczynek urlopowy ludzi pracy i członków ich rodzin, Instytut Turystyki,Warszawa 1984 r. s.167-180.
-S.Bosiacki: Konsumpcja dóbr i usług turystycznych w gospodarstwa domowych, Instytut Turystyki, Warszawa 1987 r.
-R.Berlińska-Dzikowska,M.Majewska-Śliwa, S.Bosiacki: Wyjazdy turystyczne ludności Polski w 1985 r. i związane z nimi wydatki. Instytut Turystyki, Warszawa, 1987 r. s.31 i dalsze.

2 B.Libicki i Zespół: Oddziaływanie ruchu turystycznego na rynek towarów i usług, GKKFiT, Warszawa,styczeń 1980 r. /maszynopis powielony/ s.4.

3 S.Wawrzyniak: Ekspansja ludności miast na tereny wiejskie /W:/ Wieś polska - 2000.PAN-KPZK, Biuletyn Z.110,Warszawa 1980 r. s.55-75.

cdn.

Badania dochodów ludności uzyskiwane z turystyki są złożone i trudne. Na przykład bezpośrednie wywiady u gospodarzy wynajmujących kwatery, podjęte przez autora, nie przyniosły rzetelnych rezultatów. Odpowiedzi były często kłamliwe, ogromnie zaniżające dochody z turystyki. Nawet gospodarze wynajmujący w atrakcyjnych miejscowościach turystycznych po kilkanaście izb, nie posiadający gospodarstwa rolnego ani stałej pracy, z reguły podkreślali, że dochody z turystyki stanowią ich dodatkowe źródło utrzymania.

Korzyści pośrednie miejscowej ludności z turystyki polegają na korzystaniu przez turystów z miejscowych placówek handlowych, gastronomicznych i innych usługowych, przez co zwiększają się ich obroty. W efekcie tworzy się zapotrzebowanie na dodatkowe rodzaje placówek usługowych powodujące zwiększenie popytu na miejscową siłę roboczą. Szeroko na ten temat piszą autorzy francuscy /np. F.Cribier,[1] B.Barbier,[2] M.Boyer,[3] Wiele innych autorów francuskich piszących na ten temat wymienia E.Dziegiec[4].

---

cd.

4 T.Zygmuntowicz: Ekonomiczne problemy rozwoju turystyki w Polsce "Biuletyn Informacyjny GKKFiT",Tom 7,1967 r. s.40.

5 S.Wodejko: Turystyka w życiu społeczno-gospodarczym wsi Żegocina w woj.krakowskim "Ruch turystyczny" Nr 1/29/ "Materiały i dokumenty", SGPiS, Warszawa 1969 r. s.91-119.

6 M.Drzewiecki: Przemiany wsi pomorskich pod wpływem turystyki, Instytut Turystyki,Warszawa 1978 r./maszynopis/.

7 A.Kiesler: Wpływ turystyki na dochodowość ludności /na przykładzie powiatu nowotarskiego/ "Problemy Ekonomiczne",R-7,Nr 2. PTE - Kraków, 1967 r. s.3-20.

8 A.Jackowski: Wpływ turystyki na kształtowanie się dochodów ludności pow.Nowy Targ,"Folia Geographica",R-IV, Kraków 1971 r.

9 T.Sztukowska: Ekonomiczne znaczenie turystyki dla powiatu augustowskiego w 1973 r. "Biuletyn Informacyjny Instytutu Turystyki", Nr 4/32/, Warszawa 1974 r. s.31-55.

lo J.Kruczała: Rola turystyki w aktywizacji ekonomicznej regionów. "Problemy ekonomiczne",Nr 2, Kraków 1972 r. s. 21-22

1 F.Cribier: Les residence secondaire des citadines dans les compagnes francaises in Etudes rurales,jan-jun,1973,repris dans "Problémes economiques", 27.III.1974.

2 B.Barbier: Les résidence secondaire et léspace rural francais, "RevueNorois", No.95, 1977, s.11-20.

cdn.

Kontakty pośrednie miejscowej ludności z turystami polegają na korzystaniu turystów z miejscowych placówek handlowych, gastronomicznych, i innych usługowych. W/ich wyniku rosną obroty tych placówek i rozwija się sieć handlowo-usługowa.[1/2/3/4/]

Napływ ludności zamiejscowej ma także inne, znacznie szersze konsekwencje,dla rozwoju infrastruktury rejonów turystycznych, zwłaszcza małych ośrodków - głównie o charakterze wiejskim.

---

cd

3 M.Boyer: Le tourisme,"Editions du Seuil", Paris, 1972, s.261.

4 E.Dziegieć: Przemiany osadnictwa wiejskiego pod wpływem turystyki i wypoczynku, w świetle literatury. "Acta Universitatis Lodziensis" Turyzm 3, 1987 r. s.7-31.

1 R.Peretiatkowicz: Organizacja ośrodków handlowo-usługowych dla obsługi ruchu turystycznego na wsi i w małych miastach. "Problemy ekonomiczne", Nr 2, PTE, Kraków, 1968 r.

2 D.Surówka: Wpływ ruchu turystycznego na obroty jednostek handlowych w miejscowości Szczyrk, "Problemy ekonomiczne", Nr 1, PTE, Kraków 1971 r.

3 G.Gołembski: Wpływ ruchu turystycznego na formy i metody działalności handlu detalicznego. "Ruch turystyczny" Nr 1/38/, 1974 r. s.98-1o8.

4 J.Szczygielski: Reštauračné stravovanie w rozvoji cestovného ruchu. "Vyživa a zdravie", Nr 8, 1985 r. s.184-185.

Przejawia się to w budowie lub przebudowie dróg, rozwoju komunikacji i wyposażenia wsi w urządzenia komunalne /wodociąg, kanalizacja, chodniki, oświetlenie/. To zainwestowanie przyczynia się do podnoszenia ogólnego poziomu życia miejscowej ludności. Piszą na ten temat J.Kruczała[1], A.Kornak[2], T.Jarowiecka[3] i inni.

Następnym ważnym przejawem kontaktów miejscowej ludności z wypoczywającymi turystami jest możliwość podniesienia poziomu cywilizacyjnego i aktywizacji życia kulturalnego rejonów turystycznych. Przejawia się to zarówno z punktu widzenia całej miejscowości, poprzez budowę placówek kulturalnych /kino,klub,kawiarnia,zespoły regionalne itp/, jak też i na wsi w obrębie gospodarstw, poprzez dostosowanie domu mieszkalnego i obejścia do wyższego poziomu sanitarnego i estetycznego, wymaganego przez przybyłych mieszkańców miast.

Rozwój funkcji wypoczynku powoduje więc lepsze zainwestowanie terenu, przyczynia się do wzrostu poziomu cywilizacyjnego stałych mieszkańców oraz wydatnie podnosi ich dochody. Stwarza to możliwość większej aktywności społeczno-gospodarczej terenów z rozwijaną funkcją turystyczną.

Niemniej istotne, chociaż innego rodzaju korzyści z wypoczynku w prywatnych kwaterach,zwłaszcza w małych jednostkach osaniczych, odnoszą mieszkańcy miast. Te korzyści wynikają z uciążliwości życia w wielkich aglomeracjach miejskich. Miasta, zwłaszcza duże

---

1 J.Kruczak: Rola turystyki.... op.cit. s.21-22

2 A.Kornak: Miejsce turystyki w rozwoju województwa jeleniogórskiego. "Prace naukowe AE we Wrocławiu", Nr 99, 1976 r. s.191-223.

3 T.Jarowiecka: Rola turystyki w regionie /W:/ Turystyka w województwie nowosądeckim. Materiały z konferencji poświęconej problemom praktyczno-naukowym. Krynica 5-6 luty, 1973 r. Kraków - Nowy Sącz 1973 r.

z coraz bardziej sztucznym środowiskiem, brakiem zieleni i różnorodnymi deformacjami tego środowiska /skażenie wód, powietrza, hałas itd/ nie są w stanie zapewnić swoim mieszkańcom należytego fizycznego wypoczynku. Niemniej ważne jest zmęczenie psychiczne. Mieszkaniec miasta traktowany jako uczestnik systemu produkcyjnego, społecznego i politycznego musi odtwarzać pożądane role podwładnego kierownika, członka grupy zawodowej, politycznej itd.
Konieczność partycypacji w industrialnej cywilizacji, zwanej cywilizacją pośpiechu, powoduje sytuację znużenia, zmęczenia, stresów i frustracji[1]. Postęp techniczny, który jest warunkiem dobrobytu staje się jednocześnie zagrożeniem dla równowagi psychicznej i kondycji fizycznej człowieka. Wynika stąd konieczność zmiany środowiska i codziennego stylu życia, czyli potrzeby wypoczynku w odmiennych warunkach, przy możliwie bliskim kontakcie z przyrodą. Małe miejscowości z rozwiniętą funkcją turystyczną w oparciu o prywatne kwatery takie możliwości stwarzają.

Należy podkreślić, że miejscowości z rozwiniętą funkcją turystyczną opartą o prywatne kwatery są bardzo cenną formą rozszerzania rodzajów wypoczynku. Stwarzają możliwość indywidualnego wyboru jego miejsca i czasu. Ponadto małe miejscowości umożliwiają bezpośredni kontakt z nieskażonym lub mało skażonym środowiskiem przyrodniczym. Zapewniają spokój, świeże i zdrowe produkty żywnościowe oraz możliwość swobodnej regeneracji sił fizycznych i psychicznych. W wielu grupach społecznych i zawodowych taka forma spokojnego wypoczynku, zdala od cywilizacji miejskiej, jest i będzie w przyszłości coraz bardziej poszukiwana.

---

[1] Z.Kowalewski: Rekreacja turystyczna w aspekcie psychohigieny, "Problemy turystyki", Nr 3/9/ Warszawa 1980 r. s.5-7.

Małe miejscowości, zwłaszcza wiejskie, służą przede wszystkim wypoczynkowi pobytowemu rodzin z dziećmi. Cenną ich zaletą ze społecznego punktu widzenia jest podtrzymywanie więzi rodzinnych, co przy niedoborze tzw. "wczasów rodzinnych" należy szczególnie mocno podkreślić. Jeszcze inną, już podkreślaną zaletą tej formy wypoczynku jest fakt, że powinien to być wypoczynek relatywnie tani. Niski koszt wypoczynku powinien być kapitalnym atutem działającym na turystów w okresie głębokiego spadku realnych dochodów ludności.

Wszystkie podane wyżej argumenty jednoznacznie wskazują na wielkie zalety formy wypoczynku w prywatnych kwaterach turystycznych. W obecnych warunkach społeczno-ekonomicznych, a także kilkuletniej lub raczej kilkunastoletniej przyszłości, praktycznie nie ma innej alternatywy rozwoju masowego wypoczynku urlopowego bez jego oparcia o prywatne kwatery turystyczne.

ROZDZIAŁ II

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA I REGIONALNE ZRÓŻNICOWANIE WYPOCZYWAJĄCYCH TURYSTÓW

1. Ogólne założenia segmentacji rynku i możliwość jej stosowania przez przedsiębiorstwo turystyczne.

Segmentacja rynku usług turystycznych jest stosowana głównie w celu lepszego poznania warunków działania przedsiębiorstwa i dostosowania jego działalności do sytuacji rynkowej, a w dalszej kolejności do kreowania rynku, zgodnie ze strategią przedsiębiorstwa. Segmentacja rynku jest tu rozumiana zgodnie z Ph.Kotlerem jako jego podział, w celu uchwycenia różnic między nabywcami towarów i usług z punktu widzenia marketingu lub inaczej na łączeniu nabywców w jednorodne grupy o podobnych cechach i zachowaniach na rynku.[1]

Stosowanie segmentacji rynku usług turystycznych, w celu lepszego poznania rynkowych warunków działania jest konsekwencją pogłębiającego się zróżnicowania rynku pod wpływem czynników demograficznych, ekonomicznych, społecznych czy kulturowych. Pod wpływem intensyfikacji działania wymienionych czynników wzrasta globalne zapotrzebowanie na usługi,w tym również na usługi turystyczne, przy jednoczesnym różnicowaniu się preferencji nabywców tych usług w zakresie produktu turystycznego. Przedsiębiorstwo turystyczne spotyka się więc z turystami o odmiennych potrzebach w zakresie oferowanych usług.

---

[1] Ph.Kotler: Marketing menagement - analysis, planing and control, Englewood Cliffs, New Jersey, 1967,s.43.

Dla dokładniejszego poznania i określenia nabywców oferowanych usług przedsiębiorstwo może zastosować segmentację rynku, poprzez którą wyodrębni pewne grupy konsumentów reprezentujących w miarę jednorodne zachowanie się na rynku usług turystycznych. Tak stosowana segmentacja rynku ma charakter analizy pozwalającej przedsiębiorstwu lepiej poznać preferencje swoich obecnych i potencjalnych klientów. Jest ona niezależna od przedsiębiorstwa, ponieważ podstawowe jej czynniki wypływają z warunków ogólnego postępu społeczno-ekonomicznego, mają więc dla przedsiębiorstwa charakter egzogenny.

Drugi cel segmentacji rynku, w odróżnieniu od pierwszego analitycznego, ma charakter bardziej strategiczny. Również i w nim konieczne jest poznanie zróżnicowania rynku, lecz jest ono jakby pierwszym etapem działania. Drugim jest wykorzystanie poznanych preferencji poszczególnych segmentów /homogenicznych grup konsumentów usług turystycznych /w celu dostosowania do ich wymagań cech produktu turystycznego i jego promocji. Ze względu na wysoki koszt stosowania tej strategii, warunki rynkowe, trudności aplikacyjne, braki informacyjne, nie-pełną samodzielność przedsiębiorstw i inne bariery, w Polsce stosuje się wyłącznie pierwsze podejście, abstrahujące od produktu i stosowanej przez przedsiębiorstwo strategii.[1]

Istnieje wiele strategii marketingowych opartych o segmentację rynku. Najprostsza zakłada pewien stopień zróżnicowania rynku. W tej sytuacji pomimo dostrzegania różnic w potrzebach i upodobaniach konsumentów, przedsiębiorstwo stara się w maksymalnym stopniu wykorzystać te elementy, które są wspólne dla większości. Stosuje więc strategię niezróżnicowaną i swoje

---

[1] J.Dietl: Marketing - wybrane zagadnienia, PWE, Warszawa, 1977 r. s.178.

zainteresowania opiera na typowych /standardowych/ nabywcach. Przedsiębiorstwo skupia swoje zainteresowanie na jednym głównym segmencie i do wymagań tej grupy nabywców dostosowuje zarówno produkt jak również pozostałe elementy marketingu mix /marketing agregation lub undifferentiated marketing/. Celem tego postępowania jest stworzenie korzystnego wyobrażenia o produkcie i firmie go lansującej. Przedstawia się wtedy produkt jako niezbędny dla szerokiego kręgu odbiorców /uniwersalny/. Reklama jest również mało zróżnicowana i poprzez masowe środki przekazu stara się do-trzeć do największej liczby potencjalnych nabywców. Podobnie produkty docierają do nabywców szerokimi i masowymi kanałami dystrybucji.[1] Strategia "undifferentiated marketing" może więc być stosowana tylko przy mało zróżnicowanym produkcie i jednocześnie mało zróżnicowanych potrzebach nabywców. Koszty marketingu są wtedy niższe w efekcie produkcji na wielką skalę.

Kiedy działanie na całym rynku, w wyniku zaostrzającej się konkurencji staje się trudne, wiele przedsiębiorstw, zwłaszcza małych o ograniczonym kapitale, stawia sobie za cel zdominowanie jednego lub co najwyżej kilku segmentów /concentrated marketing/. Przedsiębiorstwo wybiera więc z całego rynku określony subrynek i na nim skupia swoją działalność marketingową, czyli produkt, promocje, ceny i strategię sprzedaży skutecznie kieruje na wybraną grupę nabywców.[2] Jednocześnie każdy wybrany segment, który jest obiektem marketingowego działania powinien być:

---

1 Ph.Kotler: Marketing.... op.cit. s.182

2 H.Assael: Segmenting market segmentation strategies and techniques. "European Research - Marketing /Opinion/ Adversiting, Nr 5, 1973, s.190.

mierzalny - czyli pozwalać na określenie ilościowe oraz zdobycie niezbędnych informacji o nabywcach;

dostępny - czyli stwarzać możliwość efektywnego stosowania przez przedsiębiorstwo poszczególnych elementów marketingu-mix,

duży - czyli ważny, zyskowny, opłacalny.[1]

Istnieje wiele sposobów segmentacji rynku. T.Jaworska klasyfikuje je następująco:[2]

1. Segmentacja według producenta usług[3]. Z punktu widzenia turystyki można przy pomocy tego sposobu wyodrębnić np. wypoczywających w domach wczasowych, sanatoriach, prywatnych domach letniskowych, prywatnych kwaterach, hotelach i motelach itd. Segmentacja według producenta usług nie określa jednak cech nabywców tych usług, nie daje więc wskazówek dla stosowania właściwej strategii marketingowej.

2. Segmentacja według cech konsumentów.[4] Część z tych cech jest łatwa do osiągnięcia, np. w badaniach makroekonomicznych można zastosować wyniki spisów powszechnych. Część jednak cech jest w masowych periodycznych badaniach niemożliwa do uchwycenia i dlatego często używa się, zwłaszcza w badaniach mikroekonomicznych, ankiety w której można zawrzeć interesujące dane o konsumencie usług.

---

1 Ph.Kotler: Marketing...op.cit. s.167-168.

2 T.Jaworska: Zagadnienia segmentacji rynku usług gastronomicznych oraz ich standardu jakościowego,a specjalizacja sieci placówek gastronomicznych - kierunki poprawy.Referat na konferencję pt"Rola gastronomii w gospodarce żywnościowej".Wisła 28-29.X.1978 r. Warszawa,Społem-CZSS /maszynopis powielony/.

3 Pisze o tym sposobie segmentacji D.W.Twedt: The concept of market segmentation,/w:/ Handbook of modern marketing. Mc. Graw-Hill,New York,1970,cz.II,s.lo.

4 Ten sposób preferuje R.J.Halley: Benefit segmentation.A decision oriented Research Tool."Journal of Marketing",Nr 32,1968 r. s.31.

3. Segmentacja oparta o cechy zachowania się nabywcy przy zakupie usług. Jest to metoda możliwa do wykorzystania przy dobrym przepływie informacji między biurem obsługi klienta a komórką marketingową. Wymaga jednak wysokiego poziomu sprzedawcy usług. W Polsce ta stosunkowo prosta strategia nie jest zupełnie wykorzystywana.

4. Segmentacja oparta o cechy produktu, które skłaniają konsumenta do zakupu. Odmienne grupy konsumentów upatrują innych korzyści w danej usłudze /benefit segmentation/. Jest to strategia ważna ponieważ wskazuje przedsiębiorstwu jaka powinna być usługa, by mogła być zaakceptowana przez określone segmenty. Jest to jednocześnie strategia trudna i kosztowna.

Istnieje wiele kryteriów segmentacji. Bardzo często dzieli się te kryteria na obiektywne i subiektywne. W grupie kryteriów obiektywnych najczęściej wyróżnia się cechy ogólne konsumentów np. demograficzne oraz cechy specyficzne związane z określoną sytuacją, np. model konsumpcji, przywiązanie do firmy, produktu, sklepu, formy sprzedaży itp. Natomiast w grupie kryteriów subiektywnych najczęściej wyróżnia się charakterystyczne cechy osobowości, styl życia, zachowanie się na rynku, reagowanie na środki strategii marketingowej oraz różne preferencje nabywców usług.[1] Ten podział kryteriów na obiektywne /ogólne/ i subiektywne /szczegółowe, specyficzne/ jest często stosowany w handlu i usługach.

---

[1] R.E.Frank, W.F.Massy, Y.Wind: Market Segmentation, Prientice-Hall International, Inc. Englewood Cliffs, 1972, s.7 i dalsze.

Najczęściej w celu podziału całej danej populacji w badaniach segmentacyjnych wyróżnia się cechy demograficzne, rzadziej ekonomiczne /np. dochody, wydatki, stan posiadania określonych dóbr/ oraz bardzo rzadko cechy osobowościowe np. upodobania, status społeczny, styl życia itp. Ostatnio często wyróżnianym czynnikiem jest styl życia rodziny, lub łatwiejsze do określenia stadium życia rodziny.[1] W badaniach preferencji turystycznych społeczeństwa te ostatnie czynniki są szczególnie istotne.

Z punktu widzenia potrzeb turystyki można wymienić wiele propozycji podziału rynku w celu wyodrębnienia poszczególnych jego segmentów.[2]

Ciekawy podział stosuje G.Gołembski w ogólnopolskich badaniach ankietowych,dotyczących zróżnicowania potrzeb turystów, obejmujących 3177 gospodarstw domowych.Szczególnie analizuje badaną populację pod względem cech demograficznych,dochodów i wydatków oraz preferencji i sugeruje wybór grup nabywców według rodzajów i formy uprawianej turystyki.[3] Można takiego podziału dokonać według następujących kryteriów:

---

1 -Appel D.: Market segmentation a response to retail innovation, "Journal of marketing", Vol.34, Nr.2,1970 r.,s.64.
-J.Dietl: Marketing, PWE, Warszawa, 1981 r. s.202-204.

2 Używam tu tradycyjnie pojęcia segmentacji rynku,mimo że w wielu jego podziałach należało by używać raczej pojęcia typologii rynku.Zgodnie z J.Dietlem utworzenie grup konsumentów o wspólnych cechach nie uzasadnia jeszcze nazywania ich segmentami rynku. Homogeniczna grupa konsumentów dopiero wtedy tworzy segment rynku,kiedy występują oni na nim jako potencjalni nabywcy określonego produktu. Stąd tracą na znaczeniu sformalizowane /ekonometryczne/ modele rynkowe przy wzroście znaczenia badań motywacyjnych.J.Diet - Marketing - op.cit. s.192.

3 G.Gołembski: Warunki stosowania marketingu w turystyce, w gospodarce centralnie planowanej, Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu, Seria II, Nr.59, Poznań, 1980 r, s.36-52.

- przestrzennego /ruch regionalny, krajowy, zagraniczny/,
- czasu trwania wyjazdu /ruch pobytowy, wycieczkowy, weekendowy/,
- stopnia samodzielności korzystania z usług turystycznych /ruch indywidualny i zorganizowany/,
- stopnia wykorzystania specjalistycznego sprzętu /ruch kwalifikowany i niewykwalifikowany/.

Oryginalne kryteria segmentacji rynku turystycznego proponują A.Kornak i J.Prudzienica[1]. Przyjmują oni dwa podstawowe układy:

1. statyczny - wg miejsca stałego zamieszkania,
2. dynamiczny - wg miejsca pobytu turystycznego.

W drugim układzie /dynamicznym/ wyróżniają następujące kryteria:
- charakter obszaru do którego przybywa turysta,
- charakter wyjazdu i pobytu turystycznego,
- charakter komplementarnej podaży w danej miejscowości czy regionie turystycznym,
- poziom i charakter gospodarczy obszarów turystycznych,
- okres wypoczynku,
- czas trwania wyprawy turystycznej.

W tej pracy przyjęto kryteria uważane za najważniejsze przez S. Ostrowskiego[2]. Są nimi:

- demograficzno-społeczne,
- ekonomiczne,
- geograficzne,
- chronologiczne,
- specyficznie turystyczne.

---

[1] A.Kornak, J.Prudzienica: Zarys analizy rynku turystycznego. Skrypty AE we Wrocławiu, Wrocław, 1981 r., s.56-58.

[2] S.Ostrowski: Ruch turystyczny jako przedmiot badań statystycznych. Instytut Turystyki, Warszawa, 1975 r., s.34.

W przedstawionych przykładowo kryteriach segmentacji nie wszystkie czynniki są jednakowo ważne. Istotność poszczególnych czynników zależy od charakteru produktu i rynku. W zależności więc od rynku na jakim przeprowadzana jest segmentacja oraz oferowane są produkty turystyczne, jedne kryteria będą ważne a inne mniej istotne. Ponadto metody segmentacji rynku w oparciu o przedstawione kryteria mają w znacznym stopniu charakter arbitralny. Subiektywność tych metod wynika z dowolności doboru odpowiednich kryteriów. Dlatego bardzo ważna jest dobra znajomość badanego rynku przez dokonującego jego podziału.

W warunkach polskiego rynku turystycznego przedsiębiorstwo zainteresowaniem usprawnieniem swojej działalności na określonym rynku nie musi stosować wyrafinowanych metod segmentacji rynku. Jest to strategia trudna i bardzo ~~i~~ kosztowna. Ponadto rynek turystyczny w Polsce, ze względu na małe jeszcze zróżnicowanie produktu oraz preferencji konsumentów usług turystycznych, nie wymaga jeszcze stosowania takich strategii. Jest jednak faktem, że nasze terenowe i inne przedsiębiorstwa turystyczne w dziedzinie usług turystycznych nie stosują żadnej strategii, o czym świadczy nieraz rażące niedostosowanie produktu turystycznego do preferencji nabywców.

Stosowanie strategii segmentacji rynku usług turystycznych w Polsce jest utrudnione przez różną podległość różnych usług składających się na finalny produkt. Podaż kwater prywatnych dostosowywała się elastycznie do wymagań rynku. Początkowo dostosowywano kwatery głównie do preferencji indywidualnych turystów, później do wymagań służb socjalnych zakładów pracy, a następnie do potrzeb przedsiębiorstw turystycznych.

To szybkie i elastyczne dostosowanie produktu do potrzeb rynku jest charakterystyczne dla sektora prywatnego. Pozostałe jednak elementy szeroko pojętego produktu turystycznego /handel, gastronomia, inne usługi/ będące w gestii uspołecznionych przedsiębiorstw, są rażąco niedostosowane do potrzeb przybyłych turystów.To niedostosowanie wynika między innymi z braku wiadomości o cechach przybyłych turystów. W celu prowadzenia więc jakiejkolwiek strategii przedsiębiorstwo powinno więc w pierwszej kolejności poznać tego przeciętnego,standardowego nabywcę swoich usług i dostosować do niego swój produkt.

Na przykład w określonym regionie lub mieście pierwszym kryterium segmentacji może być rodzaj uprawianej turystyki, a w ramach nich typowe segmenty. W badanych miejscowościach /z wyjątkiem Zakopanego/ zdecydowanie przeważa turystyka pobytowa, w jej ramach wyróżnia się segment oparty o prywatne kwatery, i dalej można ją dzielić na różne podsegmenty i do nich dostosowywać produkt oraz elementy stosowanej strategii.

Jaki jest więc ten typowy /standardowy/ turysta i jakie określają go cechy demograficzne, ekonomiczne, geograficzne, chronologiczne czy specyficznie turystyczne? Na to pytanie udzielono odpowiedzi w następnym podrozdziale pracy.

2. Charakterystyka wypoczywających turystów w prywatnych kwaterach.

Ustalenie zespołu preferencji na oferowane produkty turystyczne jest trudne. Można je określić w drodze bezpośrednich badań /wywiady, ankiety/ lub przez ich powiązanie z określonymi cechami turystów, których preferencje zostały już określone w innych badaniach. W tej pracy zmierzano ku temu celowi dwoma drogami. Pierwszą z nich były bezpośrednie pytania zawarte w kwestionariuszu ankietowym, opracowane w dalszej części pracy, a drugą przez dokładne poznanie struktury wypoczywających w prywatnych kwaterach turystów, którą zaprezentowano poniżej.

a. Kryteria demograficzno - społeczne.

Analiza czynników demograficzno-społecznych jest istotna, ponieważ w znacznym stopniu kształtują one potrzeby turystyczne. Ponadto w odróżnieniu od czynników ekonomicznych wykazały one stosunkowo dużą stabilizację, a ich wpływ na występujący w gospodarstwie domowym model konsumpcji turystycznej jest również dość trwały.[1] Decyzje konsumpcyjne gospodarstw domowych w sferze turystyki, zarówno w zakresie wyboru formy wypoczynku turystycznego jak i wyboru określonego zestawu dóbr i usług turystycznych, są podejmowane właśnie pod wpływem czynników demograficzno - społecznych.[2]

Wśród licznych czynników demograficzno-społecznych określających zachowanie się turysty wypoczywającego w prywatnej kwaterze wybrano te, które wydają się najistotniejsze tj.płeć, wiek, stan cywilny, stan rodzinny, wykształcenie i grupę zawodową.

---

[1] B.Górecki: Ekonomika gospodarstwa domowego...Warszawa,1979 r.

[2] S.Bosiacki: Konsumpcja dóbr....op.cit. s.17o.

Jak wynika z zawartych w tablicy 6 danych, wśród respondentów objętych badaniem, nieznacznie przeważały kobiety. Na 100 mężczyzn przypadało bowiem 125 kobiet. Znaczna przewaga kobiet jest spowodowana częstymi wyjazdami matek z dziećmi, mniejszego udziału kobiet w pracy zawodowej, dłuższym trwaniem ich życia itp.

Bardzo ważnym czynnikiem demograficznym wpływającym w istotny sposób na preferencje spędzania wolnego czasu jest wiek. Najwyższy udział, a tym samym największą aktywność w zakresie wypoczynku w prywatnych kwaterach wykazują turyści w wieku 30 -39 lat - 35%. Następną grupą są ludzie młodzi liczący poniżej 30 lat /25%/. W grupach wiekowych 40 i więcej lat udział turystów w każdej wyższej grupie wieku się zmniejsza. Relatywnie wysoki udział młodszych wiekiem respondentów /do 39 lat - 60%/ jest konsekwencją konieczności wyjazdów wakacyjnych z małymi dziećmi. Jednocześnie wysoki udział młodych turystów /do 29 lat/ może być wynikiem selektywnego ich wyboru przez ankieterów - studentów.

Do wybranych miejscowości na wypoczynek w prywatnych kwaterach przyjechały głównie małżeństwa. Zamężne kobiety i żonaci mężczyźni stanowili bowiem 63,5% badanych. Pozostałe 36,5% to osoby w stanie wolnym, w tym kawalerowie i panny mieli 22% udziału w całej badanej populacji.

Na kształtowanie się preferencji w dziedzinie potrzeb turystycznych w dużym stopniu rzutuje stan rodzinny. Analiza ankiet pozwoliła stwierdzić, że w prywatnych kwaterach turystycznych wypoczywają głównie rodziny z dziećmi /67,1%/. W kolejności udziału przeważają małżeństwa z jednym dzieckiem /25,7%/ i prawie tyle samo stanowią małżeństwa z dwojgiem dzieci /23,3%/. Natomiast nieliczne są grupy jednej osoby dorosłej z jednym dzieckiej i rodziny liczniejsze niż 4 osoby. Liczebna przewaga tzw."małej rodziny" potwierdza obserwowany w Polsce proces odchodzenia od rodzin wieloosobowych, wielodzietnych i wielopokoleniowych.Wpływa to w istotny sposób na wybór formy wypoczynku.

Tablica 6

Cechy demograficzno-społeczne badanych turystów

Wyszczególnienie	Liczba badanych	%
1	2	3
PŁEĆ :		
- mężczyźni	624	44,4
- kobiety	781	55,6
WIEK :		
- poniżej 30	348	24,8
30 - 39	494	35,2
40 - 49	269	19,1
50 - 59	191	13,6
60 i więcej lat	1o3	7,3
STAN CYWILNY:		
- żonaci, zamężne	892	63,5
- kawalerowie , panny	314	22,3
- pozostali	199	14,2
STAN RODZINNY:		
- osoby samotne	188	13,4
- rodziny bez dzieci	274	19,5
w tym: - 2 osobowe	176	12,5
- pozostałe	98	7,o
- rodziny z dziećmi	943	67,1
w tym: - 2 osobowe z 1 dzieckiem	12o	8,5
- 3 " z 1 "	361	25,7
- 4 " z 2 dzieci	327	23,3
- pozostałe	135	9,6
WYKSZTAŁCENIE:		
- podstawowe i niepełne podstawowe	158	11,2
- średnie i niepełne średnie	702	5o,o
- wyższe i niepełne wyższe	545	38,8

cd.

1	2	3
GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA:		
- robotnicy	2o5	14,6
- urzędnicy	298	21,2
- technicy, mistrzowie, brygadziści	1o3	7,3
- pełniący funkcje kierownicze	118	8,4
- wolne zawody, dyrektorzy dużych przeds. inteligencja twórcza	100	7,1
- właściciele prywatnych zakładów	84	6,o
- studenci i uczniowie	110	7,8
- emeryci i renciści	99	7,1
- nie pracują	44	3,1
- pozostali /nauczyciele, lekarze, wojskowi, milicjanci itp.	244	17,4

Źródło: Badania ankietowe.

W grupie turystów bez dzieci przeważają rodziny dwuosobowe, bez dzieci /12,5%/, przed osobami samotnymi /13,4%/.
Z powyższych badań wynika, że w kwaterach prywatnych rodzinnie wypoczywało aż 86,6% ankietowanych.
Cenną zaletą wypoczynku w prywatnych kwaterach, ze społecznego punktu widzenia, jest więc podtrzymywanie więzi rodzinnych.

Wyniki badań wykazują, że aktywność uczestnictwa w wypoczynku w zależności od poziomu wykształcenia jest znaczna. Z danych zawartych w tablicy 6 jednoznacznie wynika, że największą aktywność przejawiają w tym zakresie osoby ze średnim wykształceniem /50%/, a najniższą - z podstawowym /11,2%/. Wypoczywający w kwaterach prywatnych z wykształceniem wyższym są grupą czterokrotnie

liczniejszą niż z podstawowym. Tak różne wyniki od struktury wykształcenia ludności Polski /odpowiednio: wyższe 7,2%, średnie 28,3% i podstawowe wraz z zasadniczym zawodowym 60,4% ludności w wieku produkcyjnym/[1] potwierdzają wyraźny wzrastający wpływ wykształcenia na wydatki ponoszone na turystykę.[2]

Stosowana powszechnie analiza struktury zatrudnienia według działów gospodarki narodowej jest w takich badaniach zupełnie nieprzydatna. Postawiono więc pytanie dotyczące konkretnych miejsc i stanowisk pracy. Pozwoliło to na grupowanie danych, które pośrednio wskazują również na siłę nabywczą rodzin i ich preferencje w dziedzinie usług turystycznych i paraturystycznych. Analiza struktury zawodowej wykazała nikłe uczestnictwo w tej formie wypoczynku robotników. Stanowili oni zaledwie 14,6% całej zbiorowości. Najliczniejsi byli urzędnicy, którzy stanowili 21,2%. W przedziale 6,o - 8,4 % umieściły się wszystkie inne grupy zawodowe tj. pełniący funkcje kierownicze, technicy, mistrzowie i brygadziści, inteligencja twórcza i dyrektorzy dużych przedsiębiorstw. Znaczną zbiorowość stanowiła grupa pozostałych /17,4%/, wśród których najwięcej było nauczycieli, wojskowych, lekarzy i milicjantów.

W sumie więc tzw. "pracownicy umysłowi" stanowili ponad 54% badanych, a czwartą część całej zbiorowości osiągnęli organizatorzy życia gospodarczego i społecznego.

b. Kryteria ekonomiczne

Podstawowym czynnikiem podjęcia podróży turystycznej jest dochód. Wpływa on w bezpośredni sposób na poziom i strukturę wydatków turystycznych.

---

1 Mały rocznik statystyczny GUS, Warszawa 1987 r. Tablica 7/34. s.33

2 L.Rudnicki: Wykształcenie jako czynnik różnicujący konsumpcję, "Handel Wewnętrzny" , Nr 4, 1984 r.

Tablica 7

Dochody przypadające na 1 osobę w rodzinie
oraz stan posiadania działki letniskowej i samochodu

Wyszczególnienie	Liczba badanych	%
Dochody na 1 osobę miesięcznie:		
poniżej 10.000	310	22,1
10.000 - 14.999	469	33,4
15.000 - 19.999	386	27,4
20.000 i więcej złotych	240	17,1
Posiadanie:		
- działki letniskowej	1o9	7,8
- samochodu	667	47,5

Źródło: Badania ankietowe.

Dla przedsiębiorstwa, które pragnie dostosować swoją ofertę usługową do preferencji turystów poznanie siły nabywczej turystów przyjeżdżających do określonego regionu ma więc zasadnicze znaczenie. Takie dane uzyskać jest jednak bardzo trudno.

W warunkach dominacji wypoczynku rodzinnego w prywatnych kwaterach, ważniejsze znaczenie od miesięcznej płacy respondenta ma dochód przypadający na 1 osobę w jego rodzinie. Strukturę dochodów w ujęciu na członka rodziny przedstawiono w tablicy 7. Porównując ją ze średnią miesięczną płacą w gospodarce uspołecznionej, która wynosiła w 1986 roku 24.o95 złotych i przyjmując że ankietowani podają zwykle wartości zaniżone, dochody w rodzinach respondentów można uznać za średnie lub nieco powyżej średnich

---

[1] W 1986 roku globalne pieniężne dochody nominalne ludności w przeliczeniu na 1 mieszkańca wyniosły 185,6 tys. zł. rocznie, czyli 15.469 tys.zł.miesięcznie. Mały Rocznik Statystyczny GUS, Warszawa 1987 r. Tabl.1/92/ s.100.

O wyższych niż średnich dochodach w badanych rodzinach może też świadczyć podana w poprzedniej tablicy struktura zatrudnienia, z której wynika, że grupy zawodowe o znacznie wyższych od przeciętnej dochodach stanowią około 35% respondentów. O wyższej zamożności tej grupy wypoczywających świadczy też fakt posiadania działki letniskowej przez 8% i samochodu przez prawie co drugą rodzinę.

c. Kryterium geograficzne.

W badaniach nad turystyką powszechny jest pogląd, że uczestnictwo w wypoczynku turystycznym wywołuje zmiany w konsumpcji gospodarstw domowych w ujęciu nie tylko rodzajowym i czasowym ale również przestrzennym.[1]
Konsumpcja turystyczna wiąże się bowiem z najistotniejszą cechą turystyki - zmianą miejsca pobytu. Wśród czynników przestrzennych wpływających na wybór formy spędzania wolnego czasu ważna jest wielkość miejscowości z której turysta przybył. Miejsce stałego zamieszkania turysty i jego wielkość odgrywa dość istotną rolę w kształtowaniu modelu i formy wypoczynku oraz sposobu korzystania związanych z nim dóbr i usług. Wiąże się to z odmiennymi stylami życia w wielkich aglomeracjach miejskich, małych miastach czy wsiach, z odmienną hierarchią potrzeb konsumpcyjnych w tych różnych środowiskach.
Z tablicy 8 wyraźnie wynika zmniejszający się udział respondentów wraz z wielkością miejsca zamieszkania ośrodka osadniczego. Zdecydowanie przeważają mieszkańcy wielkich aglomeracji lub konurbacji miejskich /52%/.

---

[1] J.Giezgała: Turystyka w gospodarce narodowej. PWE, Warszawa, 1969 r. s.169.

Tablica 8

Wielkość miejsca stałego zamieszkania badanych turystów

Wielkość miejscowości	Liczba badanych	%
aglomeracje miejsko-przemysłowe liczące powyżej 500 tys.osób	729	51,9
miasta 100 - 499 tys.osób	271	19,3
miasta 50 - 99 -"-	185	13,2
miasta poniżej 50 tys.osób	147	lo,4
wsie	73	5,2

Źródło: Badania ankietowe.

Wynika to częściowo z większej mobilności turystycznej mieszkańców wielkich miast, a także z ich zmęczenia miejskim stylem życia.

Z miast liczących poniżej 50 tys.osób przybyło zaledwie 10,4% badanych mimo, że takie miasta zamieszkuje ponad 22% mieszkańców polskich miast. Natomiast ze wsi przybyło tylko 5,2% turystów, co przy 39,5% ludności wiejskiej w Polsce jest udziałem znikomym, wynikającym z cyklu pracy w rolnictwie oraz z mniejszej dostępności wypoczynku mieszkańców wsi i małych miast.

d. Kryteria chronologiczne.

Jest to kryterium ważne ponieważ od długości wypoczynku, w relacji odwrotnie proporcjonalnej, uzależniona jest intensywność wydawania pieniędzy.
Wśród wypoczywających przeważał zdecydowanie pobyt dwutygodniowy. Wynika to z organizowania przez przedsiębiorstwa turystyczne i zakłady pracy typowych 14 dniowych wczasów. Kiedy pobyt jest organizowany we własnym zakresie, trwa on przeważnie krócej.

Tablica 9

Czas trwania wypoczynku badanych turystów

Długość wypoczynku	Liczba badanych	%
poniżej 2 tygodni	279	19,9
2 tygodnie	867	61,7
powyżej 2 tygodni	259	18,4

Źródło: Badania ankietowe.

Natomiast znaczny udział wypoczynku dłuższego niż 2 tygodnie jest konsekwencją badań ankietowych w Busku i Ciechocinku, w których przeważają 21 dniowe wczasy lecznicze. Należy zaakcentować znaczne zróżnicowanie terytorialne w długości trwania wypoczynku, co rozwinięte będzie w dalszej części pracy.

e. Kryteria specyficznie turystyczne.

Z czynników specyficznie turystycznych wzięto pod uwagę organizację wypoczynku. Przy pomocy tego kryterium podzielono turystów na dwie duże grupy, tj. tych, którzy zorganizowali wypoczynek we własnym zakresie, którzy stanowili niespełna 20% badanych oraz tych,którym wypoczynek zorganizowano - ponad 80% respondentów. Nie wyróżniono przy tym organizatora wypoczynku ponieważ przyjeżdżający turysta nie umiał precyzyjnie określić, czy wypoczynek zorganizował zakład pracy,czy przedsiębiorstwo turystyczne na zlecenie zakładu pracy.

Stwierdzono znaczną zależność organizacji wypoczynku z czasem jego trwania. Wypoczynek zorganizowany trwał zwykle 14 lub 21 dni, natomiast zorganizowany samemu krócej lub dłużej. Istnieje również znaczne zróżnicowanie przestrzenne w tym zakresie.

Tablica 10

Forma organizacji wypoczynku badanych turystów

Wyszczególnienie	Liczba badanych	%
- wypoczynek zorganizowany przez pośrednika	1.130	80,4
- wypoczynek zorganizowany samemu	275	19,6

Źródło: Badania ankietowe.

Drugim istotnym czynnikiem specyficznie turystycznym jest sposób wypoczywania, w podziale na wypoczywających samotnie, z rodziną i ze znajomymi. Jest to podział istotny ponieważ wypoczywający samotnie lub ze znajomymi mają sposób inny zachowania niż wypoczywający z rodzinami. Są oni bardziej aktywni, korzystają w większym zakresie z różnorodnych usług, zwłaszcza gastronomicznych, a ich wydatki towarzyszące wypoczynkowi są przeważnie znacznie wyższe.

Na zakończenie charakterystyki wypoczywających w prywatnych kwaterach turystycznych można określić typowego, standardowego turystę. Prywatne kwatery są najczęściejwykorzystywane przez ludzi w średnim wieku, przyjeżdżających na wypoczynek z rodziną, tj.ze współmałżonkiem i jednym lub dwojgiem dzieci. Mają oni wykształcenie na znacznie wyższym poziomie, a dochody na nieco wyższym poziomie od średniej krajowej. Pracują przeważnie na stanowiskach , które określa się jako "umysłowe". Przybyli z wielkich aglomeracji miejskich i dużych miast, a ich wypoczynek jest zorganizowany i trwa przeważnie 2 tygodnie.

Kiedy przedsiębiorstwo turystyczne nie prowadzi żadnych badań nad strukturą wypoczywających, powinno dostosowywać oferowany produkt turystyczny do potrzeb takiego standardowego turysty.

3. Przykłady zróżnicowania regionalnego turystów i jego konsekwencje dla przedsiębiorstw turystycznych.

Orientacja na "przeciętnego turystę" i stosowanie w związku z tym zunifikowanej strategii marketingowej, przy ignorowaniu zróżnicowanych preferencji poszczególnych grup konsumentów usług turystycznych nie przynosi w długim czasie i w warunkach normalnego rynku powodzenia przedsiębiorstwu.

Potrzeba regionalnego lub miejscowego poznania cech nabywców i określenie poprzez te cechy potrzebnego turystom produktu jest bezsporne. Oferujący kwaterę i związane z nią usługi, przeważnie nie zna potrzeb przyszłych ich użytkowników. Dostosowuje je bowiem do swoich własnych wyobrażeń lub do standardu wymaganego przez przedsiębiorstwo turystyczne, które przeważnie nie są zgodne z potrzebami przybyłych turystów. Przykłady i skutki takiej nieznajomości zostaną przedstawione w dalszej części pracy, w której konfrontuje się cechy produktu z preferencjami wypoczywających w prywatnych kwaterach turystów.

W tym podrozdziale ukazano zróżnicowanie w obrazie typowego turysty w zależności od regionu turystycznego, co powinno dopingować przedsiębiorstwa do podejmowania prób badań własnego rynku turystycznego. Przyjęto tu za podstawę typologii charakter obszaru do którego przybywa turysta.[1] Przedstawua to tablica 11.

Płeć turystów jest regionalnie mało zróżnicowana. Należy zwrócić uwagę na przewagę mężczyzn na Pojezierzu Mazursko-Suwalskim /51,9%/, co wynika może z szukania aktywniejszych form wypoczynku przez młodych mężczyzn, przewagę kobiet w górach i nad morzem oraz zdecydowaną przewagę kobiet w badanych uzdrowiskach /65,3%/. Ta przewaga głównie starszych kobiet jest konsekwencją dłuższego trwania życia kobiet.

---

[1] A.Kornak, J.Prudzienica: Zarys analizy....op.cit. s.56-58.

Tablica 11

Zróżnicowanie terytorialne turystów w ujęciu regionalnym
/1.405 ankietowanych/

Wyszczególnienie	Góry		Morze		Pojezierza		Uzdrowiska		Ogółem	
	Liczba badanych	%	Liczba badanych	%	Liczba badanych	%	Liczba badan.	%	Liczba badan.	%
PŁEC:										
mężczyźni	161	43,9	232	45,2	147	51,9	84	34,7	624	44,4
kobiety	2o6	56,1	281	54,8	136	48,1	158	65,3	781	55,6
WIEK:										
poniżej 30	121	33,o	117	22,8	1o1	35,7	9	3,7	348	24,8
30 - 39	1o3	28,1	263	51,3	93	32,9	35	14,5	494	35,2
40 - 49	76	2o,7	87	16,9	55	19,4	51	21,1	269	19,1
50 - 59	42	11,4	38	7,4	24	8,5	87	35,9	191	13,6
60 i więcej lat	25	6,8	8	1,6	10	3,5	60	24,8	1o3	7,3
STAN CYWILNY:										
żonaci, zamężne	2o8	56,7	390	76,o	146	51,6	148	61,1	892	63,5
kawalerowie, panny	115	31,3	82	16,o	90	31,8	27	11,2	314	22,3
pozostali	44	12,o	41	8,o	47	16,6	67	27,7	199	14,2
STAN RODZINNY:										
- osoby samotne	64	17,4	35	6,8	30	1o,6	59	24,3	188	13,4
- rodz. bez dzieci	71	19,4	74	14,4	60	21,2	69	28,5	274	19,5
- w tym 2 osobowe	52	14,2	34	6,6	35	12,4	55	22,7	176	12,5
pozostałe	19	5,2	40	7,8	25	8,8	14	5,8	98	7,o
- rodziny z dziećmi	232	63,2	4o4	78,8	193	68,2	114	47,o	943	67,1
w tym: 2 osob.z 1 dzieckiem	31	8,5	4o	7,8	31	1o,9	18	7,4	12o	8,5
3 osob.z 1 "	98	26,7	154	3o,o	69	24,4	4o	16,5	361	25,7
4 osob.z 2 dzieci	79	21,5	159	31,o	63	22,3	26	1o,7	327	23,3
pozostałe	24	6,5	51	1o,o	30	1o,6	3o	12,4	135	9,6
WYKSZTAŁCENIE:										
- podstawowe i niep.podstawowe	25	6,8	37	8,2	54	19,1	42	17,4	158	11,2
- średnie i niepełne średnie	175	47,1	246	48,o	152	53,7	131	54,1	702	5o,o
- wyższe i niepełne wyższe	169	46,1	23o	44,8	77	27,2	69	28,5	545	38,8
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA:										
- robotnicy	55	15,o	8o	15,6	46	16,3	24	9,9	2o5	14,6
- urzędnicy	82	22,3	121	23,6	45	15,9	5o	2o,6	298	21,2
- technicy, mistrzowie, brygadzis.	31	8,5	49	9,6	13	4,6	10	4,1	1o3	7,3
- pełniący funkcje kier.	26	7,1	48	9,4	19	6,7	25	1o,3	118	8,4
- wolne zawody, dyrektorzy dużych przedsiębiorstw, intel. twórcza	26	7,1	51	9,9	12	4,2	11	4,5	100	7,1
- właściciele prywatnych zakł.	26	7,1	32	6,2	19	6,7	7	2,9	84	6,o
- studenci i uczniowie	28	7,6	18	3,5	62	21,9	2	1,1	110	7,8
- emeryci i renciści	24	6,5	7	1,4	10	3,5	58	23,9	99	7,1
- nie pracują	17	4,6	13	2,5	7	2,5	7	2,9	44	3,1
- pozostali /nauczyciele, lekarze, wojskowi itp/	52	14,2	94	18,3	5o	17,7	48	19,8	244	17,4
DOCHODY:										
- poniżej 10.000	75	2o,4	13o	25,4	34	12,1	71	29,3	31o	22,1
- 10.000 - 14.999	111	3o,3	179	34,9	98	34,6	81	33,5	469	33,4
- 15.000 - 19.999	1o6	28,9	133	25,9	92	32,5	55	22,7	386	27,4
- 20.000 i więcej zł.	75	2o,4	71	13,8	59	2o,8	35	14,5	24o	17,1
POSIADANIE:										
- działka letniskowa	26	7,1	36	7,o	33	11,7	14	5,8	1o9	7,8
- samochód	162	44,1	25o	48,7	143	5o,5	112	46,3	667	47,5
WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI STAŁEGO ZAM.										
- aglomeracje miejsko-przemysłowe powyżej 500 tys.osób	194	52,8	276	53,8	173	61,1	86	35,6	729	51,9
- miasta 100 -499 tys.	66	18,o	96	18,7	46	16,3	63	26,o	271	19,3
- miasta 50 - 99 tys.	47	12,8	65	12,7	36	12,7	37	15,3	185	13,2
- miasta poniżej 50 tys.	33	9,o	54	1o,5	27	9,5	33	13,6	147	1o,4
- wsie	27	7,4	22	4,3	1	0,4	23	9,5	73	5,2
DŁUGOŚĆ WYPOCZYNKU:										
- poniżej 2 tygodni	147	4o,o	85	16,6	28	9,9	19	7,9	279	19,9
- 2 tygodnie	211	57,5	4o2	78,3	222	78,4	32	13,2	867	61,7
- powyżej 2 tygodni	9	2,5	26	5,1	33	11,7	191	78,9	259	18,4
FORMA ORGANIZACJI:WYPOCZYNKU:										
- przez pośrednika	229	62,4	464	90,4	225	79,5	212	12,4	1130	19,6
- samemu	138	37,6	48	9,6	58	2o,5	3o	87,6	275	8o,4
SPOSÓB WYPOCZYNKU:										
- samotnie	44	12,o	45	8,8	26	9,2	127	52,5	242	17,2
- z rodziną	226	61,6	384	74,8	169	59,7	62	25,6	841	59,9
- ze znajomymi	97	26,4	84	16,4	88	31,1	52	21,9	322	22,9

Źródło: Badania ankietowe.

Wiek przybyłych turystów ma istotne znaczenie dla przedsiębiorstw turystycznych, ponieważ ujawnia się on w odmiennych preferencjach. Młodzi ludzie np. wolą ludniejsze domy, częściej korzystają z usług kulturalnych, rekreacyjnych i sportowych, preferują lokale gastronomiczne o funkcjach rozrywkowych.

Wiek turystów w badanych regionach był zróżnicowany. Pod tym względem zdecydowanie odmienne były Busko i Ciechocinek, w których przewagę stanowiły osoby w wieku ponad 50 lat /60,7%/, podczas gdy w pozostałych regionach ludzie w tym wieku stanowili w miejscowościach górskich 18,2%, Zakopane 3,9%, Krynica 5,9%/, pojeziernych 12,o% i nadmorskich zaledwie 9,o%. Natomiast ludzi młodych /do 30 lat/ najwięcej było na pojezierzach /35,7%/, i w górach /33,o%/ przy tym w Zakopanym aż 47,7%. Najmniej młodych ludzi przebywało w uzdrowiskach bo zaledwie 3,7%. Turyści w wieku średnim /30-49 lat/ dominowali w miejscowościach nadmorskich /68,2%/, na pojezierzach i w górach stanowili oni odpowiednio 52,3% i 48,8%, a w uzdrowiskach tylko 35,6%.

Z wiekiem bardzo silnie jest skorelowany stan cywilny. Kawalerów i panien najwięcej przebywało na pojezierzach /31,8%/ i w górach /31,3%/, najwięcej w Zakopanym 49,o%, a stosunkowo mało nad morzem /16,o%/ i najmniej w uzdrowiskach /11,2%/.Natomiast pozostałych /wdów,wdowców czy rozwiedzionych/ najwięcej spotkano w uzdrowiskach, bo 27,7%, czyli 2 lub 3 krotnie więcej niż w innych regionach kraju.

Struktura rodzin turystów, z wyjątkiem przebywających w uzdrowiskach, jest podobna. Można jednak odnotować najwięcej osób z rodzin jednoosobowych w uzdrowiskach /24,3%/ i w górach /17,4%/, a szczególnie w Zakopanem /18,9%/ i Krynicy /22,6%/, a najmniej nad morzem /6,8%/. Natomiast turystów pochodzących z rodzin bez dzieci jest również najwięcej w uzdrowiskach /28,5%/, a najmniej nad morzem /14,4%/. Obserwuje się przy tym ciekawe,

lecz typowe zjawisko. Turyści z rodzin jednoosobowych i rodzin bez dzieci stanowili w Sopocie 28,o% i Międzyzdrojach 26,o%, podczas gdy w Ustce 20,o%, a Łebie tylko 13,2%. Można stąd wyciągnąć wniosek, że turyści z rodzin z dziećmi, przebywający z rodzinami poszukują bardziej spokojnych miejsc wypoczynku, a osoby z rodzin bez dzieci miejscowości renomowanych, zapewniających więcej rozrywek.

Znacznie ważniejszym czynnikiem różnicującym wybór miejsca pobytu jest pokrewieństwo osób, z którymi respondent wypoczywa. I tak turyści wypoczywający samotnie stanowili w uzdrowiskach większość /52,5%/, podczas gdy w pozostałych regionach tylko od 8,8 - do 12,o%. Ma też miejsce znaczne zróżnicowanie pod tym względem w ramach regionu. I tak ekstremalne udziały wypoczywających samotnie w górach osiągnęły: Szczyrk 7,1% i Krynica 17,6%, a nad morzem Łeba 3,9% i Sopot 17,1%.

Podobnie zróżnicowany terytorialnie był udział turystów wypoczywających ze znajomymi, od 16,4% nad morzem, do 31,1% na pojezierzach. Najniższe udziały osiągnęły przy tym Łeba 5,9%, Krynica 11,8% i Szczyrk 15,2%, a najwyższe Zakopane 44,4%, Giżycko 34,1%, Sopot 3o,8% i Augustów 28,4%.

Wypoczynek w gronie rodziny dominował więc nad morzem - 74,8% /szczególnie w Łebie - 94,2% i Ustce - 78,2%/, średni poziom osiągnął w górach - 61,6%, z dominacją Szczyrku - 77,7% i Krynicy 70,6% oraz na pojezierzach /59,7%/, a najniższy w uzdrowiskach, bo zaledwie 25,6%.

Bardzo mało różnicuje regionalnie turystów struktura zawodowa oraz dochody i stan posiadania działki rekreacyjnej oraz samochodu. W uzdrowiskach co jest zrozumiałe, zaznacza się tylko wyższy udział emerytów i rencistów, a na pojezierzach studentów.

Dostrzega się natomiast pewne różnice w wyborze regionu wypoczynku przez mieszkańców różnej wielkości osiedli. Mieszkańcy

wielkich aglomeracji miejsko-przemysłowych preferują pojezierze /61,1%/ , a mieszkańcy wsi morze i góry, przy dominacji najbardziej renomowanych miejscowości /Sopot,Międzyzdroje,Zakopane czy Krynica/.

Bardzo wyraźnie natomiast różnicuje regionalnie turystów długość okresu wypoczynku i jego organizacja. I tak w górach 40,o% turystów wypoczywało w okresie poniżej 2 tygodni,przy tym 37,6% zorganizowało pobyt samemu. Analogiczne wskaźniki dla Zakopanego wyniosły aż 60,8% i 48,4%, podczas gdy nad morzem wypoczywających do 2 tygodni było tylko 16,6%, a samemu zorganizowało pobyt tylko 9,6%. Zupełnie odmiennie kształtuje się długość wypoczynku w uzdrowiskach,gdzie z kolei pobyt ponad 2 tygodniowy osiągnął wskaźnik 78,9%, podczas gdy w pozostałych regionach od 2,5 do 12,7%. Do Zakopanego, częściowo Krynicy,Szczyrku czy Sopotu częściej "wpada" się więc na krócej, i organizuje pobyt na miejscu. W pozostałych miejscowościach nadmorskich i pojezierzy oraz w uzdrowiskach przebywa się długo, a pobyt jest zorganizowany wcześniej przez pośrednika.

W podsumowaniu można więc stwierdzić, że obecne zróżnicowanie turystów wypoczywających w różnych regionach kraju nie jest znaczne, chociaż już na tyle dostrzegalne, że nie powinno być ignorowane przez przedsiębiorstwa pośredniczące w organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach.

Na przykład turyści wypoczywający w uzdrowiskach są zdecydowanie starsi,o znacznym udziale emerytów i rencistów, o przewadze osób samotnych i małżeństw bez dzieci. Przybyli relatywnie w większym stopniu niż w innych regionach ze wsi i z mniejszych miast. Są to turyści o niższym wykształceniu i dochodach. Ich wypoczynek jest zorganizowany i trwa 3 tygodnie.

Na pojezierzach jest relatywnie więcej mężczyzn, więcej młodzieży, ludzi w stanie wolnym, osób samotnych i małżeństw bez dzieci. Pochodzenie terytorialne ludności wykazuje zdecydowaną przewagę mieszkańców wielkich aglomeracji miejsko-przemysłowych, przy minimalnej ilości turystów ze wsi i z małych miasteczek.

W miejscowościach nadmorskich zdecydowanie dominują turyści w wieku średnim, przybyli na wypoczynek z rodzinami, z dziećmi na typowe 2 tygodniowe zorganizowane wczasy.

W odróżnieniu od miejscowości nadmorskich, w górskich jest więcej osób młodych i samotnych, mniej małżeństw z dziećmi. Cechuje ich wyższe wykształcenie, w większym stopniu wypoczywają krócej niż 2 tygodnie i sami organizują pobyt.

Reasumując można stwierdzić, że najsilniej terytorialnie różnicują turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach takie czynniki jak: wiek, stan cywilny i rodzinny, pochodzenie terytorialne, okres wypoczynku i jego organizacja, Natomiast najsłabszymi cechami różnicującymi są: płeć, wykształcenie, grupy zawodowe, dochody i stan posiadania wybranych dóbr.

ROZDZIAŁ III

PRODUKT TURYSTYCZNY W POSTACI PRYWATNEJ KWATERY I JEGO DOSTOSOWANIE DO POTRZEB TURYSTÓW

1. Ujęcie produktu turystycznego.

Różnym kompleksom potrzeb turystycznych człowieka odpowiadają zaspokajające je określone dobra i usługi, ponieważ potrzeby turystyczne przejawiają się w konkretnym popycie na różne dobra i usługi.[1] W literaturze ekonomicznej dotyczącej zagadnień turystyki spotyka się znaczną dowolność w określaniu przedmiotów turystycznego spożycia.[2] Na przykład niektórzy autorzy zaliczają do dóbr turystycznych te dobra, które wiążą się z higieną osobistą, ochroną zdrowia czy komunikacją publiczną.[3] Inni zaliczają do dóbr turystycznych tylko te, które są nabywane przez indywidualnych konsumentów lub ich gospodarstwa domowe, z wykluczeniem organizacji i przedsiębiorstw turystycznych.[4]

Najczęściej stosowanym kryterium klasyfikacji dóbr i usług turystycznych jest rodzaj zaspokajanych potrzeb. Według tego kryterium np. O.Rogalewski wyróżnia następujące podstawowe kompleksy dóbr i usług turystycznych:

- komunikacyjne,
- żywieniowe,

---

1 J.Giezgała: Turystyka w gospodarce narodowej, PWE, Warszawa, 1969 r. s.2o6

2 S.Bosiacki: Konsumpcja dóbr ....op.cit. s.112

3 A.Kornak: Społeczno-ekonomiczne funkcje usług turystycznych, TNOiK, Warszawa-Bydgoszcz 1972 r., s.31.

4 A.Adamowicz: Turystyka jako element socjalistycznego modelu konsumpcji, "Ruch turystyczny", Nr 1, 1975 r. s.11.

- noclegowe,
- towarzyszące.[1]

J.Giezgała natomiast dzieli dobra i usługi zaspokajające turystów na:

- usługi transportowe
- usługi noclegowe i żywieniowe oraz dobra żywnościowe,
- odzież, obuwie oraz sprzęt sportowo-turystyczny,
- usługi kulturalno-rozrywkowe, upominki i pamiątki,
- usługi informacji turystycznej.[2]

Bardziej szczegółowego podziału dokonuje A.Kornak, który wydziela:

- usługi reklamy, dyspozycji i informacji,
- usługi transportowe,
- usługi noclegowe,
- usługi gastronomiczne,
- usługi kulturalno-rozrywkowe,
- usługi handlowe i rzemieślnicze,
- usługi rekreacyjno-sportowe,
- usługi administracyjno-społeczne.[3]

Nieco innego podziału dóbr i usług turystycznych dokonuje D.Lundberg, który wyróżnia następujące kompleksy dóbr i usług turystycznych:

- żywność i napoje,
- usługi noclegowe,
- usługi sportowo-rekreacyjne,
- usługi związane z oczyszczeniem i praniem odzieży,
- usługi stacji benzynowych,
- upominki i pamiątki,

---

1 O.Rogalewski: Zagospodarowanie....op.cit. s.12-13.

2 J.Giezgała: Turystyka w gospodarce.....op.cit. s.2o7

3 A.Kornak: Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa 1979 r. s.162

- usługi kulturalne związane z odbiorem treści artystycznych.[1]

Przytoczone przykłady typologii dóbr i usług zaspokajających potrzeby turystyczne wykazują ich różnorodność w zależności od kryteriów przyjętych przez ich autorów i w związku z tym ograniczoną przydatność pragmatyczną. Znacznie bardziej przydatną wydaje się marketingowe podejście do konsumpcji turystycznej i posługiwanie się pojęciem produktu turystycznego, którym być może jakiekolwiek przedmiot sprzedaży lub zakupu, a więc zarówno dobro /przedmiot/ jak również usługa /czynność/.[2]

Należy zaznaczyć, że produkt turystyczny ujmuje się przy tym jako "cały koszyk dóbr i usług", niezależnie od rodzaju formy czy organizacji wypoczynku turystycznego.

Produkt turystyczny jest jednak produktem szczególnym i jego istotną częścią składową oprócz "produktów pracy ludzkiej" są także podstawowe dobra turystyczne "bardziej prawidłowo nazywane "walorami naturalnymi" jak np. urozmaiconą rzeźbą terenu, akweny wodne, odpowiedni klimat, fauna czy flora. Dopiero zespół walorów naturalnych i produktów pracy ludzkiej, wliczając w nie także walory historyczno-kulturalne /zabytki, muzea, wydarzenia historyczne, legendy związane z danym terenem, folklor/ stwarza produkt turystyczny. Produkt turystyczny jest więc zespołem wszystkim wymienionych elementów, odpowiednio ze sobą powiązanych, bowiem tylko dobra i usługi w powiązaniu z "atrakcjami" turystycznymi tworzą wartościowy produkt turystyczny.[3]

Podobnie pojęcie produktu turystycznego ujmuje K.Rogoziński. Stwierdza, że produkt turystyczny tworzy trioda elementów

---

1 D.Lundberg: The tourist business, Chicago, 1973, s.29.

2 J.Dietl: Marketing - wybrane .....op.cit. s.126

3 J.Szczygielski: Kierunki usprawnienia obsługi wypoczynku na terenach wiejskich, IHWiU, "Opracowania i Materiały", Nr 144, Warszawa, 1980 r. s.21.

/atrakcje + dobra + usługi/. Przy tym za atrakcje uważa wszystko to, co przyciąga turystów i przesądza o wyborze danego miejsca jako celu podróży turystycznej.[1]

W zbliżony sposób produkt turystyczny jest ujmowany w literaturze zachodniej. Na przykład J.Krippendorf pod pojęciem produktu turystycznego rozumie:

- czynniki naturalne: geograficzne, topograficzne, pejzaż, fauna, flora, klimat,
- ogólne czynniki egzystencji i aktywności społecznej: język, folklor, kultura, polityka, ekonomia,
- infrastrukturę ogólną: transport i komunikację, zaopatrzenie w wodę, elektryczność,
- wyposażenie turystyczne i infrastrukturę specjalną, taką jak transport turystyczny, urządzenia do prowadzenia działalności noclegowej, żywieniowej, rozrywkowej, informacyjnej itp.[2]

Jakość atrakcji /czynników naturalnych/ tylko wtedy zyska miano atrakcji turystycznej, kiedy będzie zespolona z dobrami i usługami w jednolity produkt turystyczny. Takie podejście wynika z praktyki turystycznej w warunkach nasycenia usługami. Atrakcyjne walory naturalne tylko wtedy staną się "magnesem zwabiającym turystów", kiedy będą wyposażone w odpowiednie urządzenia i usługi.

Produkt turystyczny jest podstawowym stymulatorem ruchu turystycznego, głównym narzędziem marketingowego działania. Należy tu podkreślić, że stymulacja ruchu turystycznego odbywa się przez kreację wszystkich elementów produktu. W skład produktu

---

[1] K. Rogoziński: Marketing na rynku turystycznym, "Handel Wewnętrzny Nr 4, 1977 r., s.13.

[2] J.Krippendorf: Notions de base du marketing touristique, AIEST, 1973 r. s.3o.

turystycznego wchodzą elementy z różnych dziedzin gospodarki narodowej np. gospodarki mieszkaniowej, handlu, gastronomii, rzemiosła, komunikacji, kultury, zdrowia, oświaty, sportu czy turystyki. Zawiera on więc wszystko, czego potrzebuje turysta w okresowym miejscu wypoczynku. Stąd wynika szczególność tego produktu zawierającego wyjątkowo dużo elementów składowych, odpowiednio ze sobą powiązanych.

Produkt turystyczny w formie usługi wypoczynkowej w postaci prywatnej kwatery jest produktem szczególnym, ze względu na ogromną zmienność popytu na tę grupę produktów turystycznych w czasie. Popyt ten jest przy tym zróżnicowany zależnie od położenia geograficznego i warunków naturalnych terenu, np. dwusezonowy w górach, jednosezonowy na pozostałych terenach. Zależy od połączeń komunikacyjnych, aktualnej pogody itd.

Na wartość finalnego produktu składają się finalne produkty szczegółowe. Przy ocenie wartości całego produktu, trzeba poszczególne jego elementy analizować osobno. W tej pracy za najważniejsze uznano warunki naturalne, mieszkaniowe, żywieniowe i pozostałe elementy.

2. Walory turystyczne jako element produktu w postaci prywatnej kwatery.

Najważniejszym elementem zdecydowanej większości produktów turystycznych są walory turystyczne terenu, odpowiadające pojęciu podstawowe dobra turystyczne lub też czynniki pierwotne. Składają się na nie walory naturalne oraz produkty pracy ludzkiej, np. zabytki, tradycje czy imprezy. W literaturze turystycznej i ekonomicznej istnieje zgodność co do tego, że występowanie walorów turystycznych jest zasadniczym warunkiem rozwoju ruchu turystycznego, jest elementem podstawowym i wiodącym,[1] na którego tle

[1] W.Gaworecki: Ekonomika i organizacja turystyki, PWN, Warszawa, 1982 r. s.24.

rozwija się dopiero kompleks walorów recepcyjnych J.Zawistowski pisze nawet następująco: "Należałoby też skończyć z fetyszyzacją bazy noclegowej. Turysta przyjeżdża do regionu przede wszystkim ze względu na walory środowiska, a następnie urządzenia rekreacyjno-sportowe /np. plaże, przystanie, wyciągi/. Baza noclegowa jest w tym procesie elementem niezbędnym,ale nie najważniejszym".[1]

Trudno się zgodzić całkowicie z takim twierdzeniem. Wydaje się, że usługi noclegowe, żywieniowe, organizacyjne itp. są równie ważne jak walory naturalne terenu. Ich niedostateczny rozwój może hamować lub nawet wykluczyć korzystanie z tych walorów. Niemniej jednak walory naturalne środowiska geograficznego są w turystyce czynnikiem inicjującym ruch turystyczny. Walory terenu stanowią więc same w sobie zasadniczy cel przyjazdów turystycznych.

Dla rynku kwater prywatnych najważniejsza jest atrakcyjność walorów z punktu widzenia wypoczynku pobytowego. Walory wypoczynkowe skłaniają turystę do przebywania przez dłuższy czas w wybranym terenie i mają swoje oparcie w walorach naturalnych i urządzeniach pozwalających spędzić wolny czas. Dla walorów wypoczynkowych najwyższą wartość będą więc miały takie elementy jak: mikroklimat, plaże, akweny wodne, lasy, tereny górskie, parki, ogrody, urządzenia sportowo-rekreacyjne, miejsca spacerowe itp.

O ogromnej roli walorów turystycznych w wyborze miejsca wypoczynku świadczą badania nad motywami przyjazdów turystów do badanych miejscowości. Miejsce spędzenia wolnego czasu było na ogół starannie wybrane. Zaledwie 16% turystów przyjechało do danych miejscowości przypadkowo,głównie z braku innych możliwości wyboru miejsca wczasów w swoim zakładzie pracy. Pozostali, w ogromnej większości wybór miejscowości motywowali walorami środowiska naturalnego /góry,morze,jezora,las,ładna okolica,mikroklimat,

1 J.Zawistowski: Warunki naturalne województwa suwalskiego i możliwości ich turystycznego wykorzystania.Referat na konferencję pt."Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych,ze szczególnym uwzględnieniem żywienia,w ujęciu regionalnym",Suwałki - Wigry, 20-21.IX,1979 r. /maszynopis powielony/.

krajobrazy, czyste miejsce kąpieli itd/.Ci turyści stanowili ponad połowę badanych /54%/, a wliczając w to również tych, dla których głównym powodem przyjazdu były właściwości lecznicze miejscowości /źródła mineralne, zabiegi lecznicze/ wskaźnik ten podniósł się do ponad 66%. Trzeba przy tym dodać, że prawie we wszystkich innych odpowiedziach, w których głównym motywem przyjazdu był inny powód np. rodzina, bliskość miejsca zamieszkania lub dogodne połączenia komunikacyjne, ciekawość poznania popularnej miejscowości, bądź też organizowane wczasy połączone z kursem prawa jazdy itp, walory naturalne terenu były również brane pod uwagę ale w dalszej kolejności.

Należy zwrócić uwagę na zróżnicowanie motywów przyjazdu w ujęciu regionalnym, jak również miejscowym. Na przykład walory naturalne terenu decydowały o wyborze miast nadmorskich / od 58% w Ustce, do 74% w Łebie/, podczas gdy w Sopocie osiągnęły poziom zaledwie 27%. Z drugiej strony ciekawość poznania miasta oraz rozrywki i spotkania towarzyskie stanowiły w Sopocie główny powód przyjazdu u prawie 40% badanych, podczas gdy w pozostałych miastach nadmorskich stanowiły zaledwie od 3% w Łebie do 8% w Międzyzdrojach. Istotne znaczenie miały względy zdrowotne i możliwość leczenia w Busku, Ciechocinku i Krynicy, bliskość miejsca zamieszkania w Szczyrku czy Ciechocinku oraz inne, specjalne powody, np. kursy żeglarskie, prawa jazdy itp. w Augustowie,Giżycku i Międzyzdrojach. Z tej analizy wypływają dwa wnioski. Po pierwsze istnieją potrzeby badania motywów przyjazdu do danej miejscowości, w celu lepszego dostosowania działalności przedsiębiorstw turystycznych do oczekiwań turystów i po drugie zachodzi konieczność bezwzględnej ochrony walorów naturalnych terenu, jako podstawy gospodarki turystycznej.

Badane miejscowości, które wszystkie były położone w najbardziej atrakcyjnych przyrodniczo terenach, gwałtownie tracą

Tablica 12

Motywy przyjazdu turystów do badanych miejscowości,
w ujęciu regionalnym

Wyszczególnienie	Góry		Morze		Pojezierza		Uzdrowiska		Ogółem	
	Liczba badanych	%	Liczba badan.	%	Liczba badan.	%	Liczba badan.	%	Liczba badan.	%
walory naturalne terenu	221	6o,2	3o2	58,9	197	69,6	34	14,1	754	53,7
możliwość zabiegów leczniczych	20	5,4	8	1,6	-	-	149	61,6	177	12,6
ciekawość poznania renomowanej miejscowości i okolicy	14	3,8	35	6,8	7	2,5	10	4,1	66	4,7
bliskość miejsca zamieszkania	23	6,3	6	1,2	3	1,1	16	6,6	48	3,4
rozrywki, towarzystwo	13	3,6	31	6,o	-	-	-	-	44	3,1
serdeczność gospodarzy	6	1,6	1	0,2	2	0,7	-	-	9	o,6
brak możliwości wyboru /skierowanie/	55	15,o	106	2o,7	42	14,8	26	1o,7	229	16,3
inne powody	15	4,1	24	4,6	32	11,3	7	2,9	78	5,6

Źródło: Badania ankietowe.

pod tym względem na znaczeniu. I tak Międzyzdroje, Ustka, Łeba i Sopot znajdują się w tzw. ponadregionalnych obszarach konfliktowych, Szczyrk i Zakopane w regionalnych obszarach konfliktowych, Giżycko w strefie preferencji lokalizacyjnych dla przemysłu wg NPSG na lata 1983-85, a Międzyzdroje, Busko-Zdrój, Ciechocinek Zdrój są uzdrowiskami zagrożonymi utratą walorów leczniczych.[1] Jedynie więc Krynica leży na terenach tzw. bezkonfliktowych między wymaganiami gospodarki turystycznej, a innymi dziedzinami działalności gospodarczej i społecznej, bądź też zagrożeń nadmiernym rozwojem ruchu turystycznego do możliwościrecepcyjnych terenu.

Najwyższe zagrożenie funkcji turystycznej ma miejsce w Sopocie. Wody Zatoki Gdańskiej są zatrute związkami metali ciężkich, zwłaszcza rtęcią i ołowiem w stężeniu kilkunastokrotnie większym niż na otwartym oceanie. Powoduje to nie tylko zakaz kąpieli ale i skażenia bateriologiczne plaży. Skażenie wód przy bardzo silnie zanieczyszczonym powietrzu powoduje zamieranie tego kurortu. Wczasowicze przyjeżdżający do Sopotu są oburzeni istniejącą sytuacją i brakiem uczciwej informacji, przed podjęciem decyzji wyjazdu.

Ogromnie zagrożone są Międzyzdroje na skutek kilkakrotnego przekroczenia norm opadów pyłowych z obiektów przemysłowych i zanieczyszczonych wód, wylewanych przez Świnę do Zatoki Pomorskiej które przy przeważających wiatrach zachodnich kierują się w stronę Międzyzdrojów. Nieco lepsza sytuacja ma miejsce na wybrzeżu środkowym, z wyjątkiem właśnie między innymi wybrzeża w rejonie Ustki i Łeby, do których rzeki Słupia i Łeba wlewają brudne wody III klasy czystości. Stale pogarszająca się sytuacja ekologiczna

---

[1] Obszary ekologicznego zagrożenia w Polsce, GUS, Warszawa, 1985 r.

przy brakach inwestycyjnych /zaopatrzenie w wodę, oczyszczanie ścieków/ może spowodować zamknięcie kąpielisk i plaż między innymi w Międzyzdrojach, Ustce i Łebie, a w dalszej perspektywie ich wyłączenie jako ośrodków wypoczynku urlopowego.

Ze względu na ogromne zanieczyszczenie jezior i nadmierny rozwój przemysłu, bez towarzyszących inwestycji ochrony środowiska, przewidziano zahamowanie rozwoju wypoczynku między innymi w Augustowie i Giżycku. Piękne mazurskie i suwalskie jeziora przy tych miastach stały się poza częścią przypowierzchniową martwe biologicznie.

Wiele lokalnych zagrożeń środowiska naturalnego obserwuje się w Zakopanem, Krynicy, a lokalnych i ponadlokalnych w Szczyrku, Busku Zdroju, Ciechocinku Zdroju. Na przykład w Busku Zdroju stwierdzono zanieczyszczenie wód mineralnych.

Znaczne zagrożenie ekologiczne i pogorszenie walorów środowiska przyrodniczego wynika również z ogromnej atrakcyjności turystycznej badanych miejscowości i ich szybkiego mało harmonijnego rozwoju. Z tablicy 13 widać, że tylko Szczyrk, Międzyzdroje i Łeba nie osiągnęły jeszcze 10 tys. stałych mieszkańców, pozostałe są już miastami średnimi o bardzo szybko rosnącej liczbie ludności. Szybkość rozwoju ludności wynika z atrakcyjności turystycznej i w efekcie usługowej, co przyciąga sektor prywatny, powoduje szybki rozwój prywatnego budownictwa nastawionego na wynajmowanie prywatnych kwater. Wielokrotnie wyższa od stałych mieszkańców liczba turystów przybywająca do tych miast, przy braku możliwości rozwoju infrastruktury komunalnej, powoduje ich przeciążenie turystami ponad dopuszczalną pojemność turystyczną i szybki proces degradacji ich naturalnego środowiska, co w konsekwencji powoduje stale obniżającą się atrakcyjność turystyczną, zwłaszcza dla długookresowego wypoczynku pobytowego.

Tablica 13

Przyrost stałych mieszkańców badanych miejscowości, które osiągnęły 10 tys. osób w tys.

Miasto	1960 r.	1970 r.	1980 r.	1986 r.	1960r.= =100
Ciechocinek Zdr.	6,8	8,3	10,5	11,1	163,2
Krynica	9,2	1o,2	11,6	13,3	144,9
Busko Zdr.	8,3	11,2	14,4	16,4	197,6
Ustka	6,1	9,5	15,2	16,7	273,8
Augustów	14,5	19,8	24,3	27,4	189,o
Giżycko	14,8	18,3	24,1	28,5	192,6
Zakopane	24,9	27,1	28,8	3o,o	12o,5
Sopot	44,o	47,6	51,3	5o,3	114,3

Źródło: Roczniki Statystyczne GUS, 1971, 1981, 1987 r.

Poprawa warunków naturalnych środowiska,lub raczej zahamowanie postępującej jego degradacji,odłożone jest na lata 90-te, czyli na okres intensywniejszego rozwoju gospodarczego kraju. Ta znaczna zwłoka wywoła ujemne skutki społeczne, gospodarcze i przestrzenne, w postaci wyłączenia wielu terenów i ośrodków z użytkowania turystycznego.[1] Zakładane równomierne przestrzennie redukowanie niedoborów uspołecznionej bazy wypoczynkowej przez aktywizację rozwoju sektora prywatnego, w postaci prywatnych kwater, przy postępującej zróżnicowanej degradacji walorów naturalnych jest założeniem błędnym. Przy swobodnym przepływie prywatnych kapitałów będą one uruchomione tylko na zmniejszających się terenach mało skażonych i to tych najbardziej atrakcyjnych turystycznie, co może przyczynić się do pogłębiania procesów koncentracji turystyki wypoczynkowej,ze wszystkimi ujemnymi konsekwencjami.

---

[1] A.Jaguszewicz i Zespół: Przestrzenna polityka turystyczna 1986-1995. Instytut Turystyki, Warszawa, 1986 r. s.212 i dalsze.

3. Usługi turystyczne jako elementy produktu w postaci prywatnej kwatery.

Drugim elementem produktu turystycznego /po dobrach turystycznych/ są usługi. Trudno nie zgodzić się z twierdzeniem A.Kornaka, że pojęcie usług turystycznych, jest określeniem umownym i w zasadzie nie podlega definiowaniu.[1] Wszystkie bowiem definicje usług "branżowych" przyjmują ogólną definicję usług i dostosowują ją do specyfiki danej dziedziny.[2] Usługi turystyczne będą więc czynnościami związanymi z zaspokajaniem potrzeb turystów przed podróżą turystyczną, w czasie jej trwania oraz pobytu turystycznegp,które nie służą bezpośrednio powstawaniu nowych przedmiotów.

Trzeba natomiast eksponować specyfikę usług turystycznych, której poznanie i wykorzystanie może przyczynić się do lepszej obsługi turysty, a tym samym do osiągnięcia lepszych wyników ekonomicznych zakładu usługowego czy przedsiębiorstwa.

Po pierwsze, usługi turystyczne w procesie zagospodarowania wolnego czasu zapewniają regenerację sił fizycznych i psychicznych człowieka. Stąd ich ważna rola społeczna i gospodarcza.

Po drugie, usługi turystyczne są niesłychanie zróżnicowane pod względem rodzajowym. Turysta korzysta zarówno z usług typowych dla miejsca stałego zamieszkania jak również tylko turystycznych, ujawniających się podczas wypoczynku, zarówno z usług turystycznych jak i paraturystycznych itd. Badanie i poznanie potrzeb poszczególnych segmentów rynku turystycznego jest więc trudne ale konieczne.

---

[1] A.Kornak: Ekonomika....op.cit. s.160

[2] Istnieje wiele definicji i podziałów usług turystycznych.Można tu wskazać publikacje na ten temat:
- Z.Filipowicz: Problemy ekonomiczne turystyki,"Sport i Turystyka",Warszawa,1969 r. s.85
- W.Gaworecki: Ekonomika i organizacja...op.cit. s.141-145
- K.Rogoziński: Regionalne uwarunkowania w podaży usług, na przykładzie regionu turystycznego,Zeszyt 68, Seria I, AE w Poznaniu, 1976 r. s.59.

Po trzecie, popyt na usługi turystyczne jest zróżnicowany w czasie i przestrzeni, co powoduje trudności dostosowania do niego produktów turystycznych oraz podwyższone koszty.

Po czwarte, usługi turystyczne są prawie zawsze związane z określonym terenem, więc ich kreacja powinna to uwzględniać.

Po piąte, popyt na usługi turystyczne jest na ogół w wysokim stopniu elastyczny na zmianę poszczególnych elementów rynkowych.

Po szóste, w turystyce popyt nie ujawnia się na pojedyńcze usługi, ale na całe kompleksy usług wraz z dobrami turystycznymi, czyli na określony produkt turystyczny.

Jak już stwierdzono sprzedajemy turyście usługi, które umożliwiają i uprzyjemniają mu spędzenie wolnego czasu. Muszą być więc one wzajemnie ze sobą powiązane ilościowo, standardowo, przestrzennie itd, tak żeby tworzyły właściwy produkt turystyczny dostosowany do danego segmentu rynku, w tym przypadku do rynku prywatnych kwater.

Turysta z reguły nie przyjeżdża do danej miejscowości turystycznej po zakup noclegu, obiadu czy rozrywki, a przyjeżdża do walorów naturalnych lub ogólniej turystycznych terenu. Oferowane usługi mają mu ten przyjazd uprzyjemnić i uatrakcyjnić. Bez więc dobrego rozwoju usług nie powstanie właściwe wyobrażenie turysty o dobrze spędzonym wolnym czasie w danej miejscowości, takie wyobrażenie, które skłoni go do ponownego przyjazdu, takie które nakłoni jego przyjaciół, znajomych do odwiedzenia tej miejscowości. W ujęciu marketingowym nie sprzedajemy więc łóżka do spania, obiadu czy pamiątki, ale sprzedajemy oczekiwane przez turystę warunki spędzenia wolnego czasu.

Turyści przebywający w miejscowościach dominacji turystyki pobytowej i wypoczywający w prywatnych kwaterach są szczególnie zainteresowani dobrym poziomem usług mieszkaniowych /noclegowych/ i żywieniowych. Te dwa rodzaje usług wyeksponowano szczególnie. Inne rodzaje ujęto łącznie jako pozostałe usługi.

a. Warunki mieszkaniowe.

Usługi mieszkaniowe /noclegowe/ umożliwiają turyście przebywanie poza miejscem stałego zamieszkania dłużej niż przez jeden dzień, zapewniając nocleg i zakwaterowanie wraz z podstawowymi urządzeniami sanitarnymi. Są więc tym elementem zagospodarowania turystycznego, który warunkuje i umożliwia uprawianie głównych rodzajów turystyki. Stąd bazę noclegową uważa się słusznie za podstawowy element zagospodarowania turystycznego.

Usługi mieszkaniowe świadczone na rzecz turystów w postaci prywatnych kwater turystycznych zostaną scharakteryzowane na podstawie wyników badań ankietowych przeprowadzonych wśród właścicieli domów wynajmujących kwatery i turystów w nich wypoczywających.

Warunki mieszkaniowe oferowane turystom w prywatnych kwaterach w pojęciu przedsiębiorstwa turystycznego ujmowane są bardzo wąsko i dotyczą prawie wyłącznie tzw. kwatery czyli pokoju, mieszkania. Uważam, że jest to zbytnie uproszczenie, Turysta jest zainteresowany nie tylko tym w jakim pokoju mieszka, ale także wieloma innymi elementami warunków mieszkaniowych, takich jak np. rodzaj, wielkość, wyposażenie domu, jego położenie w mieście w relacji do miejsca spożywania posiłków, rekreacji, zabiegów itd, wielkość i urządzenie posesji możliwość korzystania z różnych urządzeń technicznych, sprzętu domowego i rekreacyjnego, gościnność gospodarzy itd.itd. Dopiero bowiem mieszkanie, wraz z jego fizycznym i psychicznym otoczeniem wytwarza pełne warunki mieszkaniowe, oczekiwane przez turystę i jego rodzinę.

Z analizy ankiet, w jej części dotyczącej domów, w których znajdują się prywatne kwatery wynika, że standard oferowanych kwater jest wyrównany i wysoki. Niemal wszystkie mieszkania wynajmowane turystom znajdują się w budynkach mieszkalnych. Spotkano zaledwie jedną przybudówkę do domu mieszkalnego w

Tablica 14

Wiek budynków z wynajmowanymi kwaterami

Region	do 1945		1945 - 1969		170 - 1979		1980 i później		Ogółem	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
górski	22	14,1	32	2o,5	65	41,7	37	23,7	156	100,0
nadmorski	64	34,8	29	15,8	61	33,1	30	16,3	184	100,0
pojezierny	32	28,1	23	2o,2	44	38,6	15	13,1	114	100,0
uzdrowiska	3	3,2	25	26,3	57	6o,o	10	1o,5	95	100,0
R a z e m :	121	22,o	109	19,9	227	41,3	92	16,8	549	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Giżycku i po jednym domu kempingowym w Ustce, Giżycku, Szczyrku i Augustowie. Są to w zdecydowanej większości budynki jednorodzinne, wolnostojące. Stanowiły one po 100% domów w Zakopanem, Busku Zdroju, Szczyrku, Krynicy, Ciechocinku, ponad 90% w Łebie, Ustce, po około 85% w Augustowie, Giżycku i Międzyzdrojach. Jedynie w Sopocie zdecydowanie przeważają /83%/ wynajmowane kwatery w domach wielorodzinnych.

Prywatne kwatery wynajmowane są najczęściej w nowych domach wzniesionych po wojnie. Takich budynków było aż 78%, a zbudowanych po 1970 roku ponad 58%. Najwięcej budynków zbudowanych w ostatnich 16 latach powstało w uzdrowiskach /70,5%/ i w górach /65,4%/, podczas gdy w regionie nadmorskim i pojeziernym w tym czasie był zbudowany co drugi dom.Ogromny przyrost budynków wzniesionych w latach 1970-78 /41%/ był konsekwencją znacznego rozwoju ruchu turystycznego w Polsce i w efekcie wzmożonym budownictwem mieszkaniowym, nastawionym na wynajmowanie prywatnych kwater. Natomiast starych, przedwojennych domów spotkano najwięcej w regionie nadmorskim /35%/, głównie w Sopocie /81%/ i Międzyzdrojach /35%/, a także w regionie pojeziernym /28%/.

Z wiekiem budynków wiąże się częściowo ich wysokość i forma architektoniczna. Plany architektoniczne dla budownictwa indywidualnego tworzone w latach 50-tych i 60-tych przewidywały głównie stawianie budynków jedno lub dwukondygnacyjnych, o ograniczonej powierzchni użytkowej. Nowsze budynki powstałe w latach późniejszych są w większości budynkami trzykondygnacyjnymi i dwukondygnacyjnymi. Zdecydowanie przeważają więc budynki 1 piętrowe. Ich udział wynosi od 43% w regionie nadmorskim do 59% w uzdrowiskach. Zwraca też uwagę znaczny udział budynków parterowych /często mieszkalnym poddaszem/ na pojezierzach, spowodowany takim właśnie dawnym tradycyjnym budownictwem. Natomiast znaczny udział wysokich budynków nad morzem jest konsekwencją także wysokich, przedwojennych domów wielorodzinnych w Sopocie /52/ .

Tablica 15

Wysokość budynków z wynajmowanymi kwaterami

Region	1 kondygnacja		2 kondygnacje		3 i więcej kondygn.		Ogółem	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
górski	16	10,3	92	59,o	48	3o,7	156	100,0
nadmorski	19	10,3	80	43,5	85	46,2	184	100,0
pojezierny	34	29,8	55	48,3	25	21,9	114	100,0
uzdrowiska	4	4,2	55	57,9	36	37,9	95	100,0
R a z e m :	73	13,3	282	51,4	194	35,3	549	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Oprócz Sopotu wysokich budynków jest najwięcej w Międzyzdrojach i Krynicy, co również jest związane ze starym budownictwem, a także wysoką ceną ziemi w tych atrakcyjnych miejscowościach. Eliminuje to ludzi o małych kapitałach i małych wymaganiach dotyczących przyszłego domu.

Budynki wznoszone są z różnych materiałów, przy tym ma miejsce zróżnicowanie regionalne. Przeważa budownictwo z cegły i różnymi dodatkami do niej /siporeks, pustak/. Stosunkowo dużo budynków zbudowano z pustaków betonowych lub siporeksu nad morzem i w uzdrowiskach, a z drewna w górach. Natomiast w pokryciu dachu przeważa blacha w górach, papa nad morzem oraz dachówka na pojezierzach. Natomiast w nowych budynkach ma miejsce ogromne ujednolicenie materiałów. W całej Polsce budynki w badanych miejscowościach wznosi się przeważnie z cegły z dodatkiem pustaków lub siporeksu, rzadziej z jednorodnych wymienionych materiałów, a dachy kryje się papą lub blachą, rzadziej eternitem.

Na przyjemność spędzenia urlopu wpływa również forma architektoniczna budownictwa wyrażająca się estetycznym wyglądem budynku, jego funkcjonalnością i wkomponowaniem w naturalny krajobraz. Pod tym względem to budownictwo należy ocenić negatywnie. Domy budowane były w sposób chaotyczny, bez jednolitej regionalnej koncepcji, uwzględniającej ich dostosowanie do naturalnego krajobrazu. Zdecydowaną większość nowych domów stanowią dwu lub trzy kondygnacyjne wille w kształcie protopadłościanów z płaskim dachem, pozbawione jakichkolwiek elementów ozdobnych. Ta pełna unifikacja budownictwa mieszkalnego dla potrzeb turystyki - jest przerażająca. Do wyjątków należą domy o ciekawych rozwiązaniach architektonicznych np. spadzistych dachach, tak dobrze przystosowanych do naszego klimatu, dużych tarasach czy balkonach. Znika drewno jako element ozdobny czy też dachówka, tak funkcjonalna i żadna na pojezierzach i nad morzem.

Tablica 16

Materiał ścian i pokrycie dachów budynków jednorodzinnych z wynajmowanymi kwaterami w wybranych miastach. / w % /

Miasto	Materiał ścian			Pokrycie dachu					
	cegła sama lub z pustakiem albo supereksem	pustak lub suporeks	drewno	papa	blacha	dachówka	eternit	beton	gont
Krynica	47,5	-	12,5	1o,4	90,6	-	-	-	-
Zakopane	49,3	7,1	43,6	7,1	75,o	-	7,1	-	10,8
Ustka	63,6	36,4	-	81,8	9,1	0,9	3,6	4,6	-
Giżycko	76,4	2o,8	2,8	31,9	2,8	58,3	2,8	-	-
Ciechocinek	73,5	26,5	-	79,6	-	12,2	-	8,2	-

Źródło: Badania ankietowe.

Bardzo dobre jest wyposażenie badanych budynków w urządzenia sanitarno-techniczne. Prawie wszystkie budynki mieszkalne są podpiwniczone, posiadają wodociąg, łazienki i umywalki z ciepłą wodą, a budynki w miejscowościach górskich i uzdrowiskach mają centralne ogrzewanie./Busko i Ciechocinek w 100%, Krynica 98%, Szczyrk 88% i Zakopane 87%/. Nie jst to jednak obraz w pełni prawdziwy. Badania turystów wykazały, że nie we wszystkich budynkach są te urządzenia. W skrajnym przypadku Zakopanego wg badań wśród turystów ubikacje, łazienki i umywalki miało wewnątrz budynku 64-69% badanych. Tak różne wyniki są efektem braku informacji od gospodarzy wynajmujących kwatery **nielegalnie**. Należy więc przypuszczać, że usługi mieszkaniowe w nich świadczone, mają znacznie niższy poziom.

Wydawać by się mogło, że znaczna unifikacja w budownictwie mieszkalno-turystycznym będzie miała wpływ na ilość wynajmowanych kwater. Badania pozwoliły jednak na stwierdzenie, że ilość ta jest zróżnicowana. W poszczególnych domach wynajmuje się od 1 do ponad 20 kwater. Najwięcej kwaterodawców wynajmuje po trzy /27,1%/ , dwie /24,4%/ i cztery kwatery /17,5%/. Domy z wynajmowaną jedną, oraz pięcioma i więcej kwaterami stanowią po niespełna 10% całej zbiorowości. W układzie regionalnym można zauważyć znaczną ilość domów z dużą ilością kwater w górach i małą ilością kwater w regionie górskim i uzdrowiskach.

Tablica 17

Liczba wynajmowanych mieszkań /kwater/

Region	1	2	3	4	5	6-7	8 i więcej	Razem
górski	13	32	36	25	21	18	11	156
nadmorski	21	39	60	40	13	9	2	184
pojezierny	15	49	29	8	5	8	-	114
uzdrowiska	4	14	24	23	13	8	9	95
Razem	53	134	149	96	52	43	22	549
							procent	
górski	8,3	20,5	23,1	16,o	13,5	11,5	7,1	100,0
nadmorski	11,4	21,2	32,6	21,7	7,1	4,9	1,1	100,0
pojezierny	13,2	43,o	25,4	7,o	4,4	7,o	-	100,0
uzdrowiska	4,2	14,7	25,3	24,2	13,7	8,4	9,5	100,0
Razem	9,7	24,4	27,1	17,5	9,5	7,8	4,o	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

O ile rozkład ilości wynajmowanych kwater w poszczególnych miastach regionu górskiego, pojeziernego i w uzdrowiskach jest podobny, to w miastach regionu nadmorskiego obserwuje się znaczne zróżnicowanie w tym zakresie. Wyróżnia się tu zdecydowanie Sopot, w którym domy z wynajmowaną jedną lub dwoma kwaterami stanowią 66%, podczas gdy w Międzyzdrojach 27%, a w Ustce i Łebie zaledwie 13-16%. Wynika to ze wspomnianej już wielorodzinnej, wysokiej zabudowy w Sopocie.

Podobne wyniki, co jest zrozumiałe, uzyskano z analizy liczby osób, które jednocześnie mogą wypoczywać u badanych gospodarzy. Przedstawia to tablica 18.

Tablica 18

Liczba turystów, którzy jednocześnie mogą mieszkać u badanego gospodarza

Region	Liczba turystów					
	1-5	6-10	10-15	16-20	powyżej 20	Ogółem
górski	36	62	34	16	8	156
nadmorski	67	67	30	13	7	184
pojezierny	44	52	13	5	-	114
uzdrowiska	23	59	12	1	-	95
	procent					
górski	23,1	39,7	21,8	10,3	5,1	100,0
nadmorski	36,4	36,4	16,3	7,1	3,8	100,0
pojezierny	38,6	45,6	11,4	4,4	-	100,0
uzdrowiska	24,2	62,1	12,6	1,1	-	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Na zadowolenie turysty z warunków mieszkaniowych wpływa funkcjonalność budowanego domu. Funkcjonalność budynku z punktu widzenia turysty można ocenić bezkolizyjnym z gospodarzami i innymi turystami mieszkaniem i korzystaniem z usług. Starano się to pośrednio ocenić przez uzyskanie odpowiedi na pytanie czy budynki, w których wynajmuje się prywatne kwatery, były budowane z myślą o tej działalności. Jest to zagadnienie istotne ponieważ w budynku wznoszonym z myślą o wynajmowaniu kwater jest na ogół wyraźnie wydzielona część o funkcji turystycznej. Jest to najczęściej jedna lub dwie całe kondygnacje /zawsze powyżej parteru/ lub cały budynek, z centralnym układem komunikacyjnym i odrębnymi

pomieszczeniami sanitarno-higienicznymi dla turystów. Pomieszczeń sanitarnych jest przy tym zwykle więcej, lub są one w poszczególnych kwaterach /najczęściej umywalki, rzadziej ubikacje/. Wyniki były bardzo rozbieżne. I tak udział odpowiednio zaprojektowanych budynków stanowił w Sopocie 3%, Giżycku 7%, Augustowie 9%, Ciechocinku 33%, Zakopanem 37%, Ustce 43%, Szczyrku 46%, Busku 56%, Krynicy 60%, Międzyzdrojach 62% i Łebie 70%. Trudno doszukać się tu prawidłowości, chociaż można zauważyć, że bardziej atrakcyjne miejscowości grupują się raczej w górnych wartościach. Natomiast bardzo wyraźnie tę prawidłowość widać porównując udział budynków budowanych z myślą o wynajmowaniu kwater z rokiem ukończenia budowy. Przedstawia to tablica 19. Najwięcej budynków z zamierzeniem ich wykorzystaniana cele turystyczne zbudowano w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych,a najmniej w latach 1945-69.

Tablica 19

Udział budynków projektowanych z myślą
o wynajmowaniu kwater w różnym czasie /w procentach/

Miasto	do 1945 r.	1946-1969	1970-1979	1980 i dalsze
Krynica	43	22	76	73
Łeba	15	18	79	85
Busko Zdrój	37	12	86	70

Źródło: Badania ankietowe.

Z badań kwaterodawców wynikają więc bardzo dobre warunki mieszkaniowe, stworzone wypoczywającym turystom. Przede wszystkim można udostępnić kwaterę, która uzyska akceptację miejsko-gminnej komisji do spraw rodzajów i kategorii pokoi gościnnych, czyli będzie zgodna z wymaganiami dotyczącymi maksymalnej liczby miejsc noclegowych, wyposażenia w meble, i urządzenia i sprzęt dodatkowy, urządzenia sanitarno-higieniczne itp. /Załącznik 1. /.

Z wywiadów z turystami obraz warunków mieszkaniowych nie jest tak optymistyczny. Najczęściej podkreślano małą ilość sanitariatów, co przy kumulacji czasowej korzystania z nich wywołuje liczne kolizje. Wynika to właśnie z biurnych przepisów budowania domów mieszkalnych w miejscowościach turystycznych i uzdrowiskach według normatywów ogólnopolskich dla budownictwa jednorodzinnego. Możliwość korzystania z łazienki z gorącą wodą nie była powszechna. Potwierdziło ją od 62% turystów w Zakopanem do 86% w Krynicy. Zwracano przy tym uwagę, że często te urządzenia działały niewłaściwie, były niesprawne lub ciepła woda była tylko w określonym, najczęściej krótkim czasie. Wielu turystów stwierdziło, że wprawdzie te urządzenia są, lecz są tak niechętnie udostępniane gościom, że są skrępowani z nich korzystać.

Z tak podstawowego sprzętu jak żelazko mogło korzystać 59% turystów, od 37% w Szczyrku, 44% w Giżycku i Zakopanem do 79% w Krynicy i 81% w Łebie. Ważnym dla turystów udogodnieniem jest możliwość nieskrępowanego korzystania z kuchni i będącego tam sprzętu. Z kuchni mogło w nieskrępowany sposób korzystać 28% badanych, od 15% w Busku i Ustce, 16% w Ciechocinku i Międzyzdrojach, do 50% w Zakopanem i 64% w Sopocie. Zwraca przy tym uwagę znikoma możliwość korzystania z kuchni w uzdrowiskach. Leczący się tam starsi ludzie szczególnie często skarżyli się na tę dolegliwość. Z lodówki mógł korzystać zaledwie co czwarty, a z pralki co dziesiąty badany.

Oglądanie telewizji, zwłaszcza wieczornych filmów jest w Polsce bardzo powszechne. Fakt ten nie znalazł potwierdzenia w powszechnej możliwości oglądania telewizji w domu, w którym się wypoczywało. Taką możliwość stworzono zaledwie 45% turystów - od zaledwie 25% w Augustowie i Giżycku do 64% w Krynicy i 70% w Łebie. Wprawdzie organizator wypoczynku /przedsiębiorstwo/ zapewnia świetlicę, ale jest ona czasem daleko i dobrego programu nie można obejrzeć z braku miejsca.

Tablica 20

Udostępnianie turystom wybranych urządzeń w ujęciu regionalnym /w procentach/

Urządzenie	góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	Ogółem
kuchnia	39,o	28,3	25,7	15,7	28,1
pralka	15,3	13,2	8,1	7,o	11,7
lodówka	35,1	21,1	17,3	24,8	24,6
łazienka	74,9	86,5	69,2	79,7	78,9
żelazko	52,o	67,8	53,3	6o,3	59,5
telefon	25,9	17,o	9,5	28,9	19,9
telewizor	53,1	5o,1	25,1	43,4	44,7
prasa	18,5	23,8	9,2	14,o	17,8
leżak	44,7	26,1	17,o	22,3	28,5

Źródło: Badania ankietowe.

Z innych udogodnień np. telefonu i w bardzo ograniczonym wyborze prasy, mógł przeciętnie skorzystać co piąty, a z leżaka co trzeci turysta.

Powyższe wypowiedzi turystów nie są zgodne z oceną gościnności gospodarzy, która uzyskała wysokie noty. Oceny bardzo wysokie i wysokie uzyskali gospodarze u 66% ankietowanych, natomiast oceny złe tylko u 1,5% turystów. Zwraca przy tym uwagę bardzo nierównomierny rozkład tych ocen w poszczególnych regionach.

Tablica 21

Ocena gościnności gospodarzy /w procentach/

Ocena	góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	Ogółem
b.wysoka	32,7	34,3	23,7	35,3	31,6
wysoka	31,6	34,5	42,7	3o,6	34,7
średnia	34,3	29,2	32,2	35,1	32,2
zła	1,4	1,9	1,4	0,8	1,5
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Z analizy ankiet wynika, również, że lepiej są oceniani gospodarze wynajmujący mniej pomieszczeń, natomiast nie stwierdzono zbieżności wzrostu wysokich ocen długością stażu w wynajmowaniu kwater.

Nie badano szczegółowo wyposażenia samych kwater. Z wymogów kategoryzacyjnych wynika, że w pokoju II kategorii powinno być łóżko lub tapczan, krzesła, szafa, wieszaki, szafka nocna lub półka, kosz na śmieci i popielniczka, lampka nocna przy każdym łóżku, dywan lub wykładzina podłogowa, chodnik, firanki, zasłony i tzw. elementy dekoracyjne. /Załącznik 1/. W ankiecie skierowanej do turystów zadano więc pytanie, jak oceniają wyposażenie mieszkania w meble, obrazy, regionalny wystrój itp. pozwalające na dobry wypoczynek. Również i ta ocena jest nadspodziewanie wysoka.

Tablica 22

Ocena wyposażenia mieszkań /meble, elementy dekoracyjne itp/
/w procentach/

Ocena	góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	Ogółem
b.wysoka	9,o	23,6	16,3	23,6	18,3
wysoka	35,4	46,2	4o,6	37,2	4o,7
średnia	49,1	27,9	35,3	32,2	35,7
zła	6,5	2,3	7,8	7,o	5,3
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Z autopsji mogę stwierdzić, że jest ona za wysoka i świadczy o bardo niskich wymaganiach estetycznych turystów lub może wynika z przyzwyczajenia do przeciętności Skłaniałbym się raczej do oceny zaprezentowanej przez G.Murawską, która brała udział w jury konkursu "Jadą goście jadą" - oceniała wyposażenie kwater wiejskich, i napisała: "Widziałam bardzo wiele pięknie położonych wsi. Nie widziałam natomiast ani jednej kwatery, w której chciałabym spędzić urlop. O drewnianych ludowych sprzętach nie ma nawet co marzyć. Jeśli gospodarze je mają, zachowują dla

siebie a w pokojach dla gości ustawiają sprzęty "miejskie". Najczęściej okropne, przypominające nastrojem hotel robotniczy. Wprawdzie przepisy o kategoryzacji zawierają punkt mówiący o potrzebie estetyki, ale przedsiębiorstwa turystyczne nie zwracają na te sprawy uwagi. Wymagają od kwaterodawców /tak się to urzędowo nazywa/ miejsc noclegowych spełniających z z grubsza warunki XIX-wiecznego internatu dla ubogich panien, a estetykę pojmują w postaci dywanu, wersalki, obrazka czy kwiatów w doniczce".[1]

Zwraca uwagę najniższy udział wysokich not w badanych miastach górskich, co jest niezrozumiałe z uwagi na wysoką kulturę ludową u miejscowej ludności i najwyższe możliwości np. regionalnego wystroju pokoju. Z przeglądu ankiet można wnioskować, że najbardziej krytyczni w ocenie wyposażenia mieszkania są starsze kobiety, turyści z wyższym wykształceniem i mieszkańcy wielkich skupisk miejskich.

Przy ocenie warunków mieszkaniowych należy także zwrócić uwagę na wielkość działki /parceli/ i jej położenie w mieście, z punktu widzenia odległości od miejsc najczęściej odwiedzanych przez turystę tj. miejsca spożywania posiłków, rekreacji i zabiegów leczniczych.

Wielkość działki przesądza częściowo o jej zagospodarowaniu, ponieważ im jej powierzchnia jest większa, tym większa jest możliwość wydzielenia na niej części rekreacyjnej dla zabaw dzieci i odpoczynku dorosłych gości. Opierając się na danych uzyskanych od kwaterodawców można stwierdzić, że przeważają działki średnie 500-1000 m^2, a działek dużych jest znacznie mniej niż małych. W sumie więc prawie na 70% parcel są powierzchniowe możliwości do wydzielenia miejsc wypoczynku i zabawy dla przebywających turystów. Natomiast kącik rekreacyjny dla turystów miało wydzielonych od 38% parcel w Giżycku i Łebie do zaledwie 15 % w Sopocie.

---

[1] A.Dubrawska: Czyhanie na letnika, "Kulisy" Nr 25/1166/, 1979 r.

Tablica 23

Wielskość parcel /w procentach/

Powierzchnia parceli	góry	moerze	pojezierza	uzdrowiska	Ogółe
poniżej 500 m^2	26,3	46,1	33,3	2o,o	31,2
500 - 1000 m^2	51,3	42,2	57,5	72,6	55,3
powyżej 1000 m^2	22,4	11,7	9,2	7,4	13,5
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Ponadto urządzenia te prezentowane były nadzwyczaj ubogo, przeważnie ograniczając się do wydzielonego trawnika, a rzadziej do stolika i ławek. Dla dzieci rzadkością były piaskownice, a np. huśtawki były unikalne. Tak skromne przygotowanie miejsc wypoczynkowych dla wczasowiczów i ich dzieci na terenie badanych posesji wynikało z przeświadczenia gospodarzy, iż turyści korzystają głównie z naturalnych miejsc wypoczynkowych jakimi są plaża, jezioro, las itp. i dlatego wydzielanie miejsca i urządzanie na nim kącika rekreacyjnego jest zbyteczne. Zupełnie odmienne są opinie turystów, zwłaszcza rodzin przybyłych na wypoczynek z dziećmi. Nawet najskromniejsze urządzenia wypoczynkowe dla dzieci typu piaskownica, huśtawka czy miejsce na gry sportowe, pozwoliłyby na lepsze zorganizowanie dzieciom wolnego czasu oraz odciążyły rodziców od ciągłego czuwania nad ich bezpieczeństwem.

Bardzo istotnym elementem składającym się na kompleks warunków mieszkaniowych wczasowiczów wypoczywających w prywatnych kwaterach jest lokalizacja budynku. W celu dokonania oceny tej lokalizacji wyróżniono trzy podstawowe elementy, które stanowią wyznacznik tego położenia. Są nimi: odległość od miejsc spożywania posiłków, odległość od miejsc wypoczynku oraz odległość od zabiegów leczniczych.

Zdecydowana większość turystów objętych badaniami ankietowymi stołowała się w prywatnych stołówkach. Stołówki te zlokalizowane

w prywatnych domach ich właścicieli lub w specjalnie przystosowanych do prowadzenia działalności gastronomicznej pomieszczeniach, położone były najczęściej w niezbyt dużej odległości od prywatnych

Tablica 24

Odległość kwatery od miejsca spożywania posiłków

Odległość	góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	ogółem
	Liczba odpowiedzi				
do 200 m	188	189	144	118	639
200 - 500 m	95	2o6	110	80	491
501-1000 m	57	97	28	38	220
powyżej 1000 m	27	21	1	6	55
Razem:	367	513	283	242	1.405
	procent				
do 200 m	51,2	36,8	50,9	48,8	45,5
200-500	25,9	4o,2	38,9	33,1	34,9
501-1000	15,5	18,9	9,9	15,7	15,7
powyżej 1000 m	7,4	4,1	0,3	2,4	3,9
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

kwater. Stąd prawie połowa turystów do miejsca spożywania posiłków nie miała dalej niż 200 m, a ponad 80% turystów do pół kilometra. Jest to odległość pokonywana w czasie do około 6 minut, a więc cało uciążliwa. Jednak 55 turystów codziennie po 3 razy musiało pokonywać odległość ponad 1 km, a kilku ponad 2 km, co jest już odległością wielce uciążliwą. Ma to miejsce głównie w rozgałęzionych wzdłuż dolin rzecznych miastach górskich.

Znacznie dalej jest od miejsc zamieszkania turysty do miejsc rekreacji. Co trzeci ankietowany turysta miał do pokonania ponad kilometr. Miało też miejsce znaczne zróżnicowanie w tej dziedzinie

Tablica 25

Odległość kwatery od miejsca rekreacji

Odległość	góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	Ogółem
	Liczba odpowiedz				
do 200 m	128	12	6	37	183
200-500	1o4	60	63	57	284
501-1000	78	145	135	97	455
1001-2000 m	36	115	74	36	261
powyżej 2000 m	1	181	5	15	222
Razem :	367	513	283	242	1.405
	procent				
do 200 m	34,9	2,3	2,1	15,3	13,o
200-500	28,3	11,7	22,3	23,6	2o,2
501-1000	21,3	28,3	47,7	4o,1	32,4
1001-2000	9,8	22,4	26,1	14,8	18,6
powyżej 2000 m	5,7	35,3	1,8	6,2	15,8
Razem :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

I tak o ile w miejscowościach górskich w odległości ponad kilometr do miejsca rekreacji mieszkało 15% turystów, w uzdrowiskach 21%, to w miejscowościach nadmorskich aż 58%. Ma też tu miejsce znaczne zróżnicowanie w tej dziedzinie w ramach miast regionu, w zależności od wielkości miasta i jego rozczłonkowania. Na przykład w Szczyrku w odległości ponad 2 kilometry od miejsca rekreacji mieszkało 4 respondentów /3,6%/, w Krynicy 8 /7,8%/ to w Zakopanem już 45 osób /29%/, w tym 21 osób w odległości dalszej niż 2 km. Jeśli w miejscowościach nadmorskich w odległości powyżej 2 km od plaży mieszkało 35% respondentów, to w Ustce aż 73%. Jeżeli te znaczne odległości do miejsc wypoczynku pokrywają się z długą drogą na posiłki, to można wtedy mówić o dużej uciążliwości pobytu.

Tablica 26

Odległość kwatery od miejsca zabiegów leczniczych

Odległość	Liczba odpowiedzi				
	Krynica	Ustka	Busko Zdrój	Ciechocinek Zdr.	Ogółem
do 200 m	5	-	15	16	36
200-500	21	3	25	33	82
501-1000	14	5	22	28	69
powyżej 1000 m	21	13	12	10	56
Razem :	61	21	74	87	243
do 200 m	8,2	-	2o,3	18,4	14,8
200-500	34,4	14,3	33,8	37,9	33,7
501-1000	23,o	23,8	29,7	32,2	28,4
powyżej 1000 m	34,4	61,9	16,2	11,5	23,1
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Podobnie sytuacja wygląda przy analizie odległości do miejsc zabiegów leczniczych. Powyżej kilometra ma do pokonania co czwarty turysta, w tym co trzeci w Krynicy i więcej niż co drugi w Ustce.

Bardzo długie przymusowe spacery, które trzeba odbywać po kilka razy dziennie /posiłki,las,plaża czy sanatorium/ są bardzo uciążliwe nawet dla ludzi młodych i zdrowych,a zupełnie nie do zniesienia dla ludzi starszych i chorych, lub rodzin z małymi dziećmi.

Zdarzały się często przypadki,że wczasowicze rezygnowali z obiadów nie chcąc tracić słonecznych godzin plażowania. Nagminne są też przypadki przychodzenia do stołówki z całym plażowym sprzętem W wypowiedziach wczasowiczów z odległych domów przejawia się niezadowolenie i pretensje do przedsiębiorstwa turystycznego oraz zakładu pracy,którzy nie uprzedzili o takiej sytuacji.

Główną przyczyną nadmiernych odległości do miejsc odwiedzanych przez turystów jest nadmierny rozwój miasta. Budownictwo jednorodzinne wznoszone jest głównie na obszarach coraz odleglejszych od centrum czy morza, przeważnie w osiedlach domków jednorodzinnych. Na przykład w Ustce jedno osiedle znajduje się przy wjeździe do niej w kierunku Rowów, a drugie Ustka - Przewłoka zbudowano przy tej samej trasie o 1 km dalej od morza. W wielu miastach istnieje konieczność uruchomienia sezonowych linii komunikacyjnych, co jednak napotyka od wielu lat na nieprzebyte bariery.

Na zakończenie można zaprezentować negatywne opinie wczasowiczów - dotyczące podstawowych wad wynajmowanych mieszkań.

1. Zbyt mała ilość łazienek, ubikacji, częsty brak ciepłej wody.
2. Brak pełnej swobody wypoczynku poprzez liczne kolizje z gospodarzami. Dotyczy to mieszkań w dużych wielorodzinnych budynkach /blokach/.
3. Nieestetyczne i niefunkcjonalne wyposażenie wynajmowanych mieszkań. Na przykład stare, obskurne meble, niewygodne skrzypiące łóżka lub tapczany, brak wieszaków, szklanek, talerzyków, urządzeń wypoczynkowych, radia itd.
4. Brak na terenie posesji miejsc i urządzeń do wypoczynku, zwłaszcza dzieci.
5. Niekorzystne położenie kwatery. Dotyczy to zbyt dużych odległości do miejsc często odwiedzanych przez turystę oraz położenie kwatery przy ruchliwej, hałaśliwej ulicy.

Z analizy warunków mieszkaniowych stworzonych turystom w prywatnych kwaterach można wyprowadzić wniosek, że mają one liczne wady i nie są w pełni dostosowane do preferencji wypoczywających. Za tę samą cenę turysta otrzymuje więc przeważnie znacznie gorszej jakości produkt niż w domu wczasowym.

Na zakończenie analizy warunków mieszkaniowych wybrano najistotniejsze cechy tego elementu produktu i określono turystów, którzy tymi cechami są najbardziej zainteresowani. Są to jednocześnie sugestie dla biur zakwaterowań przedsiębiorstw turystycznych, w celu lepszego dostosowania posiadanego produktu w postaci prywatnej kwatery do preferencji poszczególnych segmentów rynku.

1. domy o małej liczbie kwater lub mały pensjonat - turyści starsi, rodziny, turyści o wysokim wykształceniu, wysokie stanowiska służbowe, inteligencja twórcza, mieszkańcy wielkich aglomeracji, wypoczywający przez dłuższy okres;
2. duże domy o znacznej liczbie kwater - turyści młodzi, samotni, osoby bez dzieci, mieszkańcy małych miejscowości, krótki okres wypoczynku;
3. duża działka z urządzeniami rekreacyjnymi - ludzie starsi lub rodziny z małymi dziećmi, turyści z dużych ośrodków miejskich, długi okres wypoczynku;
4. kuchnia do dyspozycji turystów - ludzie starsi lub rodziny z małymi dziećmi, wypoczywający w sposób niezorganizowany, długi okres wypoczynku, niskie dochody;
5. lokalizacja budynku blisko miejsc stołowania się, zabiegów i rekreacji - wszyscy turyści, z preferencjami dla ludzi starszych, leczących się, rodzin z małymi dziećmi;
6. Regionalne /stylowe/ wyposażenie mieszkania - wszyscy turyści, z preferencjami dla ludzi o wysokim wykształceniu, mieszkańców wielkich aglomeracji miejskich, zajmujących eksponowane stanowiska, inteligencja twórcza, długi okres wypoczynku.

b. Usługi gastronomiczne.

Właściwa obsługa gastronomiczna turystów napotyka na znaczne trudności. Wynikają one z warunków działania całej gastronomii, w których nie docenia się niektórych jej funkcji, ma miejsce słabe wyposażenie w czynniki produkcji, a rozwiązania organizacyjno - techniczne są często rozbieżne z potrzebami rynku. Mają miejsce ponadto trudności wynikające z samej specyficznej działalności turystycznej. Na przykład ogromną trudność powoduje niespotykana w innych dziedzinach koncentracja ruchu turystycznego, zarówno w czasie jak i w przestrzeni. Stwarza to poważne problemy nierównomiernego wykorzystania bazy materialno-technicznej, powodujące ujemne skutki gospodarcze. Istotne trudności wynikają również z kompleksowego charakteru potrzeby turystycznej. Powoduje ona konieczność dobrej współpracy i planowego, harmonijnego rozwoju wszystkich dziedzin obsługujących turystykę. Słabszy rozwój choćby jednej z nich odbija się niekorzystnie na pracy innych.

Ważne znaczenie dla kierunków rozwoju gastronomii w regionach i miejscowościach turystycznych mają empiryczne badania nad rolą, celami i działalnością gastronomii w kompleksie gospodarki turystycznej. Szczególnie istotne wydaje się poznanie preferencji różnych grup konsumentów. Słabe rozeznanie w tej dziedzinie, przy prawie całkowitym braku badań nad strukturą ruchu turystycznego w ujęciu regionalnym i miejscowym powoduje małą użyteczność praktyczną planów zagospodarowania turystycznego.[1]

Produktem gastronomicznym w rejonach turystycznych jest wszystko to, co lokal gastronomiczny oferuje jako całość, a więc nie tylko potrawy, lecz wszystkie inne dodatkowe usługi.

---

[1] J.Szczygielski: Gastronomiczna obsługa turystyki. Referat na konferencję naukową pt."Rola gastronomii w gospodarce żywieniowej",Wisła 28-29 X 1978 r. /maszynopis powielony/.

Niektóre z nich są w rejonach turystycznych szczególnie atrakcyjne, np. regionalny wystrój wnętrza, lokalizacja zakładu, widok z okna, możliwość spożycia posiłku na wolnym powietrzu, regionalny strój personelu, parking przed lokalem itd. Produktem gastronomicznym jest pewne subiektywne wyobrażenie klienta o określonym zakładzie, które kształtuje się głównie na podstawie standardu zakładu, oferowanego asortymentu usług i potrzeby klienta.[1]

Popyt na usługi gastronomiczne w miejscowościach turystycznych jest zróżnicowany wieloma czynnikami. Przede wszystkim zależy od struktury przybyłych turystów. Ich cechy demograficzne, ekonomiczne czy społeczne intensywnie wpływają na kształtowanie się potrzeb w dziedzinie gastronomii. Na przykład przewaga wypoczynku rodzinnego z małymi dziećmi skłania do korzystania z podstawowych usług żywieniowych przy ograniczeniu rozrywkowych. Podobnie działają niskie dochody i zaawansowany wiek. Zorganizowany wypoczynek ma także zorganizowane żywienie w stołówce, prywatnej jadłodajni czy restauracji. Wpływa to zasadniczo na ograniczone korzystanie z usług sklepów z artykułami żywnościowymi i z podstawowych usług gastronomicznych, na korzyść usług o charakterze rozrywkowym. Podobnie wpływa długość wypoczynku. Ponieważ długi wypoczynek jest bardzo kosztowny, należy się liczyć z niskimi wydatkami na uzupełniające usługi gastronomii. Stwierdzono bezspornie, że im krótszy okres wypoczynku, tym wyższe wydatki na usługi gastronomiczne, a popyt na produkty gastronomii jest bardziej zróżnicowany.

Na podstawie badań ankietowych można stwierdzić ogromną rozmaitość różnych rodzajów placówek gastronomicznych uczestniczących w żywieniu turystów z prywatnych kwater. Turyści są żywieni w restauracjach, prywatnych jadłodajniach,dużych prywatnych stołówkach,w placówkach żywieniowych domów wczasowych,a także żywią się

---

[1] J.Dietl: Organizacja i warunki rozwoju usług gastronomicznych w Polsce,"Handel Wewnętrzny", Nr 3, 1974 r. s.6

samemu gotując posiłki w miejscu okresowego zamieszkania.

Tablica 27

Miejsce spożywania posiłków / Rodzaj placówki	Liczba żywionych: góry	morze	pojezierze	uzdrowiska	Ogółem
restauracja	69	94	37	52	252
stołówka	76	37	37	66	216
prywatna jadłodajnia	186	358	182	112	838
w domu przygotowane samemu	36	24	27	12	99
R a z e m :	367	513	283	242	1.4o5
	procent				
restauracja	18,4	18,3	13,1	21,5	17,9
stołówka	2o,7	7,2	13,1	27,3	15,4
prywatna jadłodajnia	5o,7	69,8	64,3	46,3	59,6
w domu, przygotowane samemu	9,8	4,7	9,5	4,9	7,1
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Zródło: Badania ankietowe.

W żywieniu turystów z prywatnych kwater zdecydowanie dominują prywatne jadłodajnie. Żywią one od 46 % turystów w uzdrowiskach do 70% w miejscowościach nadmorskich. Restauracje i stołówki domów wczasowych żywią łącznie 33% turystów, a tylko 7% żywi się we własnym zakresie. Zwracają przy tym uwagę znaczne różnice w tym zakresie w badanych regionach i jeszcze większe w miastach tych regionów. Na przykład w badanych miastach nadmorskich z usług stołówek domów wczasowych i dużych prywatnych stołówek korzystało zaledwie 7% żywionych, podczas gdy w uzdrowiskach ponad 27%. W restauracjach żywiło się w miastach pojezierzy 13% turystów, podczas gdy w uzdrowiskach 22%.

W Zakopanem z usług prywatnych jadłodajni korzystało tylko 32% turystów, podczas gdy w Krynicy 68%. W Ciechocinku z usług stołówek domów wczasowych korzystało zaledwie 17% turystów, podczas gdy w Busku 44% i odwrotnie w Busku w prywatnych jadłodajniach żywiło się tylko 11% kuracjuszy, a w Ciechocinku 67%. Takich przykładów zróżnicowania żywienia w zależności od lokalnych warunków jest znacznie więcej.

Istotny wpływ na miejsce spożywania posiłków ma organizacja wypoczynku. Turyści skierowani w ramach wczasów na kwatery przez biura turystyczne lub zakłady pracy za pośrednictwem tych biur, czy kuracjusze w ramach pobytów leczniczych, korzystają z całodziennego, zorganizowanego żywienia, przeważnie w prywatnych jadłodajniach, stołówkach domów wczasowych, rzadziej w restauracjach. Natomiast osoby które zorganizowały wypoczynek we własnym zakresie również żywienie organizują we własnym zakresie i to w bardzo zróżnicowany sposób. Dotyczy to zwłaszcza śniadań i kolacji. Na przykład na 123 turystów, którzy zorganizowali wypoczynek we własnym zakresie w Zakopanem 55 osób /45%/ ograniczyło korzystanie z usług gastronomii wyłącznie do spożywania obiadów, a pozostali /55%/ wszystkie posiłki przyrządzali we własnym zakresie, przy tym udział śniadań i kolacji przygotowywanych samemu osiągnął wskaźnik 80%. Podobne różnice przedstawia tablica 28, dotycząca miejsca spożywania posiłków w zależności od organizacji wypoczynku na przykładzie Krynicy. Widać z niej wyraźnie jednorodne formy przy wypoczynku zorganizowanym i bardzo urozmaicony sposób żywienia u turystów, którzy zorganizowali wypoczynek w prywatnych kwaterach we własnym zakresie.

Wywiady terenowe wykazały, że poziom usług gastronomicznych w badanych miejscowościach stanowi istotną barierę rozwoju funkcji rekreacyjnej. Przede wszystkim trzeba zwrócić uwagę na małą ilość placówek gastronomicznych w trakcie trwania sezonu turystycznego, a przede wszystkim na ich niewłaściwą strukturę polegającą na wyraźnym niedosycie usług żywienia podstawowego przy nasyceniu, a nawet nadmiarze placówek o charakterze uzupełniającym, z wyjątkiem piwiarni i częściowo kawiarni.

Tablica 28

Miejsce spożywania posiłków w zależności od organizacji wypoczynku w Krynicy

Miejsce spożywania posiłków	We własnym zakresie		Wypoczynek zorganizowany		R a z e m	
	Liczba badanych	%	Liczba badanych	%	Liczba badanych	%
<u>śniadania</u>						
restauracja	6	5,9	-	-	6	5,
dom wczasowy	3	2,9	10	9,8	13	12,
prywatna jadłod.	4	3,9	60	58,8	64	62,
przygotow.samemu	19	18,6	-	-	19	18,
<u>obiady</u>						
restauracja	17	16,7	-	-	17	16,
dom wczasowy	6	5,9	10	9,8	16	15,
prywatna jadłod.	5	4,9	60	58,8	65	63,
przygotow.samemu	4	3,9	-	-	4	3,
<u>kolacje</u>						
restauracja	13	12,8	-	-	13	12,
dom wczasowy	3	2,9	10	9,8	13	12,
prywatna jadłod.	4	3,9	60	58,8	64	62,
przygotow.samemu	12	11,7	-	-	12	11,

Źródło: Badania ankietowe.

Tablica 29

Brakujące usługi gastronomiczne w opinii badanych turystów

Rodzaje usług	góry	morze	pojezierza	uzdrowiska	Ogółem
	Liczba odpowiedzi				
-restauracji z muzyką i tańcami	37	44	22	39	142
-kawiarni	28	74	47	33	182
-posiłki z rożna /kurczaki, szaszłyki, ryby/	55	70	44	61	230
-posiłki barowe /flaki, gulasz, bigos/	54	77	32	36	199
-piwiarni	78	136	44	7	265
-posiłki mleczne	83	95	50	49	277
-inne	11	46	18	6	81
	procent				
-restauracji z muzyką i tańcami	1o,1	8,6	7,8	16,1	10,1
-kawiarni	7,6	14,4	16,6	13,6	13,o
-posiłki z rożna /kurczaki, szaszłyki, ryby/	15,o	13,6	15,5	25,2	16,4
-posiłki barowe /flaki, gulasz, bigos/	14,7	15,o	11,3	14,9	14,2
-piwiarni	21,3	26,5	15,5	2,9	18,9
-posiłki mleczne	22,6	18,5	17,7	2o,2	19,7
-inne	3,o	9,o	6,4	2,5	5,8

Źródło: Badania ankietowe.

Badani turyści, którzy mieli w zdecydowanej większości zorganizowane żywienie odczuwali brak wielu rodzajów usług gastronomicznych. Najwięcej badanych, bo prawie co piąta osoba odczuwała niedosyt lokali typu barów mlecznych. Największe braki tego typu zakładów miały miejsce w górach, zwłaszcza w Zakopanem /27%/ i w uzdrowiskach, szczególnie Ciechocinku - 25% badanych. Znaczne niedobory miały miejsce w posiłkach z rożna oferujących kurczaki, szaszły

ki, czy ryby. Na brak takich zakładów zwróciło uwagę ponad 16% respondentów, przy tym najwyższe wartości osiągnęły one w Busku /31%/ oraz Ciechocinku, Krynicy, Sopocie i Ustce ponad 20%. Nieco niższe były potrzeby posiłków barowych /gulasz, flaki, bigos itp/, natomiast najniższe braki dotyczyły usług w restauracjach z działalnością rozrywkową. Takie braki odczuwał co dziesiąty turysta. Jest zrozumiałe, że braki tych zakładów podstawowego żywienia zgłaszane były z reguły przez wszystkich turystów, którzy nie mieli zorganizowanych wczasów i w konsekwencji zorganizowanego żywienia. Zważywszy jednak, że takich turystów było tylko 7%, zauważone potrzeby są nadspodziewanie wysokie.

Na szczególne podkreślenie zasługuje ogromny niedobór piwiarni lub zakładów sprzedających piwo. Brak tego lokalu osiągnął najwyższą wartość u ankietowanych /20%/. Sporadycznie istniejące piwiarnie, przeważnie niezwykle prymitywne i brudne, mimo fatalnej jakości piwa cieszą się ogromnym popytem.

Poziom usług gastrnomicznych w badanych miejscowościach starano się również uchwycić poprzez ocenę poszczególnych elementów produktu. W tym celu postawiono pytanie: z czego jest Pan/i/ niezadowolony/a/ przy spożywaniu posiłków? Wyniki tego sondażu okazały się interesujące i dały dużo wniosków do formułowania kierunków poprawy usług gastronomicznych. Przedstawia je tablica 30

Sondaż opinii o oferowanym turystom produkcie gastronomicznym wykazał liczne wady tego produktu oraz małe regionalne zróżnicowani opinii o nim. Najwięcej krytycznych uwag zebrał brak dostatecznego wyboru /33%/ i zbyt wysokie ceny /20%/. Zróżnicowanie krytycznych uwag na temat produktu gastronomicznego w mniejszym zakresie zależy od regionów, a w większym od warunków miejscowych. Na przykład ba brak czystości skarżyło się po dwóch turystów w Szczyrku i Krynicy lecz aż 22 w Zakopanem, na nieprzyjemne towarzystwo tylko jeden turysta w Giżycku i 11 w Augustowie, dwóch w Ustce, po 6 w Łebie i Międzyzdrojach i aż 21 w Sopocie, a na niełądne pomieszczenie dwóch w Krynicy i 12 w Zakopanem itd.itd.

Tablica 30

Powody niezadowolenia turystów z usług gastronomii

Powody	góry	morze	jezierze	uzdrowisko	Ogółem
	Liczba odpowiedzi				
-niska jakość posiłków	47	71	39	29	186
-brak dostatecznego wyboru	125	158	98	81	462
-niski poziom obsługi	25	25	14	32	96
-niewygodne /niełądne pomieszczenie/	22	54	76	21	173
-nieodpowiednie towarzystwo	11	35	12	4	62
-zbyt wysokie ceny	56	85	76	68	285
-brak czystości	26	35	35	15	173
-inne powody	68	86	26	25	205
	procent				
-niska jakość posiłkpw	12,8	13,8	13,8	13,o	13,4
-brak dostatecznego wyboru	34,1	3o,8	34,6	33,5	32,9
-niski poziom obsługi	6,8	4,9	4,9	13,2	6,8
-niewygodne /niełądne/ pomieszczenie	6,o	1o,5	26,9	8,7	12,3
-nieodpowiednie towarzystwo	3,o	6,8	4,2	1,7	4,4
-zbyt wysokie ceny	12,3	16,6	26,9	28,1	2o,3
-brak czystości	7,1	6,8	12,4	6,2	12,3
-inne powody	18,5	16,8	9,2	1o,3	14,6

Źródło: Badania ankietowe.

Na zróżnicowanie krytycznych uwag w zdecydowanie wyższym stopniu wpływają cechy turystów. I tak turyści zorganizowani, żywiący się przeważnie w prywatnych jadłodajniach, najczęściej skarżyli się na niełądne pomieszczenie i mały wybór potraw a turyści indywidualni narzekali na złą jakość potraw i wysokie ceny. Żywiący się w prywatnych jadłodajniach byli najczęściej niezadowoleni z małego wyboru posiłków i niełądnego pomieszczenia, żywiący

się w restauracjach na niską jakość posiłków, zbyt wysokie ceny i w mniejszym stopniu na niski poziom obsługi oraz nieodpowiednie towarzystwo, a turyści żywieni w dużych stołówkach również na mały wybór potraw, brak czystości i długi czas wyczekiwania na miejsce.

Na tym tle zadziwia wysoka ocena poziomu stałego żywienia zaprezentowana w tablicy 31. Co trzeci żywiony ocenił je dobrze lub bardzo dobrze, a zaledwie 8% konsumentów oceniło poziom tego żywienia negatywnie. Tak pozytywne oceny można wytłumaczyć tylko niskimi wymaganiami w stosunku do organizatorów żywienia oraz brak ukształtowanych wzorów dobrych zakładów żywieniowych, ze względu na bardzo niski poziom całej polskiej gastronomii, zwłaszcza żywienia pracowniczego i szkolnego w formie stołówek. Świadczy o tym fakt, że bardziej krytyczni w ocenach byli konsumenci z wyższym wykształceniem, zajmujący bardziej ważne stanowiska zawodowe. Natomiast na ocenę poziomu podstawowego żywienia nie wpłynął wiek, poziom dochodów czy też miejsce stałego zamieszkania.

Tablica 31

Ocena poziomu podstawowego żywienia

Poziom	góry	morze	jezioro	uzdrowiska	Ogółem
	Liczba odpowiedzi				
b.wysoki	49	23	27	14	113
wysoki	67	172	70	46	355
średni	168	271	150	130	719
zły	29	32	19	30	110
brak odpowiedzi	54	15	17	22	108
Razem:	367	513	283	242	1.405
	procent				
b.wysoki	13,4	4,5	9,6	5,8	8,0
wysoki	18,3	33,5	24,7	19,0	25,3
średni	45,7	52,8	53,0	53,7	51,2
zły	7,9	6,3	6,7	12,4	7,8
brak odpowiedzi	14,7	2,9	6,0	9,1	7,7
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

W obsłudze ruchu turystycznego najważniejszą rolę spełniają prywatne jadłodajnie, które żywiły prawie 60% badanych, a w miejscowościach nadmorskich prawie 70%. Funkcjonowały przeważnie przy tych domach, które w całości wynajmowane były przez zakłady pracy i biura turystyczne. Praktykowana w takich przypadkach "turnusowa" forma wypoczynku ułatwia prowadzenie żywienia zorganizowanego i zamkniętego.[1] Jednak coraz częściej oferuje się w nich usługi gastronomiczne także osobom z zewnątrz czyli indywidualnym wczasowiczom, na zasadach pełnej odpłatności.[2] Stąd też w trakcie prowadzenia badań napotkano wiele jadłodajni , w których praktykowany był 2 zmianowy system wydawania posiłków. Pierwszą turę stanowili "swoi" turyści, zamieszkujący budynek, w którym mieściła się jadłodajnia, a drugą turę osoby z zewnątrz.

W przeciętnej jadłodajni stołuje się 15 do 30 osób. Liczba ta wynika z obowiązujących przepisów, w myśl których gospodarze prywatnych kwater i osoby prywatnie mogą produkować i sprzedawać bez opodatkowania do 30 obiadów dziennie.

Wygląd i wystrój prywatnych jadłodajni jest bardzo zróżnicowany. Rzadko zdarzają się jadłodajnie zasługujące na najwyższą ocenę. Przeważnie są urządzone bardzo skromnie, są małe i słabo wyposażone mieszczą się w piwnicach domów mieszkalnych, a między porami posiłków służą jako sale telewizyjne lub świetlice. Cieszą się jednak dobrą opinią turystów, ze względu na możliwość spożywania posiłków na miejscu, domowe smaczne dania, możliwość przygotowania posiłków specjalnie dla dzieci lub ludzi utrzymujących dietę i nieco niższe ceny.

O bardzo wysokim zapotrzebowaniu na domowe żywienie świadczą odpowiedzi na bezpośrednie pytania, jaką formę podstawowego żywienia turysta by wybrał, gdyby miał taką możliwość. We wszystkich regionach i segmentach rynku zdecydowaną przewagę uzyskał typ żywienia w prywatnej jadłodajni. Przedstawia to tablica 32.

1 Podział gastronomii na zamkniętą i otwartą ma charakter umowny. W Krajach rozwiniętych, a także w Polsce, istnieje wiele przykładów żywienia konsumentów z danego zakładu jak i klientów niezorganizowanych.

2 Zarządzenie nr 6 Przew. GKKFiT z dn. 3 II 1977 r. w sprawie wykorzystania wolnych miejsc w obiektach turystyczno-wypoczynkowych oraz dodatkowego premiowania pracowników tych obiektów, Dz. U. nr 2 1977 r.

Tablica 32

Preferowane formy żywienia

Forma żywienia	Liczba odpowiedzi	procent
-bardziej luksusowe w restauracji /droższe/	96	6,8
- w dużej stołówce	210	15,o
- domowe u wykwalifikowanej gospodyni	999	71,1
- brak odpowiedzi	100	7,1
R a z e m :	1.4o5	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Żywienie domowe u wykwalifikowanej gospodyni uzyskało szczególne preferencje u rodzin z małymi dziećmi, osób starszych i o niższych dochodach.

Natomiast w grupie osób, które preferowały restauracje /7%/ przeważały osoby samotne, przybyłe na wypoczynek ze znajomymi, przeważnie z małych miejscowości, o dochodach średnich i wysokich.

Na podstawie analizy informacji terenowych nasuwa się ciekawy wniosek dotyczący nasilającej się specjalizacji właścicieli prywatnych domów mieszkalnych. Część z nich ograniczą się do świadczenia wyłącznie usług noclegowych, inni zaś świadczą wyłącznie usługi żywieniowe w prowadzonych przez siebie , lecz niekoniecznie u siebie stołówkach. Podział na tak wyspecjalizowane czynności nie ma na względzie potrzeb i preferencji turystów lecz wygodę bezpośrednich usługodawców i ich pośredników /biur turystycznych/, którzy mają mniej problemów z rozliczeniem"kwaterodawców" i "żywieniodawców" ze świadczonych przez nich usług. Specjalizacja ta nie ma chyba również wpływu na podwyższenie poziomu oferowanych usług, chociaż problem ten nie był badany.

Ze względu na wysoką użyteczność społeczną prywatnych jadłodajni,ich wysoką ocenę, oraz wysokie preferencje u wypoczywających starano się uzyskać odpowiedź na pytanie, jakie są przyczyny hamujące ich rozwój. Typowe przykłady z różnych miast w poszczegól-

nych regionach przedstawia tablica 33. Głównymi powodami nie prowadzenia żywienia turystów przez gospodarzy wynajmujących prywatne kwatery był brak miejsca na kuchnię i jadalnię. Są to czynniki zasadnicze,wynikające z faktu, że zdecydowana większość badanych domów nie było budowana z myślą o wynajmowaniu prywatnych kwater. Pozostali respondenci nie świadczyli usług żywieniowych,chociaż znaczna część z nich, bo średnio co drugi, ma ku temu odpowiednie warunki lokalowe. Najważniejszymi barierami są trudności z zakupem żywności,brak pomocy oraz czasu. Istotnym czynnikiem są ogromne wymagania "Sanepidu", który traktuje często małą stołówkę wydającą do 30 obiadów, tak samo jak placówkę żywienia otwartego, stosując do niej te same wymagania dotyczące specjalnych pomieszczeń,sprzętu i urządzeń.

Natomiast na podkreślenie zasługuje fakt, że jest to działalność opłacalna,o czym świadczą bezpośrednie rozmowy z gospodyniami prowadzącymi żywienie oraz z pracownikami przedsiębiorstw turystycznych.

Podobne kłopoty prowadzenia usług przedstawiały osoby prowadzące duże stołówki, Ogromną trudność widzą one w złym zaopatrzeniu rynku. Prawie wszystkie gospodynie zgodnie twierdzą, że prowadzenie usług gastronomicznych,przy aktualnym zaopatrzeniu rynku,jest ogromnie uciążliwe.Wiele z nich zapowiada likwidację prowadzonych przez siebie placówek,tłumacząc to przede wszystkim brakiem limitów na zakup wędlin,mięsa i innych trudno dostępnych artykułów żywnościowych.

Nieznaczna część turystów mieszkających w prywatnych kwaterach korzysta z usług świadczonych przez domy wczasowe. Forma obsługi turystów z zewnątrz przyjmuje się powszechnie i jest realizowana z korzyścią dla domu wczasowego i dla gości z zewnątrz. Jednak korzystający z usług żywienia w domach wczasowych nie są zbytnio zadowoleni z tych usług. Podkreślali, że są traktowani gorzej od "swoich " gości. Do głównych mankamentów tych usług zaliczają przede wszystkim brak urozmaiconych posiłków,niską ich jakość oraz brak czystości.Większość z nich wolałaby się stołować w prywatnych jadłodajniach.

Tablica 33

Główne powody nie prowadzenia żywienia wczasowiczów przez gospodarzy w wybranych miejscowościach

powody	Krynica		Ustka		Giżycko		Ciechocinek	
	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%
- nie lubię gotować	3	8,8	5	11,1	7	9,9	6	12,5
- nie umiem gotować dla wczasow.	1	2,9	3	6,7	4	5,6	2	4,2
- nie mam czasu	14	41,2	8	17,8	23	32,4	13	27,1
- nie opłaca się	8	23,5	4	8,9	13	18,3	19	39,6
- trudności z zakupem żywności	31	91,2	23	51,1	42	59,2	22	45,8
- nie mam dużej kuchni	11	32,3	23	51,1	31	43,7	11	43,7
- nie mam pomieszczenia na jadalnię	7	2o,6	34	75,6	38	53,5	25	52,1
- nie ma mi kto pomagać	10	29,4	4	8,9	24	33,8	6	12,5
- inne powody	16	47,1	7	15,6	15	21,1	2	4,2

Źródło: Badania ankietowe.

W czasie pobytu wypoczynkowego turyści korzystają również z usług zaspokajających potrzeby gastronomiczne uzupełniające /II stopnia/, związane z potrzebą spożywania posiłków dla celów smakowych, estetycznych, przyjemnościowych itp.[1] Łączy się to ściśle z potrzebą zagospodarowania wolnego czasu. Taką rolę spełniają restauracje wysokich kategorii z muzyką i tańcem, dyskoteki, kawiarnie, cukiernie, coctail-bary, piwiarnie itp, a także punkty małej gastronomii jak rożna, smażalnie, lodziarnie itp. Uczestnictwo w tego typu lokalach jest częste, zwłaszcza w kawiarniach, w których bywa przeciętnie co drugi - trzeci turysta, przeważnie od 2 do trzech razy na tydzień.

Jeszcze intensywniejsze jest korzystanie z usług małej gastronomii, z której przeciętnie korzysta 50-60% badanych turystów. Jest to głównie konsekwencją wypoczynku rodzinnego z dziećmi, dla których te placówki są szczególnie atrakcyjne.

Konsumenci na dodatkowe usługi gastronomiczne ponoszą znaczne koszty. Bardzo trudno je jednak określić i ocenić, ze względu na różnie podawane wartości, badania przeprowadzone w różnych miastach w różnych latach, trudności ustalenia tych kwot np. ze względu na początek terminu itd. Można jednak ze znaczną dozą prawdopodobieństwa określić je następująco: Przy dochodach do 15 tys. zł. na 1 osobę stanowią one około 20% tej sumy, przy dochodach 15-20 tys. zł około 30 %, a przy dochodach wyższych powyżej 40% dochodów. Zwraca przy tym uwagę znaczne zróżnicowanie terytorialne tych wartości. I tak np. w Ciechocinku i Busku spotkano najwięcej osób, głównie wśród emerytów i rencistów, którzy w ogóle nie korzystali z usług gastronomicznych, poza podstawowym żywieniem, natomiast najwyższy udział korzystających był w Sopocie i Zakopanem. Zdecydowanie z usług tych najczęściej korzystają osoby samotne, lub przybyłe ze znajomymi, raczej w średnich grupach wiekowych i krótkim okresie wypoczynku.

[1] T. Miller: Badania ankietowe w gastronomii /W:/ Funkcje gastronomii postęp ekonomiczny i organizacyjno-techniczny. Materiały z konferencji IOT UŁ, IHW, Warszawa 1973 r. s. 133-139.

Ocena poziomu usług gastrnomicznych typu uzupełniającego, ze względu na liczne braki wielu potrzebnych lokali /tablica 34/ jest znacznie niższa niż żywienia podstawowego,lecz również moim zdaniem za wysoka w stosunku do poziomu świadczonych usług. Po

Tablica 34

Ocena poziomu usług gastronomicznych typu uzupełniającego

O c e n a	Liczba odpowiedzi	Procent
b.wysoka	30	2,1
wysoka	207	14,8
średnia	783	55,7
zła	226	16,1
brak odpowiedzi	159	11,3
R a z e m :	1.4o5	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

prostu relatywnie wysoka ocena wydana tym usługom wynika z braku punktu odniesienia. Przebywający w badanych miejscowościach turyści przeważnie nie znają dobrej gastronomii świadczącej usługi dla turystów.

Poważną barierą ograniczającą intensywniejsze korzystanie z usług gastronomicznych podczas pobytu turystycznego są na ogół wysokie ceny tego żywienia. Cena całodziennego podstawowego żywienia waha się od 800 do 1.300 zł., przy tym najczęściej oscyluje w okół 1000-1100 złotych /1988 rok/. Stanowi ona przeciętnie około 60% kosztów całych wczasów.

Koszty żywienia ocenione zostały przez wypoczywających w prywatnych kwaterach przez 51% badanych jako wysokie i bardzo wysokie, a zaledwie 2% jako niskie. Kiedy do kosztów żywienia podstawowego dodamy przedstawione znaczne wydatki na dodatkowe usługi gastronomiczne, to łączny udział kosztów wyżywienia w całych wydatkach na wypoczynek pobytowy w formie prywatnych kwater trzeba uznać za bardzo wysoki. Koszty te stanowią ogromne obciążenie budżetów

Tablica 35

Ocena kosztów podstawowego żywienia turystów

Koszty	góry		morze		pojezierze		uzdrowiska		Ogółem	
	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%	Liczba odpow.	%
b.wysokie	48	13,1	54	10,5	45	15,9	30	12,4	177	12,6
wysokie	144	39,2	139	27,1	150	53,o	108	44,6	541	38,5
średnie	174	47,4	300	58,5	88	31,1	98	4o,5	660	47,o
niskie	1	0,3	20	3,9	-	-	6	2,5	27	1,9
Razem :	364	100,0	513	100,0	283	100,0	242	100,0	1.4o5	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

rodzinnych i są najważniejszym elementem wpływającym na cenę całego produktu w postaci wypoczynku w prywatnej kwaterze i jednocześnie najważniejszą barierą rozwoju tego rynku.

Na zakończenie można sformułować kilka wniosków przydatnych dla przedsiębiorstw turystycznych,gastronomicznych i władz lokalnych, w celu lepszego dostosowania produktu gastronomicznego do potrzeb wypoczywających turystów. Będą to wnioski szersze, dotyczące nie tylko turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach, ponieważ wypoczywają oni obok turystów korzystających z innych form turystyki.

Kluczowym momentem działania marketingowego jest praktyczna identyfikacja i dostosowanie produktu gastronomicznego do odpowiedniego segmentu rynku turystycznego.[1] Dotychczasowa praktyka planistyczna polegająca na bilansowaniu popytu z podażą na usługi gastronomiczne tylko w aspekcie ilościowym jest w praktyce mało przydatna. Możliwe więc i bardzo pożyteczne wydaje się więc stosowanie segmentacji rynku w dziedzinie usług gastronomicznych w miejscowościach i regionach turystycznych. Dzięki niej można lepiej dostosować produkt do potrzeb nabywców, czy bardziej efektywnie wydatkować środki inwestycyjne. Szczególnie istotne wydają się badania regionalne nad strukturą przybyłych turystów. Szczególnie istotne wydaje się tu poznanie preferencji różnych grup konsumentów,gdyż słabe jej poznanie, przy prawie całkowitym braku badań nad strukturą ruchu turystycznego,powodują małą użyteczność praktyczną planów zagospodarowania turystycznego. Można więc przez działania marketingowe ustalić istniejące segmenty rynku i

---

1 Przykłady takiego dostosowania można znaleźć w pracach:
- Praca zbiorowa pod moim kierunkiem "Rozmieszczenie usług gastronomicznych dla wybranych segmentów rynku"."Opracowania i Materiały" IHWiU, Nr 10, Warszawa 1977 r.
- J.Szczygielski: Usługi gastronomiczne przy drogach szybkiego ruchu,"Roczniki IHW",Nr 3-4, 1975 r. s.61-68.
- J.Szczygielski: Żywienie turystów we wsiach letniskowych /w świetle badań ankietowych,Referat ba sympozjum nt"Podstawowe problemy programowania sieci handlowej,na przykładzie woj.skierniewickiego, Skierniewice 3-4 XI 1978 r. IHWiU, Warszawa 1978 r. /maszynopis powielony/.

i dostosować do nich usługi gastronomiczne. Będzie to na razie pasywna strategia przez segmentację rynku, pozwoli ona jednak na wyodrębnienie takich segmentów rynku,na których należy skupić działalność przedsiębiorstwa.

W trakcie badań stwierdzono, że niektóre grupy turystów są szczególnie zainteresowane określonymi elementami produktu gastronomicznego. Małe lokale - preferują ludzie starsi,rodziny z dziećmi osoby z wyższym wykształceniem,mieszkańcy wielkich skupisk miejskich ludzie na odpowiedzialnych wysokich stanowiskach,inteligencja twórcza,wypoczywający długo. Ten typ preferencji zmierza w kierunku żywienia w niewielkich pensjonatach.

Większe lokale preferują ludzie młodzi, osoby samotne, mieszkańcy mniejszych miejscowości,wypoczywający krótko.

Lokale o funkcji zapewniającej spędzenie wolnego czasu preferują ludzie młodzi i starzy,osoby samotne, rodziny bez dzieci,mieszkańcy małych miejscowości, wypoczywający krótko.

Wyłącznie obiady preferują ludzie starsi,rodziny z małymi dziećmi o niskich dochodach,studenci i uczniowie, wypoczywający długo, w sposób niezorganizowany.

Szerokim asprtymentem potraw zainteresowane są osoby na kierowniczych wysokich stanowiskach,inteligencja twórcza, turyści o wysokich dochodach, mieszkańcy małych miejscowości, wypoczywający krótko.

Ponadto wszyscy turyści są zainteresowani pewnymi cechami lokalu np. regionalnym wystrojem sali, ładnym położeniem czy regionalną kuchnią.

W miejscowościach turystycznych musi nastąpić rozbudowa sieci gastronomicznej,zwłaszcza dla turystów nie korzystających ze zorganizowanych form wypoczynku. Fatalny stan usług żywienia podstawowego,we wszystkich badanych miastach,jest szczególnie niekorzystny dla turystów indywidualnych. Ogromne trudności wyżywienia i jego okrppne warunki,przy bardzo wysokich cenach,wymuszają korzystanie ze zorganizowanych wczasów w prywatnych kwaterach

z całodziennym wyżywieniem. Musi więc istnieć właściwa kolejność rozwoju poszczególnych usług gastronomicznych w regionie lub miejscowości. Kiedy nie starcza środków na harmonijny rozwój wszystkich rodzajów usług gastronomicznych, to trzeba rozwijać przede wszystkim żywienie podstawowe, przed usługami uzupełniającymi. Wymagają tego racje ekonomiczne i społeczne. Obecnie, ze względu na trudną sytuację w dziedzinie podaży artykułów żywnościowych na rynku oraz doraźne korzyści inwestorów, sytuacja jest odwrotna. Taką kolejność, trudno ze społecznego punktu widzenia akceptować, bez względu na to czy dotyczy to inwestycji prywatnych czy uspołecznionych. Istnieją systemy podatkowe i możliwości promocyjne rozwoju lokali gastronomicznych o funkcjach najbardziej potrzebnych miastu czy regionowi.

W regionach o znacznym napływie turystów, zwłaszcza o dwu sezonach lub uzdrowiskach czynnych cały rok, konieczne wydaje się stworzenie centralnych przygotowalni półproduktów gastronomicznych lub niektórych gotowych potraw. Doświadczenia innych krajów socjalistycznych i zachodnich wskazują, że bez dobrego produkcyjnego zaplecza gastronomicznego produkującego tanio i na dużą skalę, trudno będzie usunąć najważniejszą barierę rozwoju ruchu turystycznego w Polsce, jakim jest żywienie turystów.

Miejscowości i regiony z rozwiniętą funkcją turystyczną różnią się od siebie znacznie. Wielkość miejscowości, jej położenie, atrakcyjność warunków przyrodniczych, sezonowość itd.itd., powodują niepowtarzalność regionów i w efekcie zróżnicowanie ruchu turystycznego. Dlatego nie można powielać koncepcji rozwoju usług gastronomicznych w różnych terenach. Do planowania i usprawniania bieżącej działalności gastronomii należy podchodzić indywidualnie i elastycznie, a ponieważ usługi gastronomiczne są komplementarne do innych usług, ich rozwój musi być oparty o program rozwoju turystycznego regionu i miejscowości w ujęciu funkcjonalnym.

c. Pozostałe usługi.

Na atrakcyjność produktu w postaci wypoczynku w prywatnej kwaterze, poza warunkami naturalnymi, usługami mieszkaniowymi i gastronomicznymi wpływają różne inne usługi. Ponieważ badania przeprowadzono w miastach o rozwiniętej funkcji turystycznej i znacznych tradycjach w przyjmowaniu turystów, wydawać by się mogło, że urządzenie i placówki usługowe badanych miejscowości wypoczynkowych, zabezpieczają zróżnicowane potrzeby wypoczywających w prywatnych kwaterach turystów, czyli uatrakcyjniają i ułatwiają pobyt w danej miejscowości.

Ważne miejsce w obsłudze ruchu turystycznego zajmują usługi handlowe. Lista branż handlowych, pracujących na rzecz turystów jest w zasadzie nieograniczona. W praktyce sprowadza się ona jedynie do kilku: spożywczej, odzieżowo-obuwniczej, sprzętu sportowo-turystycznego, fotooptycznej, drogeryjnej oraz księgarskiej.[1] Jak wykazały badania poziom usług handlowych w badanych miejscowościach oraz stopień ich dostosowania do potrzeb turystów jest wysoce niezadowalający.

Turyści przede wszystkim stwierdzali brak dostatecznej ilości placówek handlowych podczas trwania sezonu turystycznego. Niedobór placówek handlowych stwierdził co 5 turysta wypoczywający w Sopocie, co trzeci w Giżycku i Busku Zdroju, co drugi w Łebie, Ustce, Międzyzdrojach, Augustowie, Krynicy, Szczyrku, Zakopanem i Ciechocinku Zdroju.

W poprzednim podrozdziale stwierdzono, że znaczna część turystów, szczególnie w miejscowościach górskich i pojezierzy, żywi się sama lub w lokalach gastronomicznych spożywa tylko obiad a śniadania i kolacje przygotowuje we własnym zakresie. Ważnym więc

---

[1] S. Bosiacki: Rozwój turystyki, a wielkość i struktura popytu na towary, "Roczniki IHW", Z. 3/79/, Warszawa 1976 r.s. 132.

warunkiem dobrego wypoczynku są sklepy i punkty sprzedaży artykułów żywnościowych. Ich ilość, rozmieszczenie, zaopatrzenie towarowe i organizacja pracy decyduje o zadowoleniu tej części turystów.

Badani turyści najczęściej odczuwali niedosyt sklepów ogólnospożywczych, piekarniczych, rybnych i owocowo-warzywnych. Niedosyt sklepów był potęgowany stałym lub okresowym brakiem podstawowych artykułów żywnościowych. Stale brakowało lepszych gatunków mięsa i wędlin, sera żółtego, konserw rybnych, lepszych gatunków herbaty, kawy, czy wód mineralnych. Niemniej dokuczliwe były okresowe braki świeżego pieczywa, mleka i produktów mlecznych, jaj itd.

W mniejszym zakresie wskazywano również na niedobór sklepów z artykułami nieżywnościowymi, a szczególnie sportowymi, papierniczymi, drogeryjno-kosmetycznymi, a także kiosków "Ruchu". Turyści wskazywali na bardzo duże niedobory artykułów częstego zakupu, jak: papierosów, gazet, kopert, a także tak podstawowych artykułów jak środków higienicznych, większości kosmetyków, baterii, błon fotograficznych, proszków do prania, leków, sprzętu sportowo-rekreacyjnego, obuwia, grzałek, termosów, obuwia, odzieży itd. itd.

Respondenci stwierdzili, że zaopatrzenie sklepów w badanych miejscowościach było gorsze /42%/, a nawet znacznie gorsze /13%/, niż w miejscu ich stałego zamieszkania. Jest to o tyle uzasadnione, że znakomita większość wypoczywających pochodziła z wielkich aglomeracji miejskich, gdzie zaopatrzenie towarowe sklepów jest przeważnie lepsze. Tylko w jednym mieście - Sopocie liczba respondentów, która oceniła zaopatrzenie jako lepsze, była wyższa niż oceniających je jako gorsze i znacznie gorsze. Potwierdza to powyższe stwierdzenie, ponieważ udział turystów z wielkich ośrodków w Sopocie relatywnie jest najniższy /44%/.

Bardzo niekorzystna z punktu widzenia turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach jest lokalizacja sklepów. Przeważająca część sklepów skoncentrowana jest w centrach handlowych miast, podczas gdy większość prywatnych kwater położona jest w dzielnicach peryferyjnych.

Tablica 36

Ocena poziomu zaopatrzenia i obsługi w placówkach handlowych,w relacji do miejsca stałego zamieszkania turystów

Ocena	zaopatrzenie		obsługa	
	Liczba badanych	%	Liczba badanych	%
lepsze	108	7,7	97	6,9
podobne	531	37,8	753	53,6
gorsze	589	41,9	435	31,o
znacznie gorsze	177	12,6	120	8,5
R a z e m :	1.4o5	100,0	1.405	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Odległości pomiędzy centrum handlowym miast a skupiskami prywatnych kwater są więc znaczne, sięgające do 3 km. Przykładem może być Szczyrk,w którym jest 7 sklepów spożywczych zlokalizowanych głównie w centrum, natomiast miasto rozciągnięte jest na przestrzeni 10 km i posiada pięć odrębnych dzielnic. Podobnie jest w Busku gdzie centrum miasta oddalone jest o około 2 km od uzdrowiska i dzielnic mieszkalnych,w których najczęściej wynajmuje się turystom pokoje.

Dalszym mankamentem składającym się na negatywną ocenę działalności handlu była również wadliwa organizacja pracy. Turyści skarżyli się na złe godziny otwarcia placówek handlowych,zupełnie nie dostosowane do ich potrzeb. Dotyczyło to przedwczesnego zamykania sklepów, co wykluczało dokonywanie zakupów późnym popołudniem, czy też przerw obiadowych, co z kolei ograniczało zakupy przy okazji powrotu z plaży czy zabiegów na obiad. Do dalszych wad pracy handlu można zaliczyć małe powierzchniowo sklepy i ograniczony personel,co powodowało kolejki, wydłużanie czasu zakupu i często zdenerwowanie i nieuprzejmość po obu stronach sklepowej lady. Stąd ocena poziomu obsługi jest niska. Wypowiedzi uznających, że poziom obsługi jest gorszy lub znacznie gorszy niż w miejscu stałego zamieszkania turysty było 6 razy więcej niż oceniających ten poziom jako lepszy.

W działalności handlu w miejscowościach turystycznych w zbyt małym stopniu obserwuje się działania zmierzające do lepszego zaopatrzenia towarowego turystów poprzez np. sezonowy przyrost sieci, przez tworzenie nowych punktów, sprzedaży, wykorzystanie sezonowe sklepów innych branż, wydzierżawianie innych pomieszczeń na cele handlowe, wprowadzanie ruchomych punktów handlowych czy też zmiany organizacyjne powodujące lepsze dostosowanie potencjału handlowego do specyficznego popytu turystycznego.[1]

Badani respondenci negatywnie oceniali również wyposażenie miast w urządzenia rekreacyjno-sportowe oraz kulturalno-rozrywkowe, jednak zaledwie co drugi badany odczuwał brak takich urządzeń. Wiązało się to zapewne z okresami ładnej pogody, w czasie przeprowadzania badań terenowych, kiedy to zapotrzebowanie na urządzenia sportowe i kulturalne znacznie maleje.

Poziom ilościowo-jakościowy usług wypoczynkowych jest daleki od potrzeb. Badania ankietowe pozwoliły stwierdzić, że bardzo dotkliwie odczuwane są braki basenów. Basenów w ogóle brakuje /miejscowości nadmorskie, pojezierze/ lub są za małe /Krynica, Zakopane, Busko/, niedostępne dla indywidualnych turystów /Szczyrk/, czy też jest wyłącznie solankowy /Ciechocinek/. Na wszystkich basenach panuje ogromny tłok, hałas i brud, a po bilety trzeba ustawiać się w kolejkach we wczesnych godzinach rannych. Szczególnie dotkliwe są braki kąpielisk w uzdrowiskach. Profil leczniczy schorzeń /np. układu kostnego czy stawowego/ nastawiony jest na rekreację ruchomą o niewielkim natężeniu, obejmującą wiele grup mięśni. Najbardziej korzystną i zalecaną przez lekarzy formą rekreacji i niekiedy rehabilitacji ruchowej jest pływanie. W każdym więc mieście niezbędne jest wybudowanie kompleksu basenów.

---

[1] G. Gołembski: Handlowa obsługa turystów w regionie. Referat na konferencję naukową nt." Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem żywienia, w ujęciu regionalnym", Wigry 20-21 IX 1979 r. /maszynopis powielony/.

Ze względu na zanieczyszczenie wód potrzeby w tym zakresie będą rosły.

Ponadto turyści szczególnie mocno podkreślali zupełny brak lub też znikomą ilość, często zdewastowanych placów zabaw dla dzieci. Przy rodzinnym wypoczynku takie urządzenia są konieczne. Znacznie rzadziej wymieniano potrzebę urządzenia kortów tenisowych czy boisk do gier sportowych. Często istniejące boiska przy domach wczasowych lub klubach sportowych są dla wypoczywających w prywatnych kwaterach niedostępne.

Z usług kulturalno-rozrywkowych najbardziej odczuwalny był brak możliwości oglądania telewizji, czytania gazet i spędzenia czasu przy grach świetlicowych. Jak już stwierdzono do celów rozrywkowych udostępniane są tylko nieliczne jadalnie między posiłkami. Turyści indywidualni i osoby żywiące się poza miejscem zamieszkania nie mają możliwości korzystania ze świetlicy. Ponadto turyści odczuwali brak kin, teatrów, bibliotek zlokalizowanych bliżej domu oraz imprez rozrywkowo-tanecznych.

Usługi kulturalno-rozrywkowe świadczone turystom korzystającym z prywatnych kwater, muszą stać się przedmiotem większego zainteresowania zarówno ze strony organizatorów wypoczynku jak i gospodarzy wynajmujących kwatery.

Na koniec należy podkreślić drastyczny brak map, folderów i przewodników, a ponadto zwykłych informacji o usługach świadczonych w danej miejscowości. Wielu turystów odczuwało potrzebę korzystania z usług, które w danej miejscowości są i często w dużym stopniu niewykorzystane, a tylko brak wstępnych informacji utrudnił ich wykorzystanie. System więc informacji miejscowej i regionalnej można uznać za poważną barierę utrudniającą turyście przyjemne i ciekawe spędzenie wolnego czasu.

W reasumpcji można z całym przekonaniem stwierdzić, że standard produktu w postaci prywatnej kwatery w badanych miejscowościach niekorzystnie odbiega od usług świadczonych wypoczywającym w domach wczasowych, a dostosowanie elementów produktu do potrzeb turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach jest niezadowalające.

Rozdział IV

KIERUNKI USPRAWNIEN NA RYNKU PRYWATNYCH KWATER TURYSTYCZNYCH

1. Ewolucja systemu zarządzania prywatnymi kwaterami i jej rynkowe konsekwencje.

Do połowy lat 70-tych rynek kwater prywatnych kształtował się żywiołowo, przy małej interwencji władz terenowych. Była to ingerencja wyłącznie fiskalna. Zdecydowana większość izb była wynajmowana turystom bezpośrednio przez gospodarza, który płacił podatki do miejscowych urzędów finansowych. Wynajmujący kwaterę obciążany był podatkiem obrotowym i dochodowym, płacił podwyższone opłaty za radio i telewizor oraz tracił pewne świadczenia, np. zasiłek rodzinny. Skutecznym hamulcem rozwoju turystyki w oparciu o prywatne kwatery była niepewność wysokości podatku dochodowego. Przyczyniało się to do oszustw podatkowych w wyniku zaniżania liczby przyjętych turystów.

W początkach lat 60-tych miał miejsce szybki przyrost popytu na usługi turystyczne, którego nie była w stanie zaspokoić baza uspołeczniona. We wrześniu 1962 roku postanowiono zaktywizować rynek kwater prywatnych i w konsekwencji rozporządzeń Rady Ministrów, a w ślad za tym zarządzeń resortowych, nastąpiły pozytywne zmiany prawne w tej dziedzinie. W myśl nowych przepisów właściciele mogli wynająć bez zezwolenia 3 pokoje, a w miejscowościach o dużym nasileniu ruchu turystycznego więcej niż 3 pomieszczenia.[1/]

---

1. Rozporządzenie RM z dnia 24 września 1962 r., w sprawie określenia rodzajów działalności gospodarczej zwolnionej od obowiązku uzyskania zezwoleń na wykonywanie przemysłu, rzemiosła i niektórych usług. Dziennik Ustaw, Nr 62. poz. 296.

Zniesiono podatek obrotowy i dochodowy, które zastąpiono podatkiem ~~obrotowym~~ od wynagrodzeń, znacznie niższym od poprzednich i możliwym do przewidzenia.[1/] Przy bezpośrednim wynajmowaniu kwater opodatkowaniu podlegała suma powyżej 40% wpływów, a przy wynajmowaniu za pośrednictwem przedsiębiorstwa - powyżej 60% wpływów. Gospodyni prowadząca żywienie nie potrzebowała już ubiegać się o pozwolenie w miejscowych urzędach i została zwolniona od podatków, jeżeli liczba całodziennych podatków nie przekroczyła 20. [2/3/].

Przepisy resortowe dotyczące wynajmowania pokoi różniły się między sobą. Na przykład na terenach wiejskich obowiązywało zarządzenie Przewodniczącego GKKFiT, a na terenach miejskich zarządzenie Ministra Gospodarki Komunalnej. Nie były to jednak różnice istotne i dotyczyły czynności meldunkowych oraz wysokości opłat za pośrednictwo pobieranych przez biura zakwaterowań.[4/]

---

1. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 22 maja 1964 r w sprawie określenia niektórych przychodów podlegających opodatkowaniu wg. przepisów o podatku od wynagrodzeń oraz terminu i trybu uiszczania tego podatku. Dziennik Ustaw, Nr 19, poz. 115.
2. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 14 maja 1964 r w sprawie zwolnień na prowadzenie przedsiębiorstw handlowych i wykonywanie usług handlowych oraz na prowadzenie zakładów przemysłu gastronomicznego przez jednostki gospodarki nieuspołecznionej. - Dziennik Ustaw, Nr 20, poz. 120.
3. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 kwietnia 1964 r., w sprawie zwolnienia od podatku obrotowego i dochodowego przychodów osiąganych ze sprzedaży posiłków przez osoby fizyczne. - Dziennik Ustaw, Nr 17, poz. 103.
4. Zarządżenie Nr 49 Ministra Gospodarki Komunalnej z 19 czerwca 1962 r, w sprawie organizacji zakwaterowania przyjezdnych w kwaterach prywatnych i wytycznych do ustalania cen za te kwatery. Dziennik Urzędowy Ministra Gospodarki Komunalnej, Nr 11, poz. 70.
   - Zarządzenie Nr 51 Przewodniczącego GKKFiT z dnia 4 marca 1964 w sprawie organizacji kwater prywatnych w lokalach mieszkalnych i ustalania cen za te kwatery. Dziennik Urzędowy GKKFiT, Nr 5, poz. 18.

Ten dualizm w pośrednictwie prywatnymi kwaterami zlikwidowało wspólne zarządzenie Ministra Gospodarki Komunalnej i Przewodniczącego GKKFiT. Ujednolicono w nim tryb tworzenia biur zakwaterowań, wysokość prowizji /do 15% od turysty krajowego i do 30% od zagranicznego/ i niewielkie opłaty za pośrednictwo w zawieraniu umów.[1/]

Tak ustalone przepisy, z drobnymi korektami, przetrwały do 1974 roku[2/]. Można je ocenić jako bardzo korzystne dla wynajmujących kwatery. Mogli oni wynajmować pomieszczenia bezpośrednio zakładom pracy, FWP, czy przedsiębiorstwom turystycznym. Zakłady pracy udzielały częstej pomocy finansowej i rzeczowej w wykańczaniu domów, ich remontach, wyposażaniu mieszkań, zaopatrzeniu w żywność itd.

Do mankamentów tego systemu trzeba zaliczyć często wysokie ceny kwater dla indywidualnych turystów w atrakcyjnych miejscowościach, wynajmowanie nieodpowiednich mieszkań na strychach, w piwnicach, w pokojach przechodnich itp. Wysokie dochody uzyskiwane z wynajmowania prywatnych kwater spowodowały wzmożony ruch budowlany i niekorzystne konsekwencje w zabudowie. Budowano duże, brzydkie domy, bez podstawowego wyposażenia, nastawione na doraźne korzyści, uzyskiwane głównie z zakładów pracy.

Bardzo poważne zmiany w zarządzaniu prywatnymi kwaterami nastąpiły po 1974 roku, kiedy to w ramach modelowych zmian polskiej turystyki powołano terenowe /wojewódzkie/ przedsiębiorstwa turystyczne.

---

1. Zarządzenie Ministra Gospodarki Komunalnej i Przewodniczącego GKKFiT, w sprawie organizacji wynajmu pokoi gościnnych, Monitor Polski,Nr 36, poz.288, z dnia 2 sierpnia 1969.

2. Zmiany przytacza H. Zawistowska: Pokoje gościnne w przepisach prawnych PRL. /w:/ "Ruch turystyczny" Nr 1-2, 1976 r, s.77

Cała baza noclegowo-gastronomiczna pozostająca dotąd w dyspozycji gospodarki komunalnej, a także placówki działające w resorcie gospodarki terenowej i ochrony środowiska /kąpieliska, baseny, ośrodki sportów wodnych itp./ zostały przekazane istniejącym terenowym przedsiębiorstwom turystycznym. Była to jednak baza bardzo skromna, zarówno pod względem ilościowym jak i jakościowym, i przynosiła poważne straty. Nierentowności nowo powołanych przedsiębiorstw zapobiegało się głównie przez zysk z pośrednictwa w organizowaniu wczasów i wypoczynku w prywatnych kwaterach.[1/]

Wysokie zyski z prywatnych kwater mogły być uzyskiwane pod warunkiem zmian w zarządzaniu tymi kwaterami. Wszystkie kwatery prywatne, których dysponentami były do tej pory różne przedsiębiorstwa turystyczne oraz zakłady pracy na podstawie zawartych bezpośrednio z właścicielami umów, zostały przejęte przez powstałe terenowe przedsiębiorstwa turystyczne. Stały się one jedynymi dysponentami prywatnych kwater - całkowitymi monopolistami w tym zakresie.[2/] Właściciel kwatery był praktycznie zmuszony do odnajmowania kwater przez biura zakwaterowań przedsiębiorstwa, ponieważ zamiast podatków od wynagrodzeń mógł być obciążony podatkiem obrotowym i dochodowym.[3/]

---

1. W 1976 roku straty przyniosła eksploatacja hoteli /55 mln.zł/, kempingów/23 mln.zł/ i stacji obsługi/1,3 mln.zł/ a zyski - działalność gastronomii /45,5 mln.zł/, transportu/7,5 mln.zł/ i wypożyczalni sprzętu 1 mln.zł/. Najwyższe zyski przyniosło pośrednictwo w organizowaniu wczasów /95,5 mln.zł/,wypoczynku w kwaterach prywatnych /80 mln.zł/ i wycieczek /37 mln.zł/. J. Puśtoła: Pośrednik, "Polityka"Nr 43/1077/ Warszawa 22.X.1977,s. 1 i 6.
2. Zarządzenie Przewodniczącego GKKFiT w sprawie wynajmowania pokoi gościnnych, z 15.X.1976. Monitor Polski Nr 39 poz.178.
3. Rozporządzenie Nr 55 Ministra Finansów w sprawie opodatkowania niektórych przychodów podatkiem od wynagrodzeń, z dnia 28.II.1975 r.

Przedstawione liczby świadczące o ogromnych zyskach z pośrednictwa i stratach na eksploatacji własnej bazy nie skłaniały do jej powiększania i troski o jej sprawną działalność.[1/]
Stawiały pod znakiem zapytania sens powołania przedsiębiorstw o takich ekonomicznych podstawach.

Jednym z celów powołanych przedsiębiorstw miała być troska o odpowiedni standard kwater oraz obrona turysty przed wygórowanymi cenami. W zakresie poziomu kwater powstały przepisy określające ich minimalne warunki higieniczno-sanitarne i mieszkaniowe.[2/] Zastosowanie tych przepisów wyeliminowało kwatery nieodpowiednie do zamieszkania i przyczyniło się do znacznego podniesienia standardu kwater, którymi pośredniczyło przedsiębiorstwo.

Drugi postulat ochrony turysty przed wysokimi cenami nie został spełniony, co więcej wraz z powstaniem terenowych przedsiębiorstw ceny wyraźnie wzrosły. H. Zawistowska stwierdziła, że średnio o 24%, w relacji do cen poprzednio obowiązujących.[3/]

---

1. Łatwość poszerzania bazy noclegowej poprzez prywatne kwatery była jedną z podstawowych przyczyn odchodzenia przedsiębiorstw turystycznych od rozwijania własnej bazy noclegowej. W rezultacie prywatne kwatery stanowiły 86% całego potencjału noclegowego terenowych przedsiębiorstw turystycznych w Polsce. A. Domańska: Terenowe przedsiębiorstwa turystyczne a reforma gospodarcza. /w:/ Przedsiębiorstwa usługowe w warunkach nierównowagi rynkowej. Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu, 1982 r Serial s. 90.
2. Zarządzenie Nr 178 Przewodniczącego GKKFiT w sprawie wynajmowania pokoi gościnnych, z dnia 15 października 1976 r
3. H. Zawistowska: Pokoje gościnne ... op.cit... s. 103.

Na rynku prywatnych kwater w Polsce dominują dysponenci funduszów socjalnych zakładów pracy. Do 1975 roku służby socjalne zakładów zawierały umowy z właścicielami kwater i były odpowiedzialne za wypoczynek swoich pracowników. Sytuacja zmieniła się radykalnie po powstaniu terenowych przedsiębiorstw turystycznych. Nie można już było zawrzeć bezpośredniej umowy z gospodarzem, Funkcję obowiązkowego pośrednika przejęło przedsiębiorstwo turystyczne. Oprócz prowizji wpłacanej przez gospodarza, do przedsiębiorstwa zaczęła wpływać marża z tytułu pośrednictwa. Ponieważ zyski z tego tytułu były ogromne, przy niewielkim nakładzie pracy, w 1976 roku nastąpiły ponowne zmiany zasad finansowania. Ustalono, że marża może być pobierana wyłącznie w wyniku świadczenia kompleksowej obsługi, na którą składają się: nocleg, żywienie oraz inne usługi turystyczne i kulturalne.[1/]

Zlikwidowano więc marżę jako swoistą daninę pobieraną z tytułu nadanego przedsiębiorstwu przywileju, pozbawiono przedsiębiorstwo turystyczne z reguły nieuzasadnionych zysków i zmuszono je do tworzenia kompleksowej i interesującej oferty wypoczynku.

Przedsiębiorstwa zareagowały natychmiast i niezgodnie z intencją ustawodawcy. Wycofały się ze sprzedaży wyłącznie noclegów, ponieważ sama 15% prowizja była zbyt małym zyskiem i masowo zaczęły tworzyć te "kompleksowe usługi" w formie typowych 14 dniowych wczasów, z reguły o znacznie gorszym standardzie usług. Szczególnie dotyczyło to usług żywieniowych i kulturalno-oświatowych. Szczególnie te ostatnie, ze względu na rozproszenie turystów i niesprecyzowanie co się za nie uznaje i które należy świadczyć, budziły niezadowolenie klientów.

---

1. Pismo skierowane przez Przewodniczącego GKKFiT do Wojewodów i Prezydeńtów Miast stopnia wojewódzkiego z dnia 30 stycznia 1976 roku.

W celu zahamowania przepływu pieniądza z gospodarki uspołecznionej do sektora prywatnego, powstały w 1978 roku nowe przepisy limitujące wydatki zakładów pracy z tytułu najmu prywatnych pokoi gościnnych.[1/] Limitem objęto między innymi 65% wydatków na opłacenie usług wczasowych i 30% wydatków na opłacenie żywienia. Skutki tego zarządzenia dla rynku prywatnych kwater okazały się fatalne. Spowodowało ono ogromne trudności w zakładach pracy nie dysponujących dostateczną ilością własnych miejsc wczasowych, ograniczenie popytu na prywatne kwatery i rezygnacje z kwater w mniej atrakcyjnych miejscowościach. Na przykład w gminie Ujsoły w Beskidzie Żywieckim w 1977 roku wszystkie miejsca w kwaterach prywatnych były całkowicie wykorzystane, a w 1978 roku turyści przebywali tylko u trzech gospodarzy. Na 13 prywatnych jadłodajni czynnych w 1977 roku wszystkie przestały świadczyć usługi.[2/]
Do pewnych pozytywnych, ubocznych skutków zarządzenia można zaliczyć intensywniejsze wykorzystanie zakładowych domów wczasowych oraz żywsze zainteresowanie turystami indywidualnymi, do tej pory lekceważonymi jako klienci mało opłacalni i bardzo pracochłonni.

Pozytywną cechą zarządzania prywatnymi kwaterami w Polsce w latach 80-tych była decyzja zrezygnowania w 1981 roku z monopolu terenowych przedsiębiorstw turystycznych w pośrednictwie prywatnymi kwaterami, a w roku 1983 z konieczności takiego pośrednictwa przez uspołecznione przedsiębiorstwa. Powrócono więc do sytuacji sprzed 1976 roku. Obecnie sami właściciele, po uzyskaniu zezwoleń z urzędów miast lub gmin, mogą wynajmować swoje kwatery.

---

1. Zarządzenie 32 Przewodniczącego GKKFiT z dnia 31.XII.1977 r w sprawie szczegółowych zasad limitowania w 1978 roku wydatków jednostek gospodarki uspołecznionej z tytułu najmu prywatnych pokoi gościnnych oraz korzystania z prywatnych posiłków domowych.
2. Badanie prowadzone przez studentów Koła Naukowego przy Instytucie Obrotu Towarowego Uniwersytetu Łódzkiego w ramach obozu naukowego w gminie Ujsoły w Beskidzie Żywieckim w lipcu 1988 roku.

Sledząc ewolucję systemu kierowania rynkiem prywatnych kwater w Polsce można pokusić się o refleksję natury bardziej ogólnej. Kilkudziesięcioletni okres wpływu różnych organów państwowych na ten rynek można nazwać, zamiast ewolucją systemu zarządzania, ewolucją błędów w zarządzaniu i wycofywanie się z popełnianych błędów. Obecnie nie ma żadnego systemu centralnego kierowania rynkiem prywatnych kwater i jest to w moim przekonaniu sytuacja korzystna dla tego rynku.

2. Ocena systemu zarządzania prywatnymi kwaterami.

Organizatorami wypoczynku w prywatnych kwaterach są obecnie terenowe przedsiębiorstwa turystyczne, spółdzielcze przedsiębiorstwa turystyczne, przedsiębiorstwa państwowe, Fundusz Wczasów Pracowniczych, różne agendy związków i zrzeszeń, służby socjalne zakładów pracy, prywatne przedsiębiorstwa turystyczne oraz urzędy miast i gmin. W badanych miastach prowadziło działalność od kilku do kilkunastu różnych przedsiębiorstw turystycznych. Ta daleko idąca swoboda w pośrednictwie prywatnymi kwaterami ma miejsce w czasie poważnego spadku popytu i zarazem podaży, zdeterminowanych nasilającymi się zjawiskami kryzysowymi w gospodarce. Warto więc znać opinie poszczególnych uczestników rynku o tej organizacji.

a/ Punkt widzenia służb socjalnych zakładów pracy i jego konsekwencje.[1/]

Stwierdzono już, że w ostatnich kilkunastu latach na rynku prywatnych kwater, zwłaszcza w wysoko atrakcyjnych regionach turystycznych, dominują dysponenci funduszy socjalnych zakładów pracy.

---

1. Ten podpunkt napisano na podstawie badań w kilku zakładach pracy w Łodzi, opinii badanych turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach, którym wypoczynek zorganizował zakład pracy, wywiadów głębinowych w przedsiębiorstwach turystycznych i publikacji prasowych.

Dzieje się tak na skutek niedostatku własnej bazy turystycznej oraz FWP, przy jednoczesnym ogromnym wzroście zainteresowania pracowników zorganizowanym wypoczynkiem, w konsekwencji obniżenia się siły nabywczej ludności i szybkiego wzrostu cen wypoczynku.

Ocena przedsiębiorstw turystycznych w zakresie organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach przez służby socjalne zakładów pracy nie jest jednoznaczna. Z jednej strony pracownicy działów socjalnych są zadowoleni, że ogromny trud organizacji wczasów dla swoich pracowników oraz obozów i kolonii dla ich dzieci, wraz z odpowiedzialnością za te działania, przejęły pośredniczące przedsiębiorstwa turystyczne. Z drugiej strony badania jednoznacznie wykazały, że wraz z powstaniem "wyspecjalizowanych przedsiębiorstw" zakład pracy uzyskuje po bardzo wysokiej cenie /marża/ niższej jakości produkt turystyczny. Zlecając przedsiębiorstwu organizację kompleksowej wczasowej usługi turysty zakładowego, służby socjalne zakładów pracy są "moralnie" zwolnione od opieki nad swoimi wczasowiczami, a przedsiębiorstwo turystyczne nie chce lub nie może ich w tym zastąpić. Badania ankietowe przeprowadzone wśród gospodarzy i wypoczywających u nich pracowników w ramach zorganizowanych wczasów wykazały, że wczasowiczami praktycznie nikt się nie opiekuje. Dotyczy to zwłaszcza imprez kulturalnych i rozrywkowych.

Pomimo licznych pretensji do pośredników, pobierających wysokie marże i nie w pełni wywiązujących się z obowiązków organizatora wypoczynku, przy kurczących się funduszach socjalnych w większości zakładów i istniejących formalnych możliwościach zawarcia bezpośrednich umów z gospodarzami, proces rezygnacji z usług pośredniczącego przedsiębiorstwa i przejęcia organizacji wypoczynku jest niezwykle powolny i dotyczy raczej małych zakładów pracy.

Wynika to z kilku powodów. Zakłady pracy potrzebują dużych domów o znacznej ilości kwater. Takie domy są już zajęte poprzez często wieloletnie umowy z przedsiębiorstwami turystycznymi.

Służby socjalne nie chcą zajmować się koloniami i wczasami ponieważ jest to działalność uciążliwa i odpowiedzialna. Od kilku więc lat pojawiały się propozycje, w wielu zakładach już realizowane, podziału funduszu wczasowego pomiędzy wszystkich pracowników zakładu w złotówkach a nie w miejscach wczasowych. Konsekwencją takiego myślenia jest rozpowszechniona forma tzw. "wczasów pod gruszą", czyli organizowania wczasów we własnym zakresie i po potwierdzeniu pobytu otrzymania z funduszu socjalnego niewielkiego ekwiwalentu pieniężnego. Ten niezwykle wygodny dla służb socjalnych system przyniósł dla rynku prywatnych kwater, fatalne skutki.
Do biur turystycznych przychodzili masowo pracownicy przedsiębiorstw po potwierdzenie wypoczynku dla siebie i swoich kolegów z pracy. Był przypadek, kiedy jeden klient potrzebował około 50 potwierdzeń. Pracownicy biur zakwaterowań podpisywali wszystko, bo nie mieli możliwości sprawdzenia. Kiedy stało się to zbyt masowe wywiesili karteczki, że pobytu się nie potwierdza. Wtedy służby socjalne zrezygnowały z poświadczeń i zadowoliły się oświadczeniami.
Oczywiście zdecydowana większość pracowników nie korzysta z wypoczynku a pieniądze przeznacza na inne cele, lecz statystyka wykazuje ich jako wypoczywających we własnym zakresie.

Stwierdzono już, że fundusze socjalne zakładów pracy praktycznie decydują o rynku prywatnych kwater. Ich udział finansowy na tym rynku wynosi około 80%. Postępowanie służb socjalnych zakładów przyczynia się jednak do powstawania licznych patologii tego rynku, do których można zaliczyć:

- zawyżanie cen,

- małą dbałość o poziom kupowanych usług,
- nadmierną koncentrację ruchu turystycznego, z powodu chęci wykazania się organizacją wypoczynku w atrakcyjnych i popularnych miejscowościach,
- niedostosowanie oferty wypoczynku do potrzeb swoich pracowników bądź ich dzieci, z uwagi na małą znajomość tych potrzeb.

Przykładów takiego niedostosowania jest bardzo dużo. Można do nich zaliczyć brak wcześniejszej informacji o warunkach wypoczynku, kierowanie np. emerytów do bardzo hałaśliwych miejscowości i odwrotnie, młodych samotnych pracowników do spokojnych ośrodków bez imprez rozrywkowych. Przykładem niedostosowania terenu wypoczynku do potrzeb turystów może być organizowanie przez jedną z kopalń śląskich bardzo drogich kolonii, za pośrednictwem ORBIS-u w Ciechocinku, gdzie są bardzo złe warunki do wypoczynku dzieci i gdzie w sezonie letnim trudno o miejsca dla chorych.

Jestem przekonany, że radykalna poprawa rynku prywatnych kwater może nastąpić wtedy, kiedy funduszami socjalnymi na wypoczynek, które teraz są znaczne i obejmują około 80% całego funduszu, będą dysponowali poszczególni pracownicy zakładu, lecz nie w obecnej formie bezmyślnego podziału pieniędzy. Jestem przeciwnikiem dysponowania funduszem socjalnym, w części przeznaczonej na wypoczynek, przez służby socjalne, które obecnie przecież niczego nie organizują lecz korzystają z pośrednictwa przedsiębiorstwa turystycznego. Podraża to koszt wypoczynku przy małej egzekucji dobrego produktu.

Z funduszu socjalnego powinni korzystać tylko ci pracownicy, którzy rzeczywiście pojadą i udokumentują swój pobyt rachunkami. Taki system zrodzi prawdziwą konkurencję wśród przedsiębiorstw turystycznych, które muszą dostosować swoją ofertę do wyższych wymagań bezpośredniego użytkownika tych usług.

Warunkiem takiego systemu jest istnienie bardzo dobrej centralnej informacji o prywatnych kwaterach, zapewniającej właściwy wybór miejsca, formy standardu wypoczynku, zgodnych z preferencjami pracowników-turystów.

b/ Punkt widzenia turystów.

Ocena organizacji wypoczynku przez turystów wymaga analizy wielostronnej, tj. płaszczyzny widzenia turystów, którym wypoczynek zorganizował zakład pracy bezpośrednio lub w zdecydowanej większości przez przedsiębiorstwo turystyczne oraz tych, którzy zorganizowali wypoczynek w prywatnych kwaterach we własnym zakresie.

Turyści, którym wypoczynek zorganizowano /80%/, są przyzwyczajeni do takiej formy organizacji. Jest ona dla nich wygodna, nie zmuszająca do jakiejkolwiek inicjatywy. Jednak znaczna część turystów mieszkających w prywatnych kwaterach, o czym pisałem w III rozdziale tej pracy, nie jest zadowolona z takiego wypoczynku.

W odpowiedziach dotyczących niezadowolenia z organizacji wypoczynku ankietowani turyści najczęściej wymieniali brak imprez kulturalno-rozrywkowych. Korzystając ze zorganizowanej formy wypoczynku liczyli na to, że w wysoką cenę skierowania na wczasy wliczone są nie tylko koszty zakwaterowania i wyżywienia ale również pewne dodatkowe usługi np. wieczorki taneczne, ogniska, wycieczki itp. Duże było rozczarowanie, gdy na miejscu okazało się, że o zaspokojenie swoich potrzeb związanych z rozrywką muszą zadbać sami, nie tylko w sensie organizacyjnym ale i finansowym.

Pomimo niezadowolenia znacznej części turystów z pobytu, które odnosiło się głównie do złej lokalizacji domów, powodujących znaczne odległości do miejsc spożywania posiłków, rekreacji czy zabiegów, całkowitym brakiem zainteresowania nimi w trakcie pobytu, brakiem urządzeń i imprez dla dzieci, bardzo złej działalności kulturalno-rozrywkowej itd., ocena organizacji wypoczynku, przez tę grupę turystów, była niespodziewanie wysoka. Bardzo wysoko oceniło ją 8% badanych, wysoko 29%, a tylko 11% źle i 3% bardzo źle.

Tak wysoka ocena organizacji wypoczynku przez turystów, którym wypoczynek zorganizowano wynika, moim zdaniem, z ładnej pogody podczas dokonywania wywiadów, a także potraktowania tej organizacji z punktu widzenia wyłącznie uciążliwości załatwiania formalności, a nie skutków jakie ta organizacja przyniosła.

W odpowiedziach dotyczących niezadowolenia z organizacji wypoczynku ankietowani turyści najczęściej wymieniali brak imprez kulturalno-rozrywkowych. Korzystając ze zorganizowanej formy wypoczynku liczyli na to, że w wysoką cenę skierowania na wczasy wliczone są nie tylko koszty zakwaterowania i wyżywienia ale również pewne dodatkowe usługi np. wieczorki taneczne, ogniska, wycieczki itp. Duże było rozczarowanie, gdy na miejscu okazało się, że o zaspokojenie swoich potrzeb związanych z rozrywką muszą zadbać sami, nie tylko w sensie organizacyjnym ale i finansowym.

Pomimo niezadowolenia znacznej części turystów z pobytu, które odnosiło się głównie do złej lokalizacji domów, powodujących znaczne odległości do miejsc spożywania posiłków, rekreacji czy zabiegów, całkowitym brakiem zainteresowania nimi w trakcie pobytu, brakiem urządzeń i imprez dla dzieci, bardzo złej działalności kulturalno-rozrywkowej itd., ocena organizacji wypoczynku, przez tę grupę turystów, była niespodziewanie wysoka. Bardzo wysoko oceniło ją 8% badanych, wysoko 29%, a tylko 11% źle i 3% bardzo źle.

Tak wysoka ocena organizacji wypoczynku przez turystów, którym wypoczynek zorganizowano wynika, moim zdaniem, z ładnej pogody podczas dokonywania wywiadów, a także potraktowania tej organizacji z punktu widzenia wyłącznie uciążliwości załatwiania formalności, a nie skutków jakie ta organizacja przyniosła.

Tablica 37.

Ocena organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach

Ocena	Wypoczynek zorganizowany		We własnym zakresie	
	L. odpowiedzi	%	L. odpowiedzi	%
b. wysoka	44	7,7	76	45,0
wysoka	165	29,1	82	48,5
średnia	281	49,5	11	6,5
zła	62	10,9	-	-
b. zła	16	2,8	-	-
Razem	568	100,0	169	100,0

Źródło: Badania ankietowe.

Bardziej istotna dla wniosków końcowych tej pracy była ocena organizacji wypoczynku przez turystów, którzy wypoczynek zorganizowali samemu. Dominacja służb socjalnych zakładów pracy na polskim rynku turystycznym stworzyła trudne warunki organizacji indywidualnego wypoczynku. Z uwagi na fakt, że ..."klient indywidualny jest znacznie bardziej pracochłonny niż klient zbiorowy, a nie znajduje to żadnego odbicia w cenniku usług"[1/], w warunkach monopolu terenowych przedsiębiorstw turystycznych miał on znaczne trudności z uzyskaniem dobrego miejsca wypoczynku. Obecnie przy częstej przewadze podaży kwater prywatnych nad popytem na nie, turyście indywidualnemu trudno jest znaleźć pokój tylko w szczycie sezonu turystycznego /1.VII - 15.VIII/.

---

1. E. Misiak: Dlaczego nas nie lubią? "Polityka" Nr 53, 1977 r.

Indywidualni turyści mają przeważnie stały, wieloletni konkakt z gospodarzami. Potworzyły się często serdeczne więzy, daleko wykraczające poza komercyjne wynajmowanie kwater. Stąd również wynika bardzo niska ocena działalności biur zakwaterowań przez indywidualnych turystów, które utrudniły uzyskanie kwatery u ulubionych gospodarzy. Ponadto respondenci często zwracali uwagę, że poprzez przedsiębiorstwo kupuje się kwaterę "w ciemno". Wiadomo tylko, że musi ona spełniać wymogi kategoryzacyjne, lecz nie uwzględnia ważnych a uciążliwych czynników lokalizacyjnych działki, jej wyposażenia, gościnności gospodarzy itp warunków stwarzających "atmosferę dobrego wypoczynku", a ponadto podnosi cenę kwatery. W konsekwencji ma miejsce masowe wycofywanie się indywidualnych turystów z usług przedsiębiorstw turystycznych i załatwianie kwatery indywidualne, zarówno u gospodarzy z uprawnieniami do takiego przyjmowania jak również nielegalnie.
Ta druga forma nielegalnego wynajmowania kwatery na terenach południowych oraz terenach wiejskich centralnej części kraju jest powszechna.

Organizacja wypoczynku we własnym zakresie nie sprawia indywidualnym turystom większego kłopotu i są oni z takiej organizacji zadowoleni w daleko większym stopniu niż to ma miejsce przy pośrednictwie przedsiębiorstw lub zakładów pracy. I tak turyści, którzy zorganizowali wypoczynek we własnym zakresie są bardzo zadowoleni z takiej organizacji w 45% i zadowoleni w 48,5%. Zaledwie 6,5% turystów oceniło to zadowolenie jako średnie, a nikt nie ocenił źle lub bardzo źle. Do pewnych mankamentów samodzielnej organizacji wypoczynku turyści zaliczają, tak jak i turyści zorganizowani, ubogą ofertę kulturalno-rozrywkową.

Natomiast wśród zalet najczęściej wymieniano wybór miejsca i gospodarza, przeważnie niższe ceny wypoczynku, możliwość zorganizowania tańszego wyżywienia i dostosowania czasu jego spożywania do rytmu wypoczynku oraz regulację czasu trwania. pobytu.

Wysnuć stąd można ważny wniosek, że uciążliwość organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach we własnym zakresie, przy dobrej pracy biur zakwaterowań turystów i właściwej informacji nie jest ~~zbyt uciążliwa~~ wysoka.

c/ Punkt widzenia gospodarzy wynajmujących kwatery.

Opinie gospodarzy wynajmujących pokoje za pośrednictwem przedsiębiorstw turystycznych są podzielone. Wielu z nich /37%/ wyraziło pełne zadowolenie z tej współpracy, a znacznie więcej /45%/ tylko częściowe zadowolenie. Jednak już w następnym otwartym pytaniu nie potrafiono wskazać powodów tego zadowolenia. Zaledwie co trzeci gospodarz taki powód podał. Najczęściej wymieniano załatwianie dokumentacji finansowej i odprowadzanie podatku, meldowanie wczasowiczów, pobieranie opłat klimatycznych, terminową wypłatę należności oraz to, że poprzez współpracę z przedsiębiorstwem unika się kontroli.

Z powyższych uwag wynika, że odnoszone przez gospodarzy korzyści ze współpracy z przedsiębiorstwem są skromne. Pomimo więc, że niezadowoleni ze współpracy z przedsiębiorstwem stanowili 18% badanych, to wraz z częściowo zadowolonymi zgłosili całą listę krytycznych uwag dotyczących tej współpracy.
Można wśród nich wymienić:

- nie zapewnianie pełnej obsady miejsc noclegowych,

- niewypłacanie należności za niezrealizowane skierowanie, bez winy gospodarzy,
- zaleganie z wypłatą należności,
- nieinformowanie gospodarzy kiedy będą wczasowicze a kiedy nie,
- zupełny brak pomocy przy wyposażeniu kwater,
- niepokrywanie kosztów dewastacji pokoi przez wczasowiczów,
- niesprawiedliwe rozdzielanie dobrych ofert,
- zła klasyfikacja pokoi,
- brak zainteresowania wczasowiczami podczas pobytu,
- brak pomocy w zakupie niezbędnych towarów /meble, pościel, opał, papier toaletowy itp./,
- brak informacji o obowiązujących przepisach i ulgach,
- "przedsiębiorstwo jest tylko kasjerem, który pobiera niewspółmiernie wysoką prowizję do oferowanej pomocy".

Mnogość negatywnych odpowiedzi była zbieżna z oceną konieczności pośrednictwa przedsiębiorstw turystycznych. Tylko co trzeci gospodarz odpowiedział na pytanie twierdząco. Co drugi uważał, że mogłby się obejść bez takich usług, a 18% badanych stwierdziło, że istnienie takiego pośrednika jest szkodliwe. Swiadomi wad działalności pośrednika, gospodarze najchętniej chcieliby współpracować bezpośrednio z zakładami pracy. Taką chęć wyraziło 31% badanych gospodarzy w Sopocie, 60-70% w Giżycku, Augustowie, Krynicy i Busku, 70-80% w Ustce, Międzyzdrojach, Szczyrku i Zakopanem i ponad 90% w Ciechocinku i Łebie. Znacznie mniej gospodarzy chce wynajmować pokoje bezpośrednio indywidualnym turystom. Taką chęć wyraziło od 11% w Sopocie, 15% w Ustce do 52% w Giżycku i ponad 70% w Ciechocinku.

Powody dążenia do bezpośredniej współpracy z zakładami pracy są zróżnicowane.

Najczęściej gospodarze jednak liczą na:

- pełne wykorzystanie miejsc noclegowych i zapłatę za miejsca niewykorzystane,
- pomoc zakładu w dokończeniu budowy domu, jego remoncie, wyposażeniu mieszkań, zakupie trudno dostępnych towarów itp.,
- korzyści finansowe dla obu stron, gdyż marża i prowizja pozostałaby u wykonawców usług,
- pokrywanie przez zakład szkód spowodowanych przez pracowników,
- lepszą opiekę nad turystami przez służby socjalne zakładów.

Wydawać by się mogło, że obecnie nie ma przeszkód ograniczających taką bezpośrednią współpracę między właścicielami prywatnych kwater, a zakładami pracy czy też indywidualnymi turystami. W myśl bowiem nowych przepisów właściciele mogą, po uzyskaniu zezwolenia, wynajmować swoje kwatery bezpośrednio turystom lub zakładom pracy.[1/] Zezwolenia takie wydają urzędy miast i gmin. Uzyskanie jednak takich uprawnień jest trudne i wymaga następujących dokumentów: ukończenia kursu "gospodnika" lub dwuletniego stażu w wynajmowaniu kwater za pośrednictwem przedsiębiorstwa, podania, życiorysu, wniosku z terminami wynajmu, zaświadczenia o stanie zdrowia, oświadczenia o własności budynku, zaświadczenia "Sanepidu" o stanie czystości budynku, zgody zakładu pracy na dodatkowe zatrudnienie /dotyczy osób pracujących/, decyzji o kategoryzacji. Uprawnienia do bezpośredniego wynajmowania kwater wydaje się na okres 6 miesięczny lub na czas nieograniczony. Tak biurokratyczne zarządzenia odstraszają od bezpośredniego wynajmowania kwater.

---

1. Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 31.X.1983 r, w sprawie wykonywania usług hotelarskich, kempingowych i turystycznych przez jednostki gospodarki nie uspołecznionej, Dziennik Ustaw, Nr 62, 1983 r, poz.285.

Nic więc dziwnego, że w wielu miastach i gminach, zwłaszcza wiejskich, rezygnuje się z większości tych wymagań.

Przy wynajmowaniu do 6 pokoi właściciele sami prowadzą ewidencję turystów i płacą 14% podatek od wynagrodzeń w miejscowym urzędzie skarbowym, przy czym dla dochodów poniżej 5.000 zł. ten podatek nie obowiązuje. Po przekroczeniu 6 pokoi gospodarz wchodzi w przepisy podatku obrotowego i dochodowego. Jest to skuteczny środek hamujący bezpośrednią formę wynajmowania pokoi. Na przykład w Szczyrku w 1988 roku na 57 wydanych zezwoleń, powyżej 6 pokoi wynajmuje zaledwie trzech gospodarzy, mimo że takie możliwości są w znacznie większej ilości domów.

Pomimo chęci gospodarzy na bezpośrednie wynajmowanie swoich pokoi zakładom pracy i indywidualnym turystom, ta forma organizacji napotyka na liczne bariery i rozwija się powoli. Dzieje się tak ponieważ służby socjalne zakładów pracy nie chcą brać odpowiedzialności za organizację wypoczynku, a jeśli się już na to zdecydują, to szukają dużych domów z jadłodajniami, świetlicami itd., a o takie bardzo trudno. Ponadto istnieją liczne biurokratyczne utrudnienia wydawania licencji, co jest zupełnie niezrozumiałe z uwagi na miejscowe korzyści. Na przykład w Korościenku i Ciechocinku nie wydano ani jednego takiego zezwolenia. Często właściciele domów nie chcą lub nie potrafią prowadzić dokumentacji finansowej i zarówno oni jak również kierownictwo zakładów pracy boją się nasilenia kontroli, szczególnie zainteresowanych stykiem sektora prywatnego z uspołecznionym.

Przepisy o bezpośrednim wynajmowaniu prywatnych kwater są korzystne dla dobrych kwaterodawców, z ustaloną pozycją na rynku oraz dla społeczności miejscowej. Podatki bezpośrednio zasilają budżet terenowy i mogą być szybko wykorzystane. Jednak różne biurokratyczne poczynania skutecznie hamują rozwój tej pożytecznej

dla gospodarzy, turystów i służb socjalnych zakładów pracy formy bezpośredniego wynajmowania prywatnych kwater.

d/ Przedsiębiorstwo turystyczne jako organizator wypoczynku w prywatnych kwaterach.

Przedsiębiorstwa turystyczne są od połowy lat 70-tych głównymi organizatorami wypoczynku w prywatnych kwaterach. Stąd poznanie ich działalności na tym rynku i w konsekwencji opinii o obecnej organizacji rynku prywatnych kwater jest dla tej pracy istotne.

Materiały dotyczące zachowania się przedsiębiorstw turystycznych na rynku prywatnych kwater uzyskano drogą wywiadów głębinowych w wybranych przedsiębiorstwach.[1/] Część z nich opracowano i przedstawiono metodą testu koniunktury.

Badania przeprowadzono wiosną 1987 roku oraz jesienią 1987 i 1988 roku i dotyczyły sezonów letnich ubiegłego i przyszłego roku 1986, 1987 i 1988. Do badań wytypowano przedsiębiorstwa działające w następujących regionach kraju:[2/]

- Pobrzeże Zachodnie /woj. szczecińskie/ -2 i 8/,
- Pobrzeże Środkowe /woj. koszalińskie i słupskie/ -3 i 7/,
- Pobrzeże Wschodnie /woj. gdańskie i elbląskie / -7 i 9/,
- Pojezierze Mazurskie i Suwalskie /woj. olsztyńskie i suwalskie /-6 i 8/,
- Pas Nizin i Wyżyn Środkowej Polski /woj. bydgoskie i Kieleckie /-2 i 4/,

---

1. Ponieważ badania przeprowadzono metodą bezpośredniego wywiadu głębinowego, uzyskano nie tylko obraz tendencji zmian zachodzących w poszczególnych elementach rynku ale także wartości liczbowe i procentowe oraz wyjaśnienie zachodzących tendencji.
2. W nawiasach podano ilość badanych przedsiębiorstw w 1986 i 1987 r /pierwszaliczba/ oraz w 1988 r /druga liczba/.

- Beskid Śląski i Żywiecki /woj. bielskie/ -5 i 9/
- Beskid Wysoki, Sądecki, Pieniny i Podhale /woj. nowosądeckie /-6 i 14/,
- Miejscowości uzdrowiskowe /Ciechocinek i Busko/ -6 i 6/.

Wybór tych regionów geograficznych wynikał z konieczności prowadzenia badań w obszarach zróżnicowanych pod względem atrakcyjności środowiska naturalnego. Jednocześnie wybrano tereny /województwa/ o najwyższej ilości zarejestrowanych prywatnych kwater turystycznych.[1/] Pozwoliło to na wyciągnięcie wniosków dotyczących całego kraju oraz uchwycenie zróżnicowania regionalnego koniunktury rynku.

Ze względu na różną liczbę miejsc noclegowych oferowanych przez poszczególne przedsiębiorstwa /od 100 do ponad 10 tys./, w celu określenia właściwego udziału badanych przedsiębiorstw na rynku, zaistniała konieczność posługiwania się systemem wag. Przyjęto przy tym prosty system: do 1 tys. miejsc - 1 punkt, od 1-2 tys. miejsc - 2 punkty, od 2-3 tys. miejsc - 3 punkty, itd. Zagregowane jednorodne ważone wartości przedstawiono w ujęciu regionalnym w postaci obliczonych <u>sald koniunktury</u> oraz trzech wartości na to saldo się składających. Nad saldem jest graficzny obraz tych wartości w postaci <u>zwierciadeł koniunktury</u>.

---

1. Poniżej podaję w kolejności: województwo, liczbę miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach turystycznych i procentowy udział tych miejsc, w relacji do całego kraju w 1985 r. Rocznik Statystyczny Polski, 1986 r.

Polska	84.701	100,00%
1. gdańskie	18.155	21,43
2. koszalińskie	17.366	20,50
3. nowosądeckie	14.533	17,16
4. szczecińskie	13.222	15,61
5. słupskie	6.959	8,22
6. bielskie	5.227	6,17
7. elbląskie	3.735	4,41
8. suwalskie	1.770	2,09
9. włocławskie	1.060	1,25
10. olsztyńskie	637	0,78
11. wałbrzyskie	604	0,71
12. bydgoskie	457	0,54

Wartoś- salda koniunktury mieści się w granicach +100 do -100. Znak salda wskazuje kierunek zmiany badanej wielkości, a wartość bezwzględna salda /od 1 do 100/ wyraża skalę powszechności zmiany danej wielkości. Przyjęto trzystopniową skalę ocen, w której poszczególne stopnie oznaczają:

1/ tendencję wzrostową - znak + i kolor czarny w zwierciadle koniunktury.

2/ bez zmian /stagnacja zjawiska/ - znak = i kolor biały w zwierciadle koniunktury.

3/ tendencję spadkową - znak - i linie ukośne w zwierciadle koniunktury.[1/]

---

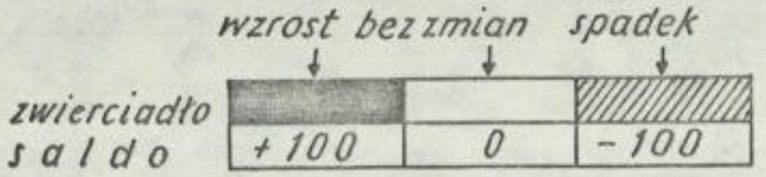
1. Jeżeli saldo koniunktury miejsc noclegowych wynosi +30 /przy uwzględnieniu wag/ to oznacza, że liczba przedsiębiorstw wskazujących na wzrost miejsc była o 30% wyższa niż od respondentów sygnalizujących jej spadek, przy tym odpowiedzi "bez zmian" nie uwzględnia się. Nie można więc tego przykładu interpretować jako przyrostu miejsc o 30%. Jeżeli wszyscy respondenci stwierdzili przyrost miejsc, to saldo będzie wynosiło +100, a jeżeli wszyscy stwierdzili spadek to -100. Wartość "0" może być wtedy, kiedy wszystkie przedsiębiorstwa odpowiedziały, że nie było zmian bądź też liczba przedsiębiorstw, po uwzględnieniu wag, wskazujących wzrost zjawiska była taka sama jak tych, które stwierdziły spadek tego zjawiska. Zwierciadła koniunktury są prostokątami utworzonymi na przecięciu się kolumn obrazujących wielkości ekonomiczne i wierszy obrazujących regiony geograficzne /województwa/. Powierzchnię prostokąta dzieli się na części, proporcjonalnie do udziału ważonych odpowiedzi zaprezentowanych w trzech wierszach pod saldem koniunktury.

Informacje przedstawione w badaniu rynku prywatnych kwater metodą testu koniunktury/nie są i nie mogą być traktowane jako podstawowe. Mogą być one wykorzystane jako ważne badanie komplementarne do innych źródeł zbierania informacji i technik ich przetwarzania, zwłaszcza w ujęciu dynamiki zachodzących zjawisk. Informacje te mogą być wykorzystane w przedsiębiorstwach turystycznych dla określenia własnej pozycji na tym rynku, w relacji do innych przedsiębiorstw oraz elastycznego dostosowania swojej działalności do zmian sytuacji rynkowej. Dostarczają więc przesłanek dla podejmowania różnych decyzji rynkowych. Mogą również służyć dla decydentów szczebla centralnego nadzorujących rozwój polskiej turystyki.

Tendencje zmian w ilości miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach turystycznych, którymi pośredniczą uspołecznione przedsiębiorstwa turystyczne, są zróżnicowane w zależności od roku badania, regionu geograficznego, wielkości przedsiębiorstwa, jego pozycji na rynku, skuteczności działania itd.

W 1987 roku, w relacji do roku poprzedniego można obserwować stagnację w dynamice miejsc noclegowych. I tak ich znaczny przyrost miał miejsce tylko na Pobrzeżu Zachodnim. Wysoka dynamika w woj. bydgoskim /saldo +50/ nie jest istotna, ponieważ cały potencjał kwater w dyspozycji badanych przedsiębiorstw tego regionu jest skromny /1987 rok - 453 miejsca/ i przyrosty liczby miejsc również były skromne i wyniosły w 1986 roku - 6, a w 1987 roku - 81 łóżek/. Nie nastąpiły też istotne zmiany pod tym względem w innych regionach. Jednak utrzymanie w przedsiębiorstwach terenowych Podhala, Pienin oraz Beskidu Sądeckiego (ilości miejsc noclegowych w 1986 roku i nieznaczne ich straty w 1987), przy intensywnym budownictwie na tych terenach, można uznać za znaczny regres.

ZWIERCIADŁA I SALDA TESTU KONIUNKTURY PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W DZIEDZINIE KWATER PRYWATNYCH W 1986 ROKU



Regiony-miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1986 roku w stosunku do 1985 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1987 roku w stosunku do 1986 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
	+55	-100	+100	+100	+100	-50	+100	+10	+100	+100	+100	-50
1. POBRZEŻE ZACHODNIE (woj. szczecińskie)	+55 =45 -0	+0 =0 -100	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+0 =50 -50	+100 =0 -0	+55 =0 -45	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+0 =50 -50
2. POBRZEŻE ŚRODKOWE (woj. koszalińskie i słupskie)	+25	-100	+100	+100	+100	+50	+75	-100	+100	+100	+100	0
	+50 =25 -25	+0 =0 -100	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+75 =0 -25	+75 =25 -0	+0 =0 -100	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+25 =50 -25
3. POBRZEŻE WSCHODNIE (woj. gdańskie i elbląskie	-47	-100	+60	+100	+100	-54	+13	-100	+93	+100	+100	-59
	+20 =13 -67	+0 =0 -100	+60 =40 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+13 =20 -67	+53 =7 -40	+0 =0 -100	+93 =7 -0	+100 =0 -0	+100 =0 -0	+7 =27 -66

Regiony-miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1986 roku w stosunku do 1985 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1987 roku w stosunku do 1986 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
4. POJEZIERZE MAZURSKIE I SUWALSKIE (woj. olsztyńskie i suwalskie)	- 13	- 50	+100	+100	+100	- 50	- 25	- 13	+ 50	+100	+100	- 25
	+ 37	+ 12	+100	+100	+100	+ 13	+ 25	+ 25	+ 75	+100	+100	+ 12
	= 12	= 25	= 0	= 0	= 0	= 25	= 25	= 37	= 25	= 0	= 0	= 50
	- 50	- 62	- 0	- 0	- 0	- 62	- 50	- 38	- 0	- 0	- 0	- 37
5. PAS NIZIN ŚRODKOWEJ POLSKI (woj. bydgoskie)	+ 50	- 50	+100	+100	+100	+ 50	+ 50	- 100	+100	+100	+100	- 50
	+ 50	+ 0	+100	+100	+100	+ 50	+ 50	+ 0	+100	+100	+100	+ 0
	= 50	= 50	= 0	= 0	= 0	= 50	= 50	= 0	= 0	= 0	= 0	= 50
	- 0	- 50	- 0	- 0	- 0	- 0	- 0	- 100	- 0	- 0	- 0	- 50
6. BESKID ŚLĄSKI I ŻYWIECKI (woj. bielskie)	+ 37	- 75	+100	+100	+100	+ 13	+ 13	- 75	+ 87	+100	+100	- 75
	+ 50	+ 0	+100	+100	+100	+ 13	+ 50	+ 0	+ 87	+100	+100	+ 0
	= 37	= 25	= 0	= 0	= 0	= 87	= 13	= 25	= 13	= 0	= 0	= 25
	- 13	- 75	- 0	- 0	- 0	- 0	- 37	- 75	- 0	- 0	- 0	- 75
7. BESKID SĄDECKI, PODHALE, PIENINY (woj. nowosądeckie)	0	- 100	+100	+100	+100	- 95	- 5	- 100	+ 89	+100	+100	- 89
	+ 5	+ 0	+100	+100	+100	+ 0	+ 0	+ 0	+ 89	+100	+100	+ 0
	= 90	= 0	= 0	= 0	= 0	= 5	= 95	= 0	= 11	= 0	= 0	= 11
	- 5	- 100	- 0	- 0	- 0	- 95	- 5	- 100	- 0	- 0	- 0	- 89
8. MIEJSCOWOŚCI UZDROWISKOWE (Ciechocinek Zdr. i Busko Zdr.	0	- 67	+ 100	+ 100	+ 100	0	+ 16	- 33	+ 50	+ 100	+ 100	- 33
	+ 33	+ 0	+100	+100	+100	+ 40	+ 33	+ 0	+ 50	+100	+100	+ 0
	= 34	= 33	= 0	= 0	= 0	= 20	= 50	= 67	= 50	= 0	= 0	= 67
	- 33	- 67	- 0	- 0	- 0	- 40	- 17	- 33	- 0	- 0	- 0	- 33

W 1988 roku, w relacji do roku poprzedniego miał miejsce w większości przedsiębiorstw spadek ilości miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach. O ile w 1987 roku salda koniunktury były ujemne tylko na Pojezierzu Mazurskim i Suwalskim oraz na Podhalu, w Pieninach i Beskidzie Sądeckim, to w 1988 roku ilość miejsc noclegowych zmniejszyła się aż w sześciu regionach.
Najwyższe ujemne salda uzyskały niziny i wyżyny środkowej części kraju oraz Pobrzeże Środkowe. Tendencję systematycznego ubytku miejsc noclegowych w przedsiębiorstwach turystycznych w ciągu trzech badanych lat obserwuje się na Pobrzeżu Środkowym /+25, +20, -42/, na Pojezierzu Mazurskim i Suwalskim /-13, -13, -42/, w Beskidzie Śląskim /+37, +13, -24/ oraz na Podhalu, w Pieninach i Beskidzie Sądeckim /0, -10, -19/.

Najwyższe ubytki miejsc noclegowych notuje się w dużych przedsiębiorstwach terenowych jak: Bałtywia w Kołobrzegu /1970 miejsc/, Pomerania w Szczecinie /1250 miejsc/, Tatry w Zakopanem /800 miejsc/ Przymorze w Słupsku /700 miejsc/ czy Jantaria w Koszalinie /610 miejsc/. Niektórzy wielcy potentaci w pośrednictwie prywatnymi kwaterami potrafili utrzymać lub nawet zwiększyć potencjał miejsc noclegowych. Utrzymały ilość łóżek w prywatnych kwaterach na poziomie z 1987 roku Gromada w Koszalinie /11.800/, Hel we Władysławowie /6.400/, Podhale w Nowym Targu /4.700/, PTTK w Sopocie /1.400/, Gromada w Świnoujściu /1.100/ czy PTTK w Międzyzdrojach /1000 miejsc

Natomiast zwiększenie liczby miejsc noclegowych miało miejsce w PTTK we Władysławowie /o 1150 miejsc/, zakopiańskiej Gromadzie /o 150 miejsc/ i żywieckiej Sole /o 133 miejsca/.

Zwiększyły miejsca noclegowe liczne małe przedsiębiorstwa.[1/]

---

1. Na przykład: Gromada w Busku Zdroju o 97 miejsc, Orbis w Ciechocinku o 58, Gromada w Kielcach o 48, Orbis w Żywcu o 50, PTTK w Koszalinie o 31, Orbis w Szczawnicy o 30, Gromada w Nowym Targu o 25 czy PTTK w Żywcu o 22 miejsca.

Nie były to przyrosty znaczące /od kilku lub kilkudziesięciu łóżek/, jednak istotne dla działalności tych małych firm.

Stabilną sytuację wykazują miejscowości uzdrowiskowe. Z wyjątkiem filii dużych terenowych przedsiębiorstw turystycznych, we wszystkich innych miało miejsce coroczne zwiększanie liczby miejsc noclegowych.

Jakie są przyczyny regresu turystycznych kwater prywatnych, którymi pośredniczą uspołecznione przedsiębiorstwa turystyczne? Tych powodów jest kilka.

1. Istnieje możliwość wynajmowania prywatnych kwater z pominięciem przedsiębiorstw turystycznych, które do 1983 roku były obowiązkowymi pośrednikami. Jak już pisałem, wielu dobrych kwaterodawców, ze znaczną praktyką i dobrą pozycją na rynku, po rejestracji w Zrzeszeniu Prywatnego Handlu I Usług i uzyskaniu zezwoleń, z tej możliwości korzysta. Notuje się stały, chociaż powolny / ze względu na przedstawione biurokratyczne przeszkody /przyrost gospodarzy wynajmujących prywatne kwatery bezpośrednio turystom, zakładom pracy czy prywatnym przedsiębiorstwom turystycznym.
Znaczne zainteresowanie tą formą wynajmowania pokoi ma miejsce w górach, a nieznaczne w pozostałych regionach kraju. Na przykład w Szczyrku wydano 57 zezwoleń na około 200 pokoi, w Wiśle 42 zezwolenia, w Sopocie takie uprawnienia w 1987 roku miało 104, a w 1988- 139 gospodarzy, w Busku Zdroju i w Piwnicznej po 10 osób.

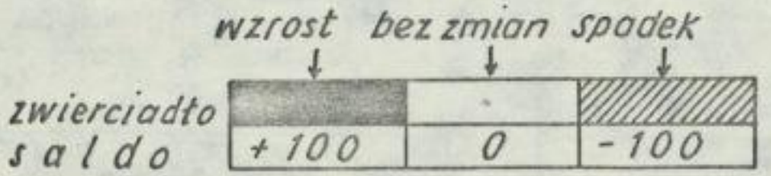
Tablica 38.

Gospodarze wynajmujący prywatne kwatery na podstawie uzyskanych zezwoleń w wybranych obszarach.

ROK	Zakopane i Gmina Tatrzańska	Gmina Pobierowo	Gmina Stegna
1985	82	31	1
1986	108	37	2
1987	184	53	9
1988	287	64	33

Źródło: Wywiady terenowe.

ZWIERCIADŁA I SALDA TESTU KONIUNKTURY PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W DZIEDZINIE KWATER PRYWATNYCH W 1987 ROKU



Regiony-miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1987 roku w stosunku do 1986 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1988 roku w stosunku do 1987 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
1. POBRZEŻE ZACHODNIE (woj. szczecińskie)	+100	-11	+100	+100	+100	-56	+56	+56	+56	+100	+100	+44
	+100	+44	+100	+100	+100	+0	+56	+56	+56	+100	+100	+44
	=0	=0	=0	=0	=0	=44	=44	=44	=44	=0	=0	=56
	-0	-55	-0	-0	-0	-56	-0	-0	-0	-0	-0	-0
2. POBRZEŻE ŚRODKOWE (woj. koszalińskie i słupskie)	+20	-100	+100	+100	+100	-40	+75	-75	+50	+100	+100	0
	+20	+0	+100	+100	+100	+0	+75	+0	+50	+100	+100	+25
	=80	=0	=0	=0	=0	=60	=25	=25	=50	=0	=0	=50
	-0	-100	-0	-0	-0	-40	-0	-75	-0	-0	-0	-25
3. POBRZEŻE WSCHODNIE (woj. gdańskie i elbląskie)	+13	-93	+100	+100	+100	-13	+7	-85	+45	+60	+100	-20
	+53	+0	+100	+100	+100	+20	+40	+0	+45	+60	+100	+20
	=7	=7	=0	=0	=0	=47	=27	=13	=55	=40	=0	=40
	-40	-93	-0	-0	-0	-33	-33	-85	-0	-0	-0	-40

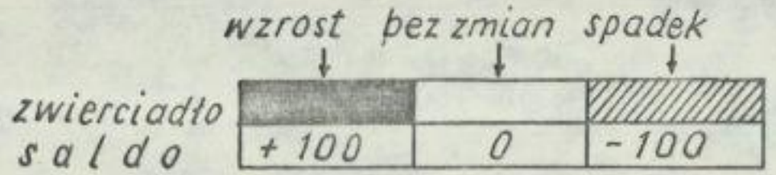
Regiony-miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1987 roku w stosunku do 1986 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1988 roku w stosunku do 1987 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
4. POJEZIERZE MAZURSKIE I SUWALSKIE (woj. olsztyńskie i suwalskie)	- 13	- 63	+ 100	+ 100	+ 100	- 49	- 37	- 49	+ 87	+ 100	+ 100	+ 49
	+ 37	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 13	+ 37	+ 13	+ 87	+ 100	+ 100	+ 13
	= 13	= 37	= 0	= 0	= 0	= 25	= 63	= 25	= 13	= 0	= 0	= 25
	- 50	- 63	- 0	- 0	- 0	- 62	- 0	- 62	- 0	- 0	- 0	- 62
5. PAS NIZIN ŚRODKOWEJ POLSKI (woj. bydgoskie)	+ 50	- 100	+ 100	+ 100	+ 100	- 50	+ 50	- 50	+ 50	+ 100	+ 100	- 50
	+ 50	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 0	+ 50	+ 0	+ 50	+ 100	+ 100	+ 0
	= 50	= 0	= 0	= 0	= 0	= 50	= 50	= 50	= 50	= 0	= 0	= 50
	- 0	- 100	- 0	- 0	- 0	- 50	- 0	- 50	- 0	- 0	- 0	- 50
6. BESKID ŚLĄSKI I ŻYWIECKI (woj. bielskie)	+ 13	- 63	+ 100	+ 100	+ 100	- 13	+ 50	- 63	+ 100	+ 100	+ 100	- 37
	+ 50	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 25	+ 50	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 13
	= 13	= 37	= 0	= 0	= 0	= 37	= 50	= 37	= 0	= 0	= 0	= 37
	- 37	- 63	- 0	- 0	- 0	- 38	- 0	- 63	- 0	- 0	- 0	- 50
7. BESKID SĄDECKI, PODHALE, PIENINY (woj. nowosądeckie)	- 10	- 100	+ 100	+ 100	+ 100	- 90	+ 14	- 100	+ 71	+ 100	+ 100	- 95
	+ 0	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 0	+ 14	+ 0	+ 71	+ 100	+ 100	- 0
	= 90	= 0	= 0	= 0	= 0	= 10	= 86	= 0	= 29	= 0	= 0	= 5
	- 10	- 100	- 0	- 0	- 0	- 90	- 0	- 100	- 0	- 0	- 0	- 95
8. MIEJSCOWOŚCI UZDROWISKOWE (Ciechocinek Zdr. i Busko Zdr.	+ 33	- 67	+ 100	+ 100	+ 100	0	+ 33	0	+ 67	+ 100	+ 100	0
	+ 50	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	- 33	+ 50	+ 17	+ 67	+ 100	+ 100	+ 33
	= 33	= 33	= 0	= 0	= 0	= 34	= 33	= 66	= 33	= 0	= 0	= 34
	- 17	- 67	- 0	- 0	- 0	- 33	- 17	- 17	- 0	- 0	- 0	- 33

2. Wynajmowanie prywatnych kwater turystom "nielegalnie", tzn. z pominięciem zarówno biur turystycznych jak i urzędów skarbowych. Ten proceder jest mało rozpowszechniony w województwach nadmorskich, w uzdrowiskach i w Beskidzie Żywieckim. Szacuje się go np. w woj szczecińskim, koszalińskim i słupskim na 5-10%, a na 10-20% w gdańskim. Podobnie małe wartości 5-10% notowano w Beskidzie Żywieckim, Busku i Ciechocinku. Nielegalne wynajmowanie kwater szacuje się na 10-20% w Krynicy, 30-40% w Wiśle i Ustroniu i aż na 50-70% na Podhalu i w Pieninach.

3. Znaczna ekspansja prywatnych biur turystycznych. Przejmują one pokoje u kwaterodawców, którzy uzyskali zezwolenie na wynajmowanie bezpośrednie. Na przykład, według informacji Urzędu Skarbowego w Słupsku, na 120 kwaterodawców, którzy uzyskali zezwolenie na bezpośrednie wynajmowanie kwater tylko 18 wynajmuje je bezpośrednio turystom, 8 zakładom pracy, a 94 prywatnym przedsiębiorstwom turystycznym /Tebos, Globtur, Kul-Tur, Marzyński i inne/.

4. Mała operatywność i elastyczność działania dużych terenowych przedsiębiorstw (W tych przedsiębiorstwach), które były monopolistami na podległym sobie terenie ma miejsce zmniejszenia się ilości podległych kwater, bądź też ich stagnacją na poziomie popytu u masowych odbiorców /zakładów pracy/, tradycyjnie zamawiających stale te same ilości kwater. Natomiast w małych przedsiębiorstwach turystycznych np. filiach terenowych Gromady, PTTK itp. ma miejsce przeważnie wzrost ilości oferowanych miejsc noclegowych. Małe więc przedsiębiorstwa są bardziej operatywne i przejmują kwatery w nowo zbudowanych domach, bądź też rozwijają się kosztem dużych przedsiębiorstw, które nie wytrzymują tej elastycznej konkurencji. Jest to zjawisko pozytywne dla przyszłości rynku kwater prywatnych.

ZWIERCIADŁA I SALDA TESTU KONIUNKTURY PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W DZIEDZINIE KWATER PRYWATNYCH W 1988 ROKU



Regiony - miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1988 roku w stosunku do 1987 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1989 roku w stosunku do 1988 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny			Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny			Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
			noclegów	żywienia	całych wczasów				noclegów	żywienia	całych wczasów	
1. POBRZEŻE ZACHODNIE (woj. szczecińskie)	- 30	- 90	+ 100	+ 100	+ 100	- 30	+ 35	+ 55	+ 35	+ 40	+ 65	- 70
	+ 15	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 25	+ 50	+ 55	+ 35	+ 40	+ 65	+ 0
	= 40	= 10	= 0	= 0	= 0	= 20	= 35	= 45	= 65	= 60	= 35	= 30
	- 45	- 90	- 0	- 0	- 0	- 55	- 15	- 0	- 0	- 0	- 0	- 70
2. POBRZEŻE ŚRODKOWE (woj. koszalińskie i słupskie)	- 42	- 92	+ 100	+ 100	+ 100	- 42	- 30	+ 31	+ 35	+ 39	+ 92	- 57
	+ 4	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 4	+ 12	+ 31	+ 35	+ 39	+ 92	+ 4
	= 50	= 8	= 0	= 0	= 0	= 50	= 46	= 69	= 65	= 61	= 8	= 35
	- 46	- 92	- 0	- 0	- 0	- 46	- 42	- 0	- 0	- 0	- 0	- 61
3. POBRZEŻE WSCHODNIE (woj. gdańskie i elbląskie)	+ 12	- 92	+ 100	+ 100	+ 100	- 56	- 10	- 88	+ 88	+ 88	+ 100	- 88
	+ 32	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 8	+ 32	+ 0	+ 88	+ 88	+ 100	+ 0
	= 48	= 8	= 0	= 0	= 0	= 28	= 24	= 12	= 12	= 12	= 0	= 12
	- 20	- 92	- 0	- 0	- 0	- 64	- 44	- 88	- 0	- 0	- 0	- 88

Regiony - miejscowości turystyczne	Kształtowanie się następujących wielkości w 1988 roku w stosunku do 1987 roku						Przewidywane kształtowanie się następujących wielkości w 1989 roku w stosunku do 1988 roku					
	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.	Liczba miejsc noclegowych	Popyt	Ceny noclegów	Ceny żywienia	Ceny całych wczasów	Udział kwater pryw. w obrotach przeds.
4. POJEZIERZE MAZURSKIE I SUWALSKIE (woj. olsztyńskie i suwalskie)	- 42	- 76	+ 100	+ 100	+ 100	- 41	- 76	+ 75	+ 33	+ 83	+ 55	- 42
	+ 8	+ 8	+ 100	+ 100	+ 100	+ 7	+ 8	+ 75	+ 33	+ 83	+ 55	+ 0
	= 42	= 8	= 0	= 0	= 0	= 25	= 8	= 25	= 67	= 17	= 45	= 58
	- 50	- 84	- 0	- 0	- 0	- 58	- 84	- 0	- 0	- 0	- 0	- 42
5. PAS NIZIN I WYŻYN ŚRODKOWEJ POLSKI (woj. bydgoskie i kieleckie)	- 50	- 50	+ 100	+ 100	+ 100	- 25	0	- 25	+ 50	- 25	+ 100	+ 25
	+ 25	+ 25	+ 100	+ 100	+ 100	+ 25	+ 25	+ 25	+ 50	+ 0	+ 100	+ 50
	= 0	= 0	= 0	= 0	= 0	= 25	= 50	= 25	= 50	= 75	= 0	= 25
	- 75	- 75	- 0	- 0	- 0	- 50	- 25	- 50	- 0	- 25	- 0	- 25
6. BESKID ŚLĄSKI I ŻYWIECKI (woj. bielskie)	- 24	- 100	+ 100	+ 100	+ 100	- 10	+ 53	- 65	+ 35	+ 12	+ 12	- 5
	+ 35	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 30	+ 53	+ 0	+ 35	+ 12	+ 12	+ 30
	= 6	= 0	= 0	= 0	= 0	= 30	= 47	= 35	= 65	= 88	= 88	= 35
	- 59	- 100	- 0	- 0	- 0	- 40	- 0	- 65	- 0	- 0	- 0	- 35
7. BESKID SĄDECKI, PODHALE, PIENINY (woj. nowosądeckie)	- 19	- 98	+ 100	+ 100	+ 100	- 7	+ 27	- 56	+ 66	+ 22	+ 56	- 35
	+ 22	+ 0	+ 100	+ 100	+ 100	+ 15	+ 27	+ 0	+ 66	+ 22	+ 56	+ 14
	= 37	= 2	= 0	= 0	= 0	= 63	= 73	= 44	= 34	= 78	= 44	= 37
	- 41	- 98	- 0	- 0	- 0	- 22	- 0	- 56	- 0	- 0	- 0	- 49
8. MIEJSCOWOŚCI UZDROWISKOWE (Ciechocinek Zdr. i Busko Zdr.	+ 13	- 58	+ 100	+ 100	+ 100	0	+ 29	+ 29	+ 100	+ 29	+ 100	+ 15
	+ 42	+ 14	+ 100	+ 100	+ 100	+ 29	+ 43	+ 43	+ 100	+ 29	+ 100	+ 29
	= 29	= 14	= 0	= 0	= 0	= 42	= 43	= 43	= 0	= 71	= 0	= 57
	- 29	- 72	- 0	- 0	- 0	- 29	- 14	- 14	- 0	- 0	- 0	- 14

Na tle zaprezentowanych wyników aktualnych tendencji w ilościach prywatnych kwater w gestii uspołecznionych przedsiębiorstw turystycznych, w konfrontacji z przewidywanym popytem, zbyt optymistyczne były prognozy przyrostu miejsc noclegowych prawie we wszystkich regionach w 1987 roku i wszystkich w 1988. Te optymistyczne prognozy dla 1988 roku potwierdziły się tylko na Pobrzeżu Wschodnim oraz w uzdrowiskach. Prognozy więc na 1989 rok są już znacznie bardziej wyważone i zróżnicowane. Zakładają one przyrost miejsc noclegowych na Pobrzeżu Zachodnim, w Beskidzie Śląskim, Podhalu, Pieninach i Beskidzie Sądeckim, stagnację w centralnej części Polski i spadek prywatnych kwater na Pobrzeżu Zachodnim i Środkowym oraz na Pojezierzu Mazurskim i Suwalskim.
Sądzę, że nawet te prognozy są dla większości przedsiębiorstw zbyt optymistyczne. Nowe przepisy dotyczące finansowania działalności socjalnej, korzystniejsze niż dawniej w "budżetowych" zakładach pracy, nie uzasadniają takiego optymizmu, zwłaszcza w relacji do przewidywanego popytu.

Analiza popytu na prywatne kwatery turystyczne w badanych latach wykazuje bardzo wyraźny jego spadek. Dotyczy on wszystkich regionów geograficznych i wszystkich badanych lat. Mimo, że również w 1988 roku spadek przyrostu jest bardzo wysoki, to można zaobserwować jednak jego złagodzenie. Na przykład w 1987 roku w czterech regionach wszystkie badane przedsiębiorstwa stwierdziły spadki popytu, a w 1988 roku był tylko jeden taki region.
Niemniej jednak salda spadku popytu okazały się bardzo wysokie i mieściły się w granicach -50 w uzdrowiskach, -58 w pasie nizin i wyżyn centralnych, do -100 w Beskidzie Śląskim i Żywieckim.

Stosunkowo małe spadki popytu zyobserwowano w 1988 roku w uzdrowiskach. Nie przekraczały one 10-15%.

Przeciętnie wahały się one w granicach 20-30% /wszystkie przedsiębiorstwa w Nowym Sączu, Soła i Orbis w Żywcu, wszystkie przedsiębiorstwa na pojezierzach, EL-Tour w Krynicy Morskiej, Bałtywia w Koszalinie./ Natomiast najwyższe spadki popytu stwierdzono w Kołobrzeskiej Jantarii 40%, szczawnickim Podhalu 50% i w Gromadzie w Nowym Targu aż 60%.

Popyt na prywatne kwatery nie zmalał zaledwie w kilku małych przedsiębiorstwach np. FWP w SOpocie, PTTK w Koszalinie i Krynicy Sport-Turiście w Zakopanem, Gromadzie w Olecku i Busku Zdroju, Orbisie w Kołobrzegu, Wigrach i we wszystkich małych przedsiębiorstwach działających w Krynicy Morskiej. Jedynym dużym przedsiębiorstwem /5450 miejsc/, w którym nie stwierdzono spadku popytu na prywatne kwatery było PTTK we Władysławowie.

Struktura popytu na prywatne kwatery turystyczne jest mało zróżnicowana. Zdecydowanie domunują w nim służby socjalne zakładów pracy, które zamawiają kwatery bądź bezpośrednio w ankietowanych przedsiębiorstwach, bądź też za pośrednictwem innych biur turystycznych. W sumie zakłady pracy wynajmują na wczasy dla swoich pracowników lub kolonie dla ich dzieci bardzo wysoki procent potencjału noclegowego jakim dysponują przedsiębiorstwa turystyczne. I tak na przykład udział ten wynosi w olszytyńskiej, bydgoskiej lub koszalińskiej Gromadzie po około 80%, elbląskim El-Tourze po 85%, kołobrzeskiej Bałtywii i władysławowskim Helu po 90%, w żywieckiej Sole, Koszalińskiej Jantarii, sopockim OZGT czy świnoujskiej Pomeranii po około 90% prywatnych kwater.

Generalnie stwierdzono, że pomimo niewielkiego udziału indywidualnych turystów w obrotach przedsiębiorstw, obserwuje się dalszy spadek popytu z ich strony.

Największe jednak obniżenie popytu ma miejsce wśród zakładów pracy. Szybki wzrost cen usług turystycznych przy wolniejszym przyroście funduszy socjalnych powoduje zakupy mniejszej ilości miejsc wczasowych.

W prognozach popytu na 1989 rok widać wyraźne zróżnicowanie. Ujemne saldo koniunktury osiągnęły Pobrzeże Wschodnie, Beskid Śląski i Żywiecki, Podhale, Pieniny i Beskid Sądecki oraz niziny i wyżyny centralnej części kraju. Natomiast generalnie przyrost popytu na prywatne kwatery prognozują przedsiębiorstwa turystyczne w uzdrowiskach, Pobrzeżu Środkowym i Zachodnim oraz najwyższy na Pojezierzu Mazurskim i Suwalskim. Przyrost popytu na pobrzeżach jest tłumaczony relatywnie mało skażonym środowiskiem naturalnym. Natomiast optymizm kierujących przedsiębiorstwami na pojezierzach nie jest niczym uzasadniony.

Do spadku popytu na prywatne kwatery turystyczne przyczyniają się bardzo szybko wzrastające ceny poszczególnych elementów usług /noclegi, wyżywienie/, jak również kompleksowej usługi turystycznej w postaci wczasów i kolonii. Z sald i zwierciadeł koniunktury jednoznacznie widać przyrost cen tych usług we wszystkich badanych przedsiębiorstwach turystycznych w 1986, 1987 i 1988 roku.

Ceny usług noclegowych w prywatnych kwaterach są bardzo zróżnicowane. Kształtują się one różnie w zależności od kategorii, okresu /sezon i poza sezonem/, położenie kwatery, przedsiębiorstwa itd. Najniższe ceny w sezonie turystycznym spotkano w ekspozyturze Gromady i Wigier w Olecku, w zakopiańskich Tatrach, kołobrzeskiej Bałtywii, kieleckich Łysogórach, w których 1 łóżko w pokoju wieloosobowym III kategorii, najgorzej położonym /np. z dala od morza, w "bloku mieszkalnym"/ na więcej niż jedną dobę kosztowało poniżej 500 zł.

Spotkano również ceny noclegów znacznie przekraczające 1000 zł za dobę np. 1450 zł w Pobierowie. Najczęściej jednak ceny noclegów mieściły się w granicach 700 - 900 zł.

Ceny żywienia były mniej zróżnicowane. Rzadko spotykano ceny dziennego żywienia niższe niż 1000 zł. Najniższą była cena 800 zł w Gromadzie w Busku Zdroju. Wczasowiczów z kwater prywatnych żywiono w stołówce własnego domu wczasowego, ponadto w woj. kieleckim nie obowiązuje 10% dodatek na Wojewódzki Fundusz Rozwoju Turystyki. Natomiast najwyższe ceny żywienia przekraczające 1300 zł spotkano w wielu przedsiębiorstwach, między innymi w PTTK we Władysławowie, Wiśle i Szczawnicy, w Gromadzie w Zakopanem i Nowym Targu, Sport-Turiście w Zakopanem, Brdzie w Bydgoszczy, Czantorii w Wiśle i Ustroniu. 1400 zł za dobowe żywienie trzeba było zapłacić w Podhalu w Szczawnicy. Natomiast ewenementem była cena całodobowych posiłków, organizowanych głównie dla uczestników wycieczek przez kielecką Gromadę w restauracji Hotelu Swiętokrzyskiego. Wynosiła ona 1500 - 2000 zł. Najczęściej ceny wyżywienia mieściły się w granicach 1000 - 1200 zł.

Koszty zorganizowanych 14 dniowych wczasów najczęściej oscylowały blisko sumy 30000 zł. Najniższe ceny poniżej 25.000 zł zanotowano w Pomeranii-Swinoujście, Wigrach w Giżycku i PTTK w Nowym Sączu. Natomiast na najwyższe ceny wczasów natrafiono w Orbisie w Międzyzdrojach, Mazur-Turiście w Olszytynie i El-Touriście w Krynicy Morskiej - po 35.000 zł. w PTTK we Władysławowie i Sopocie oraz w Pomeranii w Pobierowie - po 37.000 i Tatrach w Zakopanem 40.000 zł. Natomiast maksymalne ceny za 3 tygodniowe wczasy lecznicze organizowane w Busku Zdroju [redacted] przez Łysogóry kosztowały 55.000 zł.

Przyczyną wydatnego przyrostu cen jest wzrost kosztów, zwłaszcza żywienia, czynszów lokalowych, imprez kulturalnych, przejazdów itd. Istotny wpływ na wzrost ceny ma ustanowiony 10% podatek od usług noclegowych, gastronomicznych, rekreacyjnych i niektórych handlowych, na rzecz Wojewódzkiego Funduszu Turystyki i Wypoczynku. W 1987 roku ten podatek objął 7 województw, a w 1988 już 12 województw i przewiduje się jego upowszechnienie na dalsze tereny. Istotny wpływ na podwyższanie poziomu cen prywatnych kwater ma działalność służb socjalnych większości zakładów pracy, które poszukują kwater o najwyższym standardzie i jednocześnie najdroższych. Z wypowiedzi kierownictwa przedsiębiorstw turystycznych wynika, że ceny nie są elementem decydującym o zakupie prywatnych kwater przez służby socjalne zakładów pracy. Jest to zbieżne z ofertą przedsiębiorstw turystycznych, które z uwagi na marżę procentową też są zainteresowane sprzedażą kwater najdroższych. Ceny na prywatne kwatery podwyższają prywatne przedsiębiorstwa turystyczne, które oferują swoje usługi dla segmentów rynku o ponadprzeciętnych dochodach.

Dyrektorzy przedsiębiorstw turystycznych zdają sobie sprawę z bardzo wysokich cen oferowanych usług. Wprawdzie ceny usług turystycznych, w oparciu o prywatne kwatery, rosną wolniej niż przeciętne płace w gospodarce uspołecznionej, to jednak siła nabywcza ludności na oferowane produkty w postaci kwater prywatnych jest coraz to mniejsza.[1/] Z uwagi na wyraźne zmniejszenie popytu, przedsiębiorstwa turystyczne przeważnie nie stosują maksymalnych 15% marż lecz oscylujące przy 10%, a nawet wyjątkowo 5%.

---

1. G. Cielóch: Czynniki ekonomiczno-społeczne warunkujące wypoczynek urlopowy. Materiały z ogólnopolskiej konferencji naukowo-dydaktycznej Katedr i Instytutów Obrotu Towarowego i Usług, Uczelni Ekonomicznych, AE w Katowicach, 1987 r T.1. s.243-247

W wielu też wywiadach padały postulaty, że należy ustanowić maksymalne ceny na wynajmowane od kwaterodawców noclegi, co wydaje się rozwiązaniem niewłaściwym.

Z drugiej jednak strony obecna cena noclegu w atrakcyjnych miejscowościach, zbliżona do ceny całodziennego wyżywienia wydaje się niewspółmiernie wysoka. Stąd też w wielu regionach mają miejsce porozumienia działających tam przedsiębiorstw turystycznych w celu niedopuszczania do nazbyt wysokich cen kwater.

Bardzo wyraźnie te tendencje widać w przewidywanym kształtowaniu się cen w 1988 i 1989 roku. W wielu przedsiębiorstwach zakłada się pozostawienie cen kwater lub żywienia, rzadziej całych wczasów na niezmienionym poziomie.

Udział prywatnych kwater w obrotach przedsiębiorstw turystycznych jest ogromnie zróżnicowany. Waha się on od około 5% w bydgoskiej Brdzie, do ponad 90% w koszalińskiej Gromadzie. W dużych terenowych przedsiębiorstwach turystycznych jest on zwykle mniejszy. Np. w szczecińskiej Pomeranii - 35%, koszalińskiej Jantarii - 40%, zakopiańskich Tatrach - 40%. Natomiast zdecydowanie wyższy jest ten udział w małych przedsiębiorstwach turystycznych lub terenowych filiach Gromady, PTTK czy Orbisu, które to jednostki niemal całkowicie opierają swoją działalność o pośrednictwo prywatnymi kwaterami.

Dynamika udziału prywatnych kwater turystycznych w obrotach przedsiębiorstw nieznacznie lecz systematycznie maleje. Także prognozy na 1989 rok potwierdzają te tendencje.

Dzieje się tak na skutek wymienionych już czynników, a przede wszystkim spadku popytu, co w konsekwencji powoduje skracanie liczby turnusów i nikłe wykorzystanie kwater poza sezonem.

Tych negatywnych zjawisk nie mogą zrekompensować stale rosnące ceny. Przedsiębiorstwa turystyczne uruchamiają więc inne formy działalności, żeby zrównoważyć spadek swoich zysków na rynku prywatnych kwater

Reasumując można stwierdzić, że na rynku prywatnych kwater turystycznych mają miejsce niepokojące tendencje. Stagnuje lub zmniejsza się liczba miejsc noclegowych, którymi pośredniczą uspołecznione przedsiębiorstwa turystyczne, a tym samym rola tych kwater w działalności przedsiębiorstw również maleje. Jest to spowodowane przede wszystkim wydatnym wzrostem cen i w konsekwencji znacznym obniżeniem popytu.

3. Możliwości wzrostu efektywności na rynku prywatnych kwater

Prognoza rozwoju turystyki w Polsce zakłada umiarkowany przyrost ruchu turystycznego, wyrażający się 30 % wzrostem wyjazdów urlopowych /wersja umiarkowana/ i 20% przyrostem zapotrzebowania na noclegi. Najszybciej będzie się rozwijała turystyka popularna. Wynika to z przyzwyczajeń do typowego wzorca wczasowego wypoczynku. Wyliczone przyrosty turystycznych potrzeb noclegowych nie mogą być zaspokojone w drodze wyłącznie uspołecznionych inwestycji lecz również przez intensywniejsze wykorzystanie istniejącej bazy oraz powszechniejsze włączenie do turystyki prywatnych kwater /pokoi gościnnych/. Mają one wzrosnąć w 1991 roku do 210-220 tys. miejsc, czyli o 100%, a w 1995 roku do około 270 tys. miejsc, czyli do 128% w relacji do 1988 roku. Jest to dynamika znacznie wyższa od przyrostu miejsc w uspołecznipnych obiektach turystycznych i wczasowo-wypoczynkowych.[1]

Są dwie główne przyczyny koniecznego rozwoju miejsc noclegowych w prywatnych domach. Pierwszym jest dekapitalizacja turystycznej bazy uspołecznionej, której stopień zużycia wynosi 26,7%.[2] Według wyliczeń dokonanych w Instytucie Turystyki, natychmiastowych remontów wymaga 65 % miejsc noclegowych w tej bazie.[3] Drugim czynnikiem jest obniżanie się poziomu materialnego rodziny, co w konsekwencji spowoduje poszukiwanie bazy taniej i raczej w systemie wynajmu kwatery, a nie sprzedaży wczasów.

---

1. J.Krawczak i Zespół: Scenariusze rozwoju turystyki do 1996 roku. Instytut Turystyki, Warszawa, 1983 /maszynopis/.
2. Aktualizacja wartości środków trwałych w przedsiębiorstwach uspołecznionych wg cen na 1.I.1983 r., GUS, Warszawa 1984.
3. J.Pustoła: Baza noclegowa w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju. /w:/ 35 lat działalności FWP 1949-1984. Materiały na "Sympozjum naukowe. Jarnołtówek 23-24.X.1984. Instytut Wydawnictw Zawodowych, Warszawa 1987.

Czy są możliwości tak znacznych przyrostów miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach? Co należy zrobić, żeby w większym zakresie włączyć prywatne kwatery w cyrkulację polskiej turystyki? Na te pytania staram się odpowiedzieć w tej ostatniej części pracy.

Obecnie w Polsce na rynku turystycznym znajduje się około 139 tys. prywatnych kwater i pokoi gościnnych. W tej liczbie pokoje gościnne, czyli prywatne kwatery wykorzystywane przez hotele, przedsiębiorstwa turystyczne i inne jednostki nie w formie zorganizowanych wczasów /bez kwater pracowniczych/ mają 40%, a prywatne kwatery wczasowe 60 % udział.

Najwyższą ilość pokoi gościnnych i prywatnych kwater zarejestrowano w 1977 roku - 258 tysięcy. Przy tym najwięcej pokoi gościnnych było w 1977 roku - 117 tys., a prywatnych kwater w 1976 roku - 154 tys. Daje to razem 271 tys. prywatnych pomieszczeń wynajmowanych w obu formach organizacyjnych. W ciągu ostatnich dziesięciu lat pewna część prywatnych kwater ubyła w skutek ich zajęcia związanego z przyrostem ludności. Z drugiej jednak strony szybkie tempo prywatnego budownictwa mieszkaniowego, szczególnie intensywne na terenach turystycznych, z nadwyżką zrekompensowało te straty. Myślę, że wraz z nierejestrowanymi kwaterami będącymi w obiegu turystycznym oraz wyłączonymi z tego obiegu z braku popytu, liczbę miejsc noclegowych we wszystkich rodzajach prywatnych kwater turystycznych w Polsce, odpowiadającym aktualnie wymaganym standardom, można szacować na około 350 tys. Jest to szacunek skromny. Na przykład we wspomnianym opracowaniu prognostycznym Instytutu Turystyki w Warszawie /J.Krawczak i Zespół/ stwierdzono, że liczba 270 tys. miejsc w prywatnych kwaterach, potrzebnych w 1995 roku, stanowi zaledwie połowę istniejących na rynku zasobów.

Tablica 39. Rejestrowane prywatne kwatery i pokoje gościnne w Polsce w latach 1976-1987 /w tysiącach/

Rok	Pokoje gościnne			Prywatne kwatery			Ogółem		
	Miejsca noclegowe	Dynamika 1976=100	Udział w obiektach turyst.	Miejsca noclegowe	Dynamika 1976=100	Udział w obiektach wczasowo-wypoczynk.	Miejsca noclegowe	Dynamika 1976=100	Udział
1976	88,9	100.0	25.0	153.6	100.0	28.7	242.5	100.0	27.5
1977	106.3	119.6	28.3	152.1	98.9	30.●	258.3	106,5	27.5
1978	117.5	132.3	30.0	135.5	88.2	24.4	253.0	104.3	26.7
1979	114.0	128.4	27.3	120.2	78.3	22.6	234.3	96.6	24.7
1980	100.8	113.5	26.0	111.0	72.2	21.3	211.8	87.3	23.3
1981	79.2	89.2	21.7	109.4	71.2	21.5	188.6	77.8	21.6
1982	69.0	77.6	20.3	74.0	48.1	15.7	142.9	58.9	17.6
1983	54.9	61.8	16.2	74.2	48.3	15.3	129.1	53.2	15.7
1984	54.4	61.3	15.8	71.8	46.7	14.9	126.2	52.0	15.3
1985	51.4	57.9	15.0	84.7	55.1	17.0	136.1	56.1	16.5
1986	56.1	55.4	16.0	82.8	53.9	16.7	138.9	54.4	16.2

Źródło: Roczniki Statystyczne GUS.
- Turystyka i wypoczynek w 1987 r. GUS - Departament pracy i usług niematerialnych, Warszawa, kwiecień, 1988 r.

Podobnie wysoko szacuje potencjał miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach M.Drzewiecki, który uważa, że liczba miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach, tylko we wsiach letnickowych, w 1995-2000 roku wynosić może łącznie 300-350 tysięcy, a więc dwa razy tyle, ile ich było w szczytowym okresie rozwoju.[1]

Wniosek z tych rozważań i szacunków jest optymistyczny. Potencjał miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach, który może być wykorzystany do celów turystycznych, jest w ujęciu globalnym ogromny, daleko przewyższający obecne i w krótkim horyzoncie czasowym ujmowane potrzeby. Nie jest więc on hamulcem rozwoju rynku prywatnych kwater. Istotnych czynników rozwoju tego rynku należy więc szukać w innych jego elementach, głównie w stymulacji popytu.

Bardzo ważnym problemem, który należy mieć na uwadze w sugerowanych kierunkach rozwoju rynku prywatnych kwater jest nadmierna koncentracja przestrzenna tych kwater. W 1986 roku tylko w czterech województwach /gdańskim, koszalińskim, nowosądeckim i szczecińskim/ skupionych było 69,2 % wszystkich rejestrowanych miejsc wczasowych w prywatnych kwaterach. W pozostałych trzech województwach /słupskim, bielskim i elbląskim/ oferowało się 24,0 % miejsc noclegowych. Razem więc siedem województw skupiło w 1986 roku 93,2 % miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach. W dalszych 15 województwach oferowało się zaledwie 6,8 % miejsc, a w 27 województwach nie ma w ogóle miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach wykorzystywanych na wczasy lub pobyty lecznicze.

Analiza rozmieszczenia miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach według krain geograficznych, przy klasyfikacji całych województw do poszczególnych krain, wykazuje ogromną koncentrację takich

---

1. M.Drzewiecki: Możliwości bezinwestycyjnego rozwoju bazy noclegowej. Bydgoszcz, styczeń 1984 r., maszynopis w Instytucie Turystyki w Warszawie.

miejsc w pasie województw nadmorskich - 67,6 % i częściowo górskich /woj. nowosądeckie i bielskie/ - 25,5 %. Pozostałe tereny, nawet tak atrakcyjne pod względem środowiska naturalnego jak Pojezierza, czy inne tereny górskie nie mają na rynku prywatnych kwater poważniejszego znaczenia.

Jeszcze silniejsza koncetracja prywatnych kwater ma miejsce w ramach regionów. I tak np. w województwach nadmorskich niemal wszystkie miejsca noclegowe są skupione w wąskim pasie wybrzeża, w województwie nowosądeckim prawie wyłącznie na Podhalu, w Pieninach i Beskidzie Sądeckim, a w województwie włocławskim w Ciechocinku.

Od wielu dziesięcioleci, zarówno w okresie międzywojennym jak również w Polsce Ludowej, nieustającym problemem jest konieczność dekoncentracji ruchu turystycznego na mniej popularne lecz atrakcyjne przyrodniczo tereny. Wynika to z jednej strony z nadmiernej koncentracji turystów, co przy bardzo złym stanie infrastruktury komunalnej przyczynia się do szybkiej degradacji środowiska naturalnego, a z drugiej możliwości aktywizacji przez rozwój turystyki terenów atrakcyjnych pod względem walorów naturalnych, a jeszcze mało popularnych.[1]

Rzeczywistość jest zupełnie inna od zamierzeń dekoncetracyjnych. W ciągu ostatnich 10 lat nastąpiła dalsza koncentracja prywatnych kwater w pasie wybrzeża o 1,6 i w dwóch województwach górskich o 3,5 punktów procentowych. Natomiast zmniejszył się udział prywatnych kwater na pojezierzach /o 1,0/, w pozostałych wojewódz-

---

1. Na przykład na wybrzeżu szczecińskim obowiązujące normy zagęszczenia turystycznego przekroczono już pięciokrotnie, A.Głowacki: Turysta w kolejce, "Życie Gospodarcze" Nr 5 z dnia 26.II.1984 r. Uchwałą wojewódy wstrzymano budowę i rozbudowę ośrodków wczasowo-wypoczynkowych w kąpieliskach morskich do czasu uporządkowania gospodarki wodno-ściekowej. M.Skwarzyńska, R.Słojewski: Co przeszkadza w rozwoju turystyki w szczecińskiem?, "Przedsiębiorstwo i rynek" IRWiK, Warszawa, Z.4 /6/ 1984, s. 55-59.

Tablica 40

Rozmieszczenie miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach w 1986 roku wg regionów

Region-województwa	Miejsca noclegowe	%
Nadmorskie:	55.983	67,6
- gdańskie	15.195	18,4
- koszalińskie	15.027	18,1
-szczecińskie	12.950	15,6
- słupskie	8,740	10,6
- elbląskie	4.071	4,9
Pojezierza:	2.324	2,8
- suwalskie	1.877	2,3
- olsztyńskie	447	0,5
Górski /Podhale, Pieniny, Beskidy/:	21.133	25,5
- nowosądeckie	14.081	17,0
- bielskie	7.052	8,5
Pozostałe tereny górskie:	689	0,9
- wałbrzyskie	546	0,7
- krośnieńskie	122	0,1
- jeleniogórskie	21	0,1
Pozostałe tereny:	2.653	3,2
w tym:		
- włocławskie	1.498	1,8
- bydgoskie	456	0,6
- lubelskie	224	0,3
- kieleckie	157	0,2
Polska.	82.782	100,0

Źródło: Turystyka i wypoczynek w 1986 r. GUS. Departament badań demograficznych i usług niematerialnych, "Opracowania statystyczne" Warszawa, kwiecień, 1987, s.48-49

twach górskich /o 0,5/ oraz na pozostałych terenach /o 3,6/. Podczas gdy w 1976 roku było 15 województw, w których nie oferowano prywatnych kwater, to w 1986 roku liczba takich województw zwiększyła się do 27.

Tablica 41

Zmiany w strukturze przestrzennej miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach w latach 1976-1986

Grupa województw	1976		1986	
	Miejsca nocleg.	%	Miejsca nocleg.	%
nadmorskie	101.459	66,0	55.983	67,6
pojezierza /olsztyńskie, i suwalskie/	5.823	3,8	2.324	2,8
górskie /nowosądeckie i bielskie/	33.771	22,0	21.133	25,5
pozostałe górskie	2.074	1,4	689	0,9
pozostałe	10.522	6,8	2.653	3,2
Polska	153.649	100,0	82.782	100,0

Źródło: Rocznik Statystyczny GUS, 1977 r. Tabl.2/643/, s.405
- Turystyka i wypoczynek w 1986 r., op.cit..., s.48-49,

Jest kilka powodów takiej nadmiernej koncetracji. Najważniejszym jest wzrost (en) usług turystycznych i realniejszy (mnie) fundusz socjalny. Przy mniejszym popycie ze strony służb socjalnych, atrakcyjne tereny turystyczne są obecnie łatwiej dostępne. Zainteresowania służb socjalnych praktycznie kierują się wyłącznie na obszary nadmorskie oraz górskie do najbardziej popularnych ośrodków. Oferta wczasów w Zakopanem, Międzyzdrojach czy Krynicy jest istotnym argumentem "dobrej roboty" ~~działalności~~ służb socjalnych. Jednocześnie przedsiębiorstwa turystyczne nad morzem czy w górach

dysponują lepiej przygotowaną i bardziej skupioną bazą noclegową, ponieważ domy z prywatnymi kwaterami są tam większe i w znacznej części budowane z myślą o wynajmowaniu pokoi. Nic więc dziwnego, że przy mało zróżnicowanych regionalnie cenach, łatwiejszym dostępie komunikacyjnym itp. nastąpiło wzmożone zainteresowanie tymi terenami. W konsekwencji ruch turystyczny w atrakcyjnych i renomowanych rejonach turystycznych nadmorskich, Podhala, Beskidu Śląskiego czy Pienin, po początkowym załamaniu po 1982 roku, szybko osiąga najwyższe wartości. Natomiast w innych rejonach turystycznych centralnej części kraju czy nawet pojezierzy, regres napływu turystów pogłębia się.

Jest to sytuacja wymagająca radykalnych zmian. Rynek kwater prywatnych, ze względu na relatywnie małe środki inwestycyjne zaangażowane w zyskanie wartościowego produktu oraz znaczną elastyczność działania powinien być ogniwem, w którym dekoncentracja ruchu turystycznego postępuje najszybciej. Można dążyć do niej dwoma drogami:

1. Zakazami budownictwa jednorodzinnego w miejscowościach o przekroczonej pojemności turystycznej, szczególnie dla osób z zewnątrz.

2. Promocją terenów mało popularnych poprzez:

- bardziej radykalne przestrzenne zróżnicowanie cen na usługi turystyczne, zarówno w działaniach administracji wojewódzkiej a przede wszystkim przedsiębiorstw turystycznych,
- napływ środków finansowych z zewnątrz np. wojewódzkiego funduszu rozwoju turystyki na infrastrukturę turystyczną i komunalną,
- ułatwienia kredytowe na prywatne budownictwo mieszkalno-turystyczne,
- intensywną reklamę.

Następnym, bardzo ważnym problemem rozwoju rynku prywatnych kwater jest ogromna koncetracja wypoczynku w krótkim czasie. Według informacji uzyskanych w przedsiębiorstwach turystycznych, w ramach wywiadów głębinowych, w ostatnich latach miało miejsce niesłychane skrócenie letniego sezonu turystycznego. W latach 70-tych w badanych regionach w większości przedsiębiorstw turystycznych organizowano w oparciu o prywatne kwatery 6-7 turnusów wczasowych. Obecnie organizuje się przeważnie 4 turnusy, a w skrajnych przypadkach 3.

Ponieważ wzmożony popyt na prywatne kwatery ograniczа się do lipca i pierwszej połowy sierpnia, jest sprawą niesłychanie istotną jego wydłużenie o co najmniej drugą połowę czerwca i pierwszą połowę września. Jednak przyciągnięcie turystów poza szczytem sezonowym jest obecnie działaniem trudnym lecz niezbędnym. Należy ku temu zmierzać dwoma drogami.

Pierwszą drogą do wydłużenia sezonu turystycznego są pewne możliwości działania centralnego. Intensywny popyt na prywatne kwatery jest bowiem ściśle powiązany z czasem wakacji dzieci. Nawet jego obniżenie w drugiej połowie sierpnia jest powiązane z koniecznością przygotowania dzieci do szkoły. Należy więc kolejny raz postawić pytanie, czy wszystkie szkoły w Polsce muszą mieć wakacje w tym samym czasie? Odpowiedź jest jednoznaczna, że nie. Były różne rozsądne propozycje zróżnicowania wakacji w czasie, często w powiązaniu z rejonami kraju. Wskazywano na wielostronne korzyści takich rozwiązań lecz nie doczekały się one realizacji.

Drugą drogą dą działania przedsiębiorstw turystycznych i władz terenowych, zmierzające do przyciągnięcia turystów poza sezonem turystycznym. Są tu znaczne, jeszcze mało wykorzystane możliwości. Najważniejszym i skutecznym działaniem są pozasezonowe obniżki

cen. Przedsiębiorstwa turystyczne przeważnie stosują takie posezonowe upusty cen, lecz ich wykonanie jest niewłaściwe, a skuteczność niewielka.

Upusty dotyczą przeważnie cen za kwaterę oraz stosowanych marż. Analiza wielu czynników pozwoliła na stwierdzenie, że w zdecydowanej większości przedsiębiorstw obniżka cen kwater jest nieznaczna nie przekraczająca 20 % ceny w sezonie.[1] W konsekwencji innych, przeważnie stałych kosztów, pozostaje manipulacja marżą. Ma ona jednak ograniczony zakres i w efekcie ceny wczasów są jeszcze mniej zróżnicowane i poza sezonem zwykle nie ulegają wyższej obniżce niż 15%.[2] Takie obniżanie posezonowe cen jest połowieczne, nie może przynieść i nie przynosi zamierzonych skutków.

O tym, że systemem cen można posługiwać się skutecznie, świadczy przykład Gromady w Świnoujściu, w której cena wczasów jest bardzo zróżnicowana w czasie i przynosi według opinii kierownictwa spodziewane efekty.

Kategoria	Pokój	1.07.-15.08.	15.08.-21.08.	1.06.-30.06. 1.09.-15.09.
I	1-2 osobowy	31.770	27.600	23.290
II	1-2 osobowy	30.980	26.870	22.560
II	3-4 osobowy	29.870	25.850	21.830

Następnym mankamentem nie sprzyjającym posezonowym przyjazdom turystów jest niedostosowanie długości obowiązującego sezonu turystycznego do istniejącego popytu. Powyższy przykład ze

---

1. Na przykład w 1988 r. cena pokoju 2-osobowego II kategorii /bez natutów/ w zakopiańskich Tatrach wynosiła w sezonie 1200 zł, a poza sezonem 1000 zł, analogicznie w Przedsiębiorstwie Kąpielisko Morskie w Sopocie - 1000 i 950 zł, w Mazur-Turiście w Mrągowie - 1390 i 1180 zł itd.
2. Na przykład w 1988 r. wczasy organizowane przez Gromadę w Dziwnowie kosztowały w sezonie 28.100-28.560 zł, a poza sezonem 26.750 zł, przez Pomeranię w Międzyzdrojach analogicznie 26.354 i 24.000 zł, przez Kołobrzeską Bałtywię 29.498 i 25.805 zł. itd.

Świnoujścia należy niestety do pozytywnych wyjątków. Na przykład mało zróżnicowany jest sezon turystyczny w zakopiańskich Tatrach, czy nowotarskim Podhalu, który trwa od 15 czerwca do 15 września, w Kąpielisku Morskim w Sopocie czy Mazur-Touriście od 1 czerwca do 30 września. Ta rozciągnięte sezony i związane z nimi maksymalne ceny, nie zachęcają turystów do przyjazdu w czerwcu czy wrześniu.

W celu zabezpieczenia interesu finansowego władz lokalnych wprowadzono wspomniany już podatek na wojewódzki fundusz rozwoju turystyki, który miał przynieść wiele pożytku dla miejscowej społeczności i przybywających turystów. Jego zróżnicowanie w czasie i przestrzeni mogło przyczynić się do wydłużenia sezonu turystycznego i deglomeracji ruchu turystycznego. Jednak tak się nie stało, ponieważ ten podatek działa bardzo mało selektywnie.
Na przykład na terenie województwa nowosądeckiego dopłaty obowiązują w sezonie letnim od 15 maja do 30 września, podczas gdy właściwy sezon turystyczny jest obecnie znacznie krótszy. Ponadto działa on również mało selektywnie przestrzennie. I tak tylko 4 gminy /Bobowa, Korzenna, Łużna i Moszczenica/ zostały zwolnione od podatku, a aż w 16 miastach i gminach obowiązuje on w najwyższej wysokości, tj. 10%.

Takie działanie nie jest właściwe. Podatek w swej obecnej formie spełnia zadanie czysto fiskalne i znacznie podraża koszty wypoczynku. Natomiast poprzez zróżnicowane jego stosowanie może przyczyniać się do stymulacji ruchu turystycznego na mniej przeciążone tereny w celu ich aktywizacji gospodarczej oraz do wydłużenia sezonu turystycznego.

Sytuacja na rynku prywatnych kwater rysuje się jasno lecz niestety negatywnie. Podaż prywatnych kwater wykazuje stagnację, popyt na nie ma tendencję spadkową, szybko rosną ceny wszystkich usług wchodzących w skład produktu turystycznego w postaci wczasów w prywatnej kwaterze, a udział prywatnych kwater w obrotach przedsiębiorstw zmniejsza się. Możliwość wypłat pieniężnych za wypoczynek z funduszu socjalnego bezpośrednio pracownikom, będzie powodowała wycofywanie się służb socjalnych zakładów pracy z organizacji wypoczynku. Coraz powszechniej o sposobie spędzania wolnego czasu będzie decydować sam pracownik. Te tendencje wraz z obniżeniem się dochodów ludności będą powodowały różne konsekwencje rynkowe.

Coraz mniej uznania będzie miał wypoczynek w prywatnych kwaterach w formie zorganizowanych wczasów. Badania wykazały, że turyści organizujący wypoczynek we własnym zakresie nie kupują 14-dniowych wczasów lecz tylko kwaterę i obiady. Jest to uzasadnione ekonomicznie. Poniżej przedstawiam przykładowe typowe kalkulacje wczasów organizowanych przez PTTK w Szczawnicy i w Wiśle, z których wyraźnie widać ogromne koszty pośrednictwa.

	PTTK-Szczawnica	PTTK-Wisła
1. pokój	9.702	8.400
2. wyżywienie	15.400	16.800
3. inne /kąpiel, świetlica itp/	620	290
4. Razem	25.722	25.490
5. Koszty organizacyjne	1.775	1.600
6. Ogółem	27.497	27.090
7. zysk	2.750	2.600
8. ubezpieczenie	150	150
9. Woj.Fundusz Rozwoju Turyst.	2.552	2.520
10. Razem cena skierowania	32.949	32.360

Jeżeli turysta rezygnuje z takiego pośrednictwa, koszt wypoczynku jest o 4525 zł i 4200 zł niższy. Natomiast kiedy organizuje taki

pobyt nielegalnie, koszt ten zmniejsza się o 7.227 zł i 6.870 zł, czyli o 22 i 21%. Sporządzone kalkulacje potwierdzają przewidywania, że będzie miał miejsce dalszy regres w sprzedaży przez przedsiębiorstwa turystyczne pakietu usług w formie wczasów, na rzecz wynajmowania tylko kwater.

Indywidualnemu, bezpośredniemu wynajmowaniu kwater przez turystów sprzyja istnienie takiej możliwości ze strony gospodarzy, po uzyskaniu zezwolenia w miejscowym urzędzie. Pomimo pewnych trudności z prowadzeniem ewidencji, właściciele prywatnych kwater, zwłaszcza na terenach o znacznym popycie, przyzwyczajają się do tej formy. Liczba wynajmujących kwatery bezpośrednio systematycznie rośnie. Taka forma organizacji pobytów turystycznych będzie coraz silniej popierana przez władze miejscowe, ponieważ wpływy z turystyki pozostają na miejscu w budżetach urzędów miast i gmin.

Przedstawione tendencje na rynku prywatnych kwater, moim zdaniem, zrodzą prawdziwą konkurencję, która zmusi przedsiębiorstwa turystyczne do elastycznego i odpowiedzialnego działania. Tę konkurencję wygrają tylko te przedsiębiorstwa, które będą umiały stworzyć dobry produkt i lepiej go zaoferować.

Wymagać to będzie mądrej i sprawnie działającej kadry kierowniczej przedsiębiorstw turystycznych. Obecne terenowe obserwacje nie pozwalają ocenić jej wysoko. Poziom wiedzy ekonomicznej w dziedzinie marketingu jest u większości pracowników decyzyjnych ma żenująco niskim poziomie. Na tym tle korzystnie wyróżniały się terenowe oddziały Gromady i częściowo PTTK, a znacznie rzadziej wojewódzkie przedsiębiorstwa turystyczne /Soła w Żywcu, Pomerania w Szczecinie i Świnoujściu, Przymorze w Słupsku/. W tych przedsiębiorstwach prawie zawsze można było uzyskać szybkie i rzetelne informacje, a komentarze do nich świadczyły o dobrej znajomości tego rynku.

Edukacja marketingowa kadry decyzyjnej przedsiębiorstw wydaje się konieczna, ponieważ zaostrzająca się konkurencja na rynku prywatnych kwater zmusi przedsiębiorstwa do badania rynku, w celu lepszego dostosowania zróżnicowanego produktu do wybranych segmentów rynku.

Istotnym problemem dla przedsiębiorstwa jest przyciągnięcie turystów na swój teren działania. Do tego celu służy cały system promocji, czyli "... kompleks środków, za pomocą których przedsiębiorstwo komunikuje się z rynkiem, czy ściślej mówiąc przekazuje informacje o swojej działalności lub konkretnych produktach lub usługach".[1] W kompleksie środków promocji /reklama, popieranie sprzedaży, postawa sprzedawców, akwizycja, kształtowanie stosunków z otoczeniem/, szczególna rola przypada reklamie. Właściwie prowadzona promocja, a zwłaszcza reklama jest w obecnych warunkach kluczem powodzenia regionalnego przedsiębiorstwa na rynku. Należy się przy tym zgodzić z J.Witkowskim, który twierdzi, że powinna być ona prowadzona na szczeblu przedsiębiorstwa, a konieczne nakłady na tędziałalmość trzeba traktować jako inwestycje procentujące w przyszłości, lecz obecnie stanowiące nieuniknione koszty kierowania przedsiębiorstwem.[2]

Zdecydowana większość przedsiębiorstw praktycznie promocji nie prowadzi i ogranicza swoją działalność do wyjazdów na giełdy wczasów do poszczególnych miast, oferując tam swój produkt w sposób fatalny. Nie stosuje się ładnych prospektów, zdjęć filmów itp. Ocena giełd jako miejsca zawierania transakcji handlowych, w opinii kierownictwa przedsiębiorstw jest negatywna.

---

1. R.Głowacki: Przedsiębiorstwo na rynku. PWE, Warszawa 1977,s.174
2. J.Witkowski: "Promocja usług turystycznych w ujęciu regionalnym. Referat na konferencję pt. "Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem żywienia, w ujęciu regionalnym", Wigry 20-21.IX.1979 r./maszynopis powielony/.

Zawiera się tam znikome ilości umów. Nieliczne przedsiębiorstwa wysyłają pisemne oferty do zakładów pracy, a tylko w jednym, koszalińskiej Gromadzie spotkałem zatrudnionego tam akwizytora, który jeździł po zakładach pracy oferując kolonie i wczasy w prywatnych kwaterach na terenie woj. koszalińskiego i słupskiego.

Należy zdawać sobie sprawę, że przy dezagregacji przestrzennej przedsiębiorstw turystycznych reklama jest bardzo utrudniona, droga i mało skuteczna. Obecnie stosowane pewne formy promocji w postaci obniżenia cen po sezonie turystycznym, czy niższych cen usług w mniej atrakcyjnych miejscowościach nie docierają do szerokich kręgów zainteresowanych odbiorców. Tylko więc ogólnopolskie nośniki reklamy przynoszą spodziewane efekty. Przedsiębiorstwa z centralą i oddziałami terenowymi mają w tej dziedzinie daleko lepsze możliwości skutecznego działania. Terenowe oddziały Gromady i Orbisu wysyłają informacje o prywatnych kwaterach na swoim terenie. Zawierają one terminy turnusów, wykazy kwater, pokoi, miejsce i formę spożywania posiłków, ceny itp. Informacje te trafiają do innych oddziałów tych przedsiębiorstw i są skutecznym środkiem do przyciągania turystów.

Jednym z największych mankamentów polskiej turystyki jest niesprawny i niedrożny system informacji dla regionów i miejscowości przedsiębiorstw oraz informacji dla potencjalnych klientów o usługach świadczonych w terenie.[1] Na rynku prywatnych kwater turystycznych ze względu na ich ogromne rozproszenie, taka informacja jest konieczna. Musi być utworzona centralna kartoteka prywatnych kwater w oparciu o system komputerowy, która będzie udzielała na zasadach odpłatności, bieżącej, rzetelnej i wyczerpującej informacji o możliwościach spędzenia wypoczynku w wybranym regionie

---

1. G.Gołembski: Zarządzanie w turystyce, Formułowanie i weryfikacja rozwiązań systemowych, Instytut Turystyki, Warszawa 1987 r., s. 25

czy miejscowości, w zależności od życzeń turysty. Można by powołać do tego celu nową placówkę lecz lepiej powierzyć te funkcje ogólnopolskiemu przedsiębiorstwu turystycznemu z rozwiniętymi placówkami terenowymi. Myślę, że ze względu na układ organizacyjny, wieloletnie doświadczenia i dobrą opinię u turystów, najbardziej do tego celu nadaje się STW Gromada.

Mnogość form organizacyjnych na rynku prywatnych kwater oraz różnej wielkości i własności przedsiębiorstw działających w regionie, stworzył znaczny chaos organizacyjny na tym rynku. W urzędach miast i gmin nadzór nad turystyką sprawuje przeważnie jeden urzędnik, często mając jeszcze pod opieką inne działy usług. W miastach i gminach o znacznej liczbie prywatnych kwater obowiązków jest zbyt dużo, żeby jedna osoba mogła panować nad tym rynkiem /np. wydawanie zezwoleń na samodzielne prowadzenie działalności, powoływanie i uczestniczenie w komisjach kategoryzacyjnych, nadzór, kontrola itd/. W czasie badań terenowych stwierdzono z reguły bardzo złą znajomość tego rynku przez urzędników, brak podstawowych materiałów o przedsiębiorstwach, kwaterach, turystach itd. Praca ogranicza się do pracochłonnego urzędowania, a nie do koordynowania i kontrolowania turystyki na podległym terenie. Istnieje więc konieczność wzmocnienia kadrowego urzędów w miastach i gminach turystycznych, żeby mogły one wypełniać złożone i trudne funkcje koordynatora i kreatora rozwoju turystyki.[1]

---

1. G.Słupski, R.Wójcik: Gospodarka turystyczna na wsi w warunkach regulacji prawnej proponowanej w projekcie Ustawy o Radach Narodowych i Samorządzie terytorialnym, „eszyty naukowe Wydz. Ekonomiki Produkcji, Uniwersytetu Gdańskiego, Ekonomika i organizacja turystyki i usług, Gdańsk, Nr 1, 1984 r., s. 55-65.

WNIOSKI KOŃCOWE

Przemiany społeczno-gospodarcze w Polsce mają znaczący wpływ na turystykę. Pod wpływem tych przemian inaczej zachowują się na rynku usług przedsiębiorstwa, które otrzymały znaczną samodzielność działania i inaczej zachowują się turyści. Dokonują się zmiany motywacji podróży turystycznej, wzrasta świadomość cenowa, zmieniają się potrzeby. Poszczególne rynki są pełne patologicznych objawów i podlegają ciągłym i szybkim przemianom. Wynika stąd potrzeba ich badania, w celu wytyczenia prawidłowych kierunków rozwoju.

W pracy podjęto badanie jednego z trudniejszych lecz bardzo interesującego rynku prywatnych kwater. Jest to rynek, który w planach rozwoju turystyki jest preferowany do intensywnego rozwoju. Ten przewidywany rozwój krajowego ruchu turystycznego w nurcie wypoczynkowym, jest rozbieżny z małymi możliwościami rozwoju uspołecznionej bazy turystycznej. W tej sytuacji rozwój turystyki pobytowej w oparciu o prywatne kwatery trzeba traktować jako jedyną możliwość masowego wypoczynku w Polsce. Nie można jednak tego rozwoju widzieć tylko w aspekcie konieczności, ponieważ dobrze zorganizowany rynek prywatnych kwater ma wiele zalet, zarówno dla miejscowej ludności jak również przybyłych na wypoczynek turystów oraz z punktu widzenia ogólnogospodarczego i ogólnospołecznego.

Dotychczasowy rozwój usług rekreacyjnych w oparciu o prywatne kwatery miał wiele wad. W efekcie oferta wypoczynku w prywatnych kwaterach nie jest przeważnie zgodna z oczekiwaniami turystów. Dotyczy to zarówno usług mieszkaniowych, żywieniowych jak również kulturalno-rozrywkowych.

W konsekwencji cały produkt w formie oferty wypoczynku w prywatnych kwaterach jest przez turystów oceniany nisko.

Niezgoność między oczekiwaniami turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach, dotycząca wyrunków recepcyjnych i możliwości atrakcyjnego spędzenia wolnego czasu, a ofertą przedsiębiorstw turystycznych pośredniczących tymi kwaterami jest znaczna. Wynika ona między innymi z małej znajomości przybyłych na wypoczynek turystów i w efekcie potrzeb związanych z tym wypoczynkiem. Wypływa stąd wniosek konieczności badania turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach, w celu pośredniego lub bezpośredniego poznania ich preferencji. Przeprowadzone badania jednoznacznie wykazały, że potrzeba racjonalnego lub miejscowego poznania cech nabywców i określenie przez te cechy potrzebnego turystom produktu jest bezsporna, ponieważ ma już miejsce zróżnicowanie terytorialne turystów. Najsilniej różnicują turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach, w różnych rejonach turystycznych kraju: wiek, stan cywilny i rodzinny, sposób wypoczynku /z kim wypoczywają/, pochodzenie terytorialne, długość okresu wypoczynku i jego organizacja. Różnicowanie się preferencji nabywców usług turystycznych będzie się pogłębiało i stąd badania nad typologią rynku, dla przedsiębiorstwa, które chce zająć na nim mocną pozycję będą konieczne.

Podstawowym stymulatorem ruchu turystycznego jest produkt turystyczny, który w turystyce musi być ujmowany szeroko, jako spójny zestaw różnych atrakcji terenowych oraz dóbr i usług umożliwiających korzystanie z tych walorów, czyli w ujęciu marketingowym jako oczekiwane przez turystę warunki spędzenia wolnego czasu. W pracy wykazano, że za taką samą lub często wyższą cenę wczasów niż w domu wczasowym, turysta przebywający w prywatnej kwaterze otrzymuje gorszej jakości produkt.

Produkt ten można polepszyć zwłaszcza w części wyboru lepiej zlokalizowanych domów i wyposażonych w proste urządzenia rekreacyjne, zwłaszcza dla zabawy dzieci, zwięszenie wymagań w stosunku do właścicieli domów w kwestii estetycznego wyposażenia mieszkań, sprawności urządzeń technicznych i sanitarnych czy świadczenia turystom różnorodnych usług. Zdecydowanej poprawy wymagają usługi gastronomicznej, zarówno podstawowego żywienia jak również usługi uzupełniające, a zwłaszcza ich dostosowanie do preferencji turystów a nie do wygody świadczących te usługi. Szybkich zmian wymagają usługi kulturalno-rozrywkowe. Dla turystów wypoczywających w prywatnych kwaterach takich usług przedsiębiorstwa turystyczne praktycznie nie świadczą.

W efekcie standard produktu w postaci prywatnej kwatery oferowany turystom w badanych miejscowaościach nie reprezentuje wysokiej jakości, a jego dostosowanie do potrzeb turystów jest wysoce niezadowalające.

Najważniejszym działaniem na rynku będzie taka promocja oferowanego produktu w postaci prywatnej kwatery, żeby stał się on konkurencyjny do innych produktów oferowanych na polskim rynku turystycznym. Produkt jest najważniejszym elementem strategii marketingowej i on decyduje o efektach działalności przedsiębiorstwa. Mówiąc o produkcie na rynku prywatnych kwater nie mam wcale na myśli tylko produktu o bardzo wysokim standardzie. Uważam, że najważniejsze jest jego dostosowanie do preferencji turystów, również preferencji cenowych. W konsekwencji na rynku musi być oferowana cała różnorodność produktów, od bardzo luksusowych prywatnych pensjonatów do kwater w wiejskich chałupach, z wodą w studni i ustępem poza budynkiem ale za to bardzo tanich, zarówno domy z pojedyńczymi pokojami jak domy wieloizbowe

nastawione na ofertę dla zakładów pracy itd.

Ilość i jakość poszczególnych rodzajów prywatnych kwater w dyspozycji przedsiębiorstw będzie więc zależała od popytu na nie. Będzie zależała od badań rynku przez przedsiębiorstwo i efektów tych badań, w celu zajęcia silnej pozycji na wybranym czy wybranych przez przedsiębiorstwo jego segmentach. Błędem jest więc tworzenie centralnych wymagań kategoryzacyjnych, określających maksymalne i minimalne wymagania wielkości i wyposażenia kwater zwłaszcza w sytuacji kiedy ceny na te kwatery ustalane są swobodnie. Wymagania kategoryzacyjne powinny być wewnętrzną sprawą przedsiębiorstwa, zakładu pracy czy gospodarza wynajmującego kwaterę, a nie komisji pod obligatoryjnym kierownictwem urzędnika z urzędu miasta lub gminy.

Potencjał prywatnych kwater na polskim rynku turystycznym jest znaczny, daleko przewyższający obecne i planowane na najbliższe lata potrzeby. Przewaga podaży prywatnych kwater nad popytem na nie jest ogromna i ma miejsce na terenie całego kraju, poza najbardziej renomowanymi regionami turystycznymi i to tylko w okresie szczytu sezonu turystycznego, w lipcu i pierwszej połowie sierpnia latem, a zimą w okresie ferii szkolnych w górach. Podaż prywatnych kwater nie jest więc hamulcem rozwoju tego rynku. Istotnych czynników rozwoju rynku prywatnych kwater należy więc szukać głównie w stymulacji popytu.

Ewolucja systemu organizacji i zarządzania rynkiem prywatnych kwater była całym pasmem błędnych decyzji. Cechał ją centralistyczny system nakazowy a podejmowane ogólne decyzje miały być uniwersalne dla całego, bardzo przecież zróżnicowanego rynku. To błędne założenie i nieprzemyślane działania przyczyniły się do licznych patologii na rynku prywatnych kwater.

Niekorzystne uwarunkowania zewnętrzne, wynikające z kryzysu w uspołecznionej gospodarce wpłynęły dwojako na ten rynek. Z jednej strony zmalał popyt na prywatne kwatery, zarówno ze strony indywidualnych turystów, jak i służb socjalnych zakładów pracy, a z drugiej ma miejsce znaczna swoboda działania różnych sektorów gospodarki, różnych przedsiębiorstw i władz terenowych. Zaczyna się tworzyć prawdziwy rynek prywatnych kwater oparty o zasady konkurencji jakościowej i cenowej oraz o swobodę postępowania podmiotów gospodarczych, które mają przesłanki i warunki do tworzenia własnej taktyki i strategii postępowania.

Na rozwój prywatnych kwater wpływają zarówno działania wewnętrzne jak i zewnętrzne. Z czynników zewnętrznych bardzo niekorzystne konsekwencje przyniosło stworzenie służbom socjalnym możliwości podziału funduszu socjalnego, w części przeznaczonej na wypoczynek nie w formie rzeczowej np. w skierowaniach na wczasy lecz w ekwiwalencie pieniężnym. Jestem również przeciwnikiem dysponowania funduszem socjalnym na wypoczynek przez służby socjalne, które obecnie przecież niczego nie organizują lecz korzystają z pośrednictwa przedsiębiorstw turystycznych. Podraża to znacznie koszty wypoczynku, przy małej egzekucji dobrego produktu.

Klucz do poprawy rynku prywatnych kwater leży w zakładach pracy, a korzystne zmiany mogą nastąpić wtedy, kiedy funduszami socjalnymi na wypoczynek, które teraz są znaczne i obejmują około 80% całego funduszu, będą dysponowali poszczególni pracownicy zakładu, a nie służby socjalne dokonujące bezmyślnego rozdziału pieniędzy, przeważnie równo dla wszystkich pracowników.
Z funduszu socjalnego powinni korzystać tylko ci pracownicy, którzy rzeczywiście pojadą na wypoczynek i udokumentują swój pobyt rachunkami.

Kierownictwu zakładu i reprezentującym je służbom socjalnym musi zależeć na tym, żeby po urlopie pracownik wrócił wypoczęty do pracy a nie na łatwym pozbyciu się pieniędzy socjalnych, które w większości zostaną przeznaczone na cele nie związane z turystyką i wypoczynkiem.

Proponowany system spowoduje korzystne konsekwencje na rynku prywatnych kwater. Radykalnie zaostrzy prawdziwą konkurencję wśród przedsiębiorstw turystycznych, które muszą dostosować swoją ofertę usługową do wyższych wymagań bezpośredniego użytkownika tych usług. Warunkiem jednak sprawnego działania takiego systemu jest stworzenie sprawnej i rzetelnej centralnej informacji o prywatnych kwaterach, zapewniającej właściwy wybór miejsca, formy, czasu i standardu wypoczynku, zgodnych z preferencjami pracowników - turystów. Organizacja wypoczynku przez pracowników we własnym zakresie, wbrew pozorom, zwłaszcza przy sprawnej informacji nie będzie uciążliwa. Badania wykazały, że obecnie, przy prawie całkowitym braku systemu informacji, turyści którzy zorganizowali wypoczynek we własnym zakresie są w 93,5% zadowoleni i bardzo zadowoleni z takiej formy wypoczynku.

W ramach systemu swobodnego wyboru przez turystę podmiotu świadczącego usługi, ogromną rolę będą spełniały terenowe władze sprawujące nadzór nad turystyką. One mają wypełniać złożone i trudne funkcje koordynatora i kreatora rozwoju turystyki w podległym sobie terenie. Należy więc uwolnić je od niepotrzebnych, a bardzo pracochłonnych czynności np. wydawania zezwoleń na samodzielne wynajmowanie mieszkań, organizowania i uczestniczenia w komisjach kategoryzacyjnych czy nadmiernej sparwozdawczości, a zwiększyć wymagania kierownicze, kontrolne i koordynacyjne.

Budzą zdumienie bariery urzędnicze dotyczące wydawania zezwoleń na samodzielną działalność hotelarską, ~~zalecanych~~ wymaganych przez GKKFiT. Skoro jest to forma korzystna materialnie zarówno dla turystów gospodarzy oraz władz miejscowych, powinna wystarczyć tylko rejestracja w miejscowym urzędzie bez żadnych warunków, poza wymaganiami wynikającymi z ochrony środowiska i braku choroby zakaźnej u gospodarzy.

Władze wojewódzkie oraz przedsiębiorstwa turystyczne powinny niezwłocznie podjąć rozsądne i skuteczne działania, zmierzające do deglomeracji przestrzennej i czasowej nadmiernego ruchu turystycznego z popularnych miejscowości na mniej przeciążone tereny. Obecne ich poczynania w tej kwestii przyczyniają się bowiem do jeszcze większej koncentracji ruchu turystycznego, co powoduje ogromnie niekorzystne konsekwencje ekologiczne oraz przyczynia się do wzrastającej uciążliwości wypoczynku. Władze wojewódzkie mogą posługiwać się przy tym całym wachlarzem skutecznych środków, np. elastycznym wpływem podatku na wojewódzki fundusz rozwoju turystyki, który powinien działać selektywnie i dotyczyć tylko miejscowości o przekroczonej pojemności turystycznej. Musi on być ściśle zsynchronizowany z okresem rzeczywistego szczytu turystycznego. Ponadto polityka przeznaczania środków z tego funduszu, udzielania kredytów, ograniczeń podatkowych, to następne środki promujące mniej popularne tereny.

Indywidualna organizacja wypoczynku, zarówno bezpośrednio u gospodarza jak i za pośrednictwem przedsiębiorstwa turystycznego wymaga różnorodności rozwiązań organizacyjnych. Na rynku prywatnych kwater taka dywersyfikacja ma obecnie miejsce, działa bowiem na nim wiele przedsiębiorstw o różnej wielkości, podległości, zasięgu i zakresie oddziaływania. Jest to sytuacja korzystna, ponieważ ta różnorodność przyczynia się do stwarzania

konkurencji, podwyższania jakości świadczonych usług oraz do lepszego dostosowania różnorodnego produktu do zróżnicowanych segmentów rynku. Dlatego też z całą stanowczością, pod groźbą sankcji wynikających z ustawy, należy przeciwdziałać istniejącym próbom porozumień przedsiębiorstw działających na danym terenie jak np. ujednolicenie standardu oferowanych kwater, ustalenie maksymalnych cen na te kwatery, podziałów rynku itd. Trzeba również ostro potępiać coraz częstsze próby stworzenia zamiast kilku lub kilkunastu przedsiębiorstw turystycznych działających w atrakcyjnym turystycznie mieście, jednego lokalnego przedsiębiorstwa, działającego pod auspicjami miejscowych władz na zasadach monopolu. Są to bowiem działania zmierzające stopniowo lub radykalnie do ponownej monopolizacji rynku prywatnych kwater.

W stworzonych przez urzędy warunkach, nie mniej istotne są działania przedsiębiorstw turystycznych. Obecny system różnicowania cen, w zależności od atrakcyjności terenu i czasu wypoczynku oraz reklama terenów promowanych jest działaniem pozornym, a nie skutecznym środkiem ekspansji terytorialnej. Badania ankietowe wykazały, że wielu turystów przyjechało do badanych popularnych miejscowości tylko dlatego, że nie miało innej oferty z zakładu pracy. Zdecydowanie wolą wypoczywać w mniejszych, spokojniejszych miejscowościach wiejskich, w bliższym kontakcie z naturalnym środowiskiem.

Rynek kwater prywatnych, ze względu na relatywnie małe środki inwestycyjne zaangażowane w uzyskanie wartościowego produktu oraz znaczną elastyczność działania powinien być ogniwem, w którym dekoncentracja ruchu turystycznego postępuje najszybciej. Należy więc z tej możliwości koniecznie skorzystać.

Załącznik 1

Kategoryzacja pokoi gościnnych

L.p.	Wymagania	Kategoria I	Kategoria II	Kategoria III
1	2	3	4	5
	I. Powierzchnia i wyposażenie pokoju			
1	Maksymalna liczba miejsc noclegowych stałych w pokoju	2	4	6
2	Powierzchnia pokoju w m^2/bez wyodrębnionych łazienki,w-c i przedpokoju			
	a/ 1-osobowego	7	6	6
	b/ 2-osobowego	12	10	9
	c/ 3-osobowego	-	12	12
	d/większego niż 3-osobowy-powierzchnia pokoju 3-osob.plus dodatkowo na każdą następną osobę	-	4,5	4
3	M e b l e:			
	a/ łóżko lub tapczan na 1 osobę	+	+	+
	b/ stół	+	+	+
	c/ krzesło /jedno na osobę,lecz nie mniej niż 2 w pokoju/	+	+	+
	d/ fotel	+	+	-
	e/ szafa ubraniowa	+	+	+
	f/ wieszak na okrycia wierzchnie	+	+	+
	g/ wieszaki na ubrania	+	+	+
	h/ szafka nocna lub półka	+	+	-
	i/ kosz na śmieci i popielniczka	+	+	+
4	Dodatkowe wyposażenie pokoju:			
	a/ lampka nocna przy każdym łóżku lub tapcz.	+	+	-
	b/ radio	+	-	-
	c/ dywan lub wykładzina chodnikowa	+	-	-
	d/ chodnik	-	+	+
	e/ firanki	+	+	-
	f/ zasłony okienne zaciemniające	+	+	-
	g/ elementy dekoracyjne	+	+	-
5	II. Urządzenia higieniczno-sanitarne ogólne			
	Liczba miejsc noclegowych na 1 urządzenie			
	a/ umywalka z baterią /ciepła i zimna woda bieżąca/	9	15	20
	b/ w-c zaopatrzony w papier toaletowy	9	15	20
	c/ wanna z baterią i prysznicem lub natrysk/ciepła i zimna woda/	9	-	-

c.d. załącznika 1

1	2	3	4	5
6	III. Wyposażenie dodatkowe urządzań higieniczno-sanitarnych			
	a/ lustro	+	+	+
	b/ wieszak na ręczniki i bieliznę osobistą	+	+	+
	c/półka nad umywalką /pod lustro/	+	+	+
	d/ gniazdko do aparatu do golenia	+	+	+
	IV. Inne wymagania			
7	Budzenie	+	+	+
8	Sprzedaż drobnych artykułów	+	-	-
9	Przechowalnia bagaży	+	-	-
10	Udostępnienie żelazka i miejsca do prasowania	+	-	-
	1. w pokojach I kategorii wymagane są meble jednolite, 2. w pokojach większych niż 3-osob.dopuszcza się po I segmencie na ubranie i bieliznę o powierzchni cc najmniej 0,25 m^2 na osobę 3. z wyjątkiem miejsc w pokojach mających te urządzenia 4. w razie braku ciepłej wody, należy zapewnić dwa razy dziennie ciepłą wodę w zbiornikach 5. wymaganie dotyczy pokoi gościnnych uspołecznionych jednostek organizacyjnych			

Źródło: Monitor Polski, Nr 25

B I B L I O G R A F I A

1. Adamowicz A. - Turystyka jako element socjalistycznego modelu konsumpcji, "Ruch turystyczny" Nr 1, 1975
2. Aktualizacja wartości środków trwałych w przedsiębiorstwach uspołecznionych wg cen na 1.I.1983 r., GUS, Warszawa, 1984 r.
3. Appel D. - Market segmentation a response to retail innovation, "Journal of marketing", Vol.34, Nr 2, 1970
4. Assael H. - Segmenting market segmentation strategies and techniques, "European Research - Marketing /opinion/ Advertising", Nr 5, 1973
5. Barbier B. - Les résidence secondaire et l'espace rural francais, "Revue Norois" No 95, 1977
6. Berlińska-Dzikowska R., Majewska-Śliwa M., Bosiacki S. - Wyjazdy turystyczne ludności Polski w 1985 r. i związane z nimi wydatki. Instytut Turystyki, Warszawa 1987
7. Bernecker P. - Methodes supports de la publicité touristique, "Travel Research Journal", IV, 1961
8. Bosiacki S. - Analiza wydatków na urlop i turystykę, IHW, "Opracowania i Materiały", Nr 81, Warszawa 1973
9. Bosiacki S. - Rozwój turystyki a wielkość i struktura popytu na towary, "Roczniki IHW", Z.3/79/, Warszawa 1976
10. Bosiacki S. - Wpływ turystyki na popyt konsumpcyjny ludności, IHWiU, "Opracowania i Materiały" Nr 99, Warszawa 1976
11. Bosiacki S.- Wypoczynek urlopowy oraz wydatki ludności z tym związane w 1983 r. /w/: Wypoczynek urlopowy ludzi pracy i członków ich rodzin. Instytut Turystyki, Warszawa 1984.

12. Bosiacki S. - Konsumpcja dóbr i usług turystycznych w gospodarstwach domowych, Instytut Turystyki, Warszawa 1987

13. Boyer M. - Le tourisme. "Editions du Seuil, Paris 1972

14. Cameron N. - The Psychology of Behaviour Disorders, Reverside Press, Cambridge, 1947

15. Cieloch G. - Czynniki ekonomiczno-społeczne warunkujące wypoczynek urlopowy. Materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Naukowo-Dydaktycznej Katedr i Instytutów Obrotu Towarowego i Usług Uczelni Ekonomicznych, AE w Katowicach, 1987 r., T.1

16. Cribier F. - Les residence secondaire des citadins dans les compagnes francaises in Etudos rurales, jan-juin 1973, repris dans "Problimes économiques" 27.III.1974 r.

17. Definicje podstawowych pojęć z zakresu turystyki, Zeszyty metodyczne GUS, Nr 30, Warszawa 1979 r.

18. Dębski L. - Ruch turystyczny a obsługa turystyczna - relacje wzajemne. "Biuletyn Ośrodka Studiów i Urządzeń Sportowych i Turystycznych - GKKFiT" Nr 4, Poznań, 1972.

19. Dietl J. - Organizacja i warunki rozwoju usług gastronomicznych w Polsce, "Handel Wewnętrzny", Nr 3, 1974 r.

20. Dietl J. - Marketing - wybrane zagadnienia, PWE, Warszawa, 1977

21. Domańska A. - Terenowe przedsiębiorstwo turystyczne a reforma gospodarcza /w:/ Przedsiębiorstwa usługowe w warunkach nierównowagi rynkowej, "Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu, Seria I, 1982 r.

22. Drzewiecki M.- Przemiany wsi pomorskich pod wpływem turystyki, maszynopis w Instytucie Turystyki, Warszawa, 1978

23. Drzewicki M. - Możliwości bezinwestycyjnego rozwoju bazy noclegowej, Bydgoszcz, styczeń 1984 r., maszynopis w INstytucie Turystyki w Warszawie

24. Dubrawska A.- Czyhanie na łetnika, "Kulisy" Nr 25/1166/, 1979 r.

25. Dylikowa A. - Geografia Polski - Krainy geograficzne, PZWS, Warszawa 1973 .

26. Dziegieć E. - Przemiany osadnictwa wiejskiego pod wpływem turystyki i wypoczynku w świetle literatury, "Acta Universitatis Lodziensis", Turyzm 3, 1987

27. Enew N., Anastasowa E. - Właściwości popytu turystycznego i turystycznej podaży /maszynopis/, Akademia Ekonomiczna, Jelenia Góra 1977. Podaję za A.Kornak: Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa,1979

28. Filipowicz Z. - Problemy ekonomiczne turystyki, "Sport i Turystyka", Warszawa, 1969

29. Frank R.E., Massy W.F., Wind Y. - Market segmentation, Prientice - Hall International, Inc.Englewood Cliffs, 1972

30. Gajewski S. - Hierarchia i intensywność potrzeb na dobra trwałego użytku, maszynopis w Katedrze Obrotu Towarowego Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 1975

31. Gajewski S. - Intensywność i hierarchia potrzeb konsumpcyjnych, maszynopis w Katedrze Obrotu Towarowego Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 1979

32. Gaworecki W. - Ekonomika i organizacja turystyki, PWN, Warszawa 1982

33. Giezgała J. - Turystyka w gospodarce narodowej, PWE, Warszawa, 196

34. Głowacki A. - Turystyka w kolejce","Życie gospodarcze", Nr 5, z dnia 26.II.1984 r.

35. Głowacki R. - Przedsiębiorstwo na rynku, PWE, Warszawa, 1977

36. Gołembski G. -Wpływ ruchu turystycznego na formy i metody działalności handlu detalicznego, "Ruch turystyczny", Nr 1/38/, 1974.

37. Gołembski G. - Handlowa obsługa turystów w regionie, referat na konferencję "Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem żywienia w ujęciu regionalnym", Suwałki-Wigry 20-21. IX.1979

38. Gołembski G. - Warunki stosowania marketingu w turystyce, w gospodarce centralnie planowanej. Zeszyty Naukowe AE w Poznaniu. Seria II, Nr 59, Poznań, 1980

39. Gołembski G. - Zarządzanie w turystyce. Formułowanie i weryfikacja rozwiązań systemowych, Instytut Turystyki, Warszawa, 1987

40. Górecki B. - Ekonomika gospodarstwa domowego, Warszawa, 1979

41. Halley R.J. - Benefit segmentation, A decision oriented Research Tool. "Journal of Marketing", Nr 32, 1968

42. Hunziker W., Krapf K. - Beiträge zum Fremdenverkehregeschichte, Bern, 1941

43. Jackowski A. - Wpływ turystyki na kształtowanie się dochodów ludności powiatu Nowy Targ, "Folia Geographica", R-IV, Kraków, 1971

44. Jagusiewicz A. i Zespół - Przestrzenna polityka turystyczna 1986-1995. Instytut Turystyki, Warszawa, 1986

45. Jarowiecka T. - Rola turystyki w regionie /w:/ Turystyka w województwie nowosądeckim, Materiały z konferencji poświęconej problemom praktyczno-naukowym, Krynica 5-6 luty 1973 r. Kraków-Nowy Sącz - 1973 r.

46. Jaworska T. - Zagadnienia segementacji rynku usług gastronomicznych oraz ich standardu jakościowego, a specjalizacja sieci placówek gastronomicznych - kierunki poprawy. Referat na konferencję pt. "Rola gastronomii w gospodarce żywnościowej", Wisła 28-29.X.1978 Warszawa, Społem - CZSS /maszynopis powielony/.

47. Kiesler A. - Wpływ turystyki na dochodowość ludności /na przykładzie powiatu nowotarskiego/, "Problemy ekonomiczne" R-7, Nr 2, PTE - Kraków, 1967

48. Kornak A. - Społeczno-ekonomiczne funkcje usług turystycznych, TNOiK, Warszawa-Bydgoszcz, 1972

49. Kornak A. - Miejsce turystyki w rozwoju województwa jeleniogórskiego, Prace Naukowe AE we Wrosławiu, Nr 99, 1976

50. Kornak A. - Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa, 1979

51. Kornak A. Prudzienica J. - Zarys analizy rynku turystycznego, Skrypty AE we Wrocławiu, Wrocław, 1981

52. Korbak A., Mordygird-Łoyba M. - Ekonomika turystyki, PWN, Warszawa-Wrocław, 1985

53. Koc C., Krzyżewski R. - Żywienie w zakładach pracy jako element świadczeń socjalnych, "Biblioteka IHWiU", Nr 126, Warszawa, 1976

54. Kostrowicki J. - Środowisko geograficzne Polski, PWN, Warszawa, 1968

55. Kotler Ph. - Marketing menagement - analysis, planing and control, Englewood Cliffs, New Jersey, 1967

56. Kowalewski Z. - Rekreacja turystyczna w aspekcie psychologicznym, "Problemy Turystyki", Nr 3/9/, Warszawa, 1980

57. Krawczak J. i Zespół - Scenariusze rozwoju turystyki do 1995 r., Instytut Turystyki, Warszawa, 1983, /maszynopis/

58. Krippendorf J. - Notions de base du marketing touristique, AIEST, 1973

59. Kruczała J. - Rola turystyki w aktywizacji ekonomicznej regionów, "Problemy Ekonomiczne", Nr 2, Kraków, 1972

60. Kulczycki Z. - Zarys historii turystyki w Polsce, "Sport i Turystyka", Warszawa, 1977

61. Lange O. - Ekonomia polityczna, PWN, Warszawa, 1969

62. Libicki B. - Problemy rozwoju i kształtowania potrzeb turystycznych. Refleksje metodologiczne i programowe, "Problemy Turystyki", Instytut Turystyki, Warszawa, Nr 3/5, 1979

63. Libicki, B. i Zespół - Oddziaływanie ruchu turystycznego na rynek towarów i usług, GKKFiT, Warszawa, styczeń 1980, /maszynopis powielony/

64. Libicki B. - Psychologiczna czy społeczno-ekonomiczna podstawa teorii potrzeb turystycznych, "Problemy Turystyki" Nr 2/8/, Warszawa, 1980

65. Lundberg D. - The tourist business, Chicago, 1973

66. Mały rocznik statystyczny GUS, Warszawa 1978, Tabl.7/34/

67. Maslov A.H. - Toward a Psychology of Being, New York, 1962

68. Maslov A.H. - Teoria hierarchii potrzeb /w:/ Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej, J.Reykowski, PWN, Warszawa, 1964

69. Mazur A. - Wpływ czasu wolnego na rozwój turystyki, "Biblioteka IHWiU", Nr 143, Warszawa, 1977

70. Michalik M., Niemczyk E. - Poziom dochodów gospodarstw domowych, a kierunki przeznaczania oszczędności, "Roczniki IHW", Nr 3, 1978

71. Miller T. - Badania ankietowe w gastronomii /w:/ Funkcje gastronomii, postęp ekonomiczny i organizacyjno-techniczny, Materiały z konferencji ICT-UŁ, Warszawa, 1973

72. Misiak E. - Dlaczego nas nie lubią?, "Polityka", Nr 53, 1977

73. Mowrer O.H. - Learning Theory and Behaviour, New York, 1969

74. Murray H.A., Próba analizy sił kierunkowych osobowości /w:/ Problemy osobowości i motywacji w psychologii amerykańskiej, pod red. Reykowskiego J., PWN, Warszawa, 1964

75. Nowak S. - Uwagi o pojęciu potrzeb, Warszawa, 1976 /maszynopis/

76. Obszary ekologicznego zagrożenia w Polsce, GUS, Warszawa, 1985

77. Orłowski M. - Potrzeby człowieka a potrzeby turystyczne, "Problemy Turystyki", Nr 3/5/, Warszawa, 1979

78. Ostrowski S. - Ruch turystyczny w Polsce, "Sport i Turystyka", Warszawa, 1972

79. Ostrowski S. - Ruch turystyczny jako przedmiot badań statystycznych. Instytut Turystyki, Warszawa, 1975

80. Peretiatkowicz R. - Organizacja ośrodków handlowo-usługowych dla obsługi ruchu turystycznego na wsi i w małych miastach, "Problemy Ekonomiczne", Nr 2, Kraków, 1968

81. Pohorille M. - Dobrobyt społeczny /pojęcie, mierzenie, metoda analizy/, "Ekonomista", Nr 5, 1977

82. Pustoła J. - Pośrednik, "Polityka", Nr 43/1077/ z dnia 22. X.1977

83. Pustoła J. - Baza noclegowa w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju /w:/ 35 lat działalności FWP 1949-1984, Materiały na II sympozjum naukowe. Jarnołówek 23-24.X.1984, Inst. Wyd. Zw. Zawod., Warszawa, 1987

84. Rendoš V. - Osobna spotreba je obrazom rozvoja človeka a spoločnosti, Bratislava, 1969

85. Roczniki Statystyczne 1984, 1971, 1981, 1987, GUS, Warszawa, 1985

86. Rogalewski O. - Propozycje w sprawie usystematyzowania niektórych pojęć w turystyce, "Ruch Turystyczny", Nr 2/20/, Warszawa, 1966

87. Rogalewski O. - Zagospodarowanie turystyczne, "Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne", Warszawa, 1974

88. Rogoziński K. - Regionalne uwarunkowania w podaży usług, na przykładzie regionu turystycznego, Zeszyt 68, Seria I, AE w Poznaniu, 1976

89. Rogoziński K. - Marketing na rynku turystycznym, "Handel Wewnętrzny", Nr 4, 1977

90. Rudnicki L. - Wykształcenie jako czynnik różnicujący konsumpcję, "Handel Wewnętrzny", Nr 4, 1984

91. Rutkowski A.J. - Zadania i organizacja żywienia przyzakładowego, "Wyd. Przem. Hutniczego i Maszynowego - WEMA", Warszawa, 1985

92. Shama A. - Marketing in a Slow-Growth Economy. The Impact of Stagflation on Consumer Psychology. Praeger Publishers, New York, 1980

93. Skwarzyńska M., Słojewski R. - Co przeszkadza w rozwoju turystyki w szczecińskiem?, "Przedsiębiorstwo i rynek" IRWiK, Warszawa, Z.4/6/, 1984

94. Słupski G., Wójcik R. - Gospodarka turystyczna na wsi w warunkach regulacji prawnej proponowanej w projekcie ustawy o Radach Narodowych i samorządzie terytorialnym. Zeszyty naukowe Wydz. Ekonomiki Przemysłu, Uniwersytetu Gdańskiego, Ekonomika i organizacja turystyki i usług, Gdańsk, Nr 1, 1984

95. Surówka,D. - Wpływ ruchu turystycznego na obroty jednostek handlowych w miejscowości Szczyrk, "Problemy Ekonomiczne", Nr 1, Kraków, 1971

96. Szczygielski J. - Usługi gastronomiczne przy drogach szybkiego ruchu, Roczniki IHW, Nr 3-4, 1975

97. Szczygielski J. i Zespół - Rozmieszczenie usług gastronomicznych dla wybranych segmentów rynku, "Opracowania i materiały", IHWiU, Nr 110, Warszawa, 1977

98. Szczygielski J. - Żywienie turystów na wsiach letniskowych, w świetle badań ankietowych, Referat na sympozjum pt. "Podstawowe problemy programowania sieci handlowej na przykładzie woj. skierniewickiego, Skierniewice 3-4.XI.1978, IHWiU, Warszawa 1978 /maszynopis powielony/

99. Szczygielski J. - Gastronomiczna obsługa turystyki. Referat na konferencję naukową "Rola gastronomii w gospodarce żywieniowej", Wisła 28-29.X.1978 /maszynopis powielony/

100. Szczygielski J. - Kierunki usprawnienia obsługi wypoczynku na terenach wiejskich. IHWiU, "Opracowania i materiały", Nr 144, Warszawa, 1980

101. Szczygielski J. - Restaurance stravovanie v rozvoji cestovneho ruchu, "Vyživa a zdravie", Nr 8, 1985

102. Sztukowska T. - Ekonomiczne znaczenie turystyki dla powiatu augustowskiego w 1973 r., "Biuletyn Informacyjny Instytutu Turystyki", Nr 4/32/, Warszawa, 1974

103. Taylor E. - Wstęp do ekonomiki, "Spółdzielnia Wydawnicza - Żeglarz", Gdynia, 1947

104. Turystyka i wypoczynek w 1986 r. GUS, Departament badań demograficznych i usług niematerialnych, "Opracowania statystyczne", Warszawa, kwiecień, 1987

105. Turystyka i wypoczynek w 1987 r. GUS, Departament pracy i usług niematerialnych, Warszawa, kwiecień 1988

106. Twedt D.W. - The concept of market segmentation /w:/ Handbook of modern marketing. Mc. Graw-Hill. New York, 1970, cz. II

107. Wawrzyniak S. - Ekspansja ludności miast na tereny wiejskie, /w:/ Wieś Polska - 2000, PAN-KPZK, Biuletyn, zeszyt 110, Warszawa, 1980

108. Wiszniewski E. - Ekonomika Konsumpcji, PWN, Warszawa, 1983

109. Witkowski J. - Promocja usług turystycznych w ujęciu regionalnym. Referat na konferencję pt. "Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem żywienia, w ujęciu regionalnym", Wigdy 20-21.IX.1979 /maszynopis powielony/

110. Wodejko S. - Turystyka w życiu społeczno-gospodarczym wsi Żegocina w woj. krakowskim, "Ruch Turystyczny", Nr 1/29/, Warszawa, 1969

111. Zagórski K. - Maslova teoria potrzeb, "Studia Socjologiczne", Nr 1, 1966

112. Zakrzewski i zespół - Ekonomika handlu, PWE, Warszawa, 1965

113. Zawistowska H. - Pokoje gościnne w przepisach prawnych PRL, "Ruch Turystyczny", z. 1-2, 1976

114. Zawistowski J. - Warunki naturalne woj. suwalskiego i możliwości ich turystycznego wykorzystania. Referat na konferencję "Organizacja i kierunki rozwoju usług rekreacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem żywienia, w ujęciu regionalnym", Suwałki-Wigry 20-21.IX.1979, /maszynopis powielony/

115. Zygmuntowicz T. - Ekonomiczne problemy rozwoju turystyki w Polsce, "Biuletyn Informacyjny GKKFiT, T.7, Warszawa, 1967

116. Żółkiewski S. - Problemy modelu kultury, "Kultura i Społeczeństwo" Nr 4, 1967

SPIS AKTÓW PRAWNYCH

1. Zarządzenie Nr 49 Ministra Gospodarki Komunalnej z dnia 19 czerwca 1962 r. w sprawie organizacji zakwaterowania przyjezdnych w kwaterach prywatnych i wytycznych do ustalania cen za te kwatery. Dziennik Urzędowy Min. Gospodarki Komunalnej, Nr 11 poz. 70
2. Rozporządzenie RM z dnia 24 września 1962 r., w sprawie określania rodzajów działalności gospodarczej zwolnionej od obowiązku uzyskania zezwoleń na wykonywanie przemysłu, rzemiosła i niektórych usług, Dziennik Ustaw, Nr 62, poz. 296
3. Zarządzenie Nr 51 Przewodniczącego GKKFiT z dnia 4 marca 1964 r., w sprawie organizacji kwater prywatnych w lokalach mieszkalnych i ustalania cen za te kwatery. Dziennik Urzędowy GKKFiT, Nr 5, poz. 18
4. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 kwietnia 1964 r., w sprawie zwolnienia od podatku obrotowego i dochodowego przychodów osiąganych ze sprzedaży posiłków przez osoby fizyczne, Dziennik Ustaw, Nr 17, poz. 103
5. Rozporządzenie RM z dnia 14 maja 1964 r. w sprawie zezwoleń na prowadzenie przedsiębiorstw handlowych i wykonywanie usług handlowych oraz na prowadzenie zakładów przemysłu gastronomicznego przez jednostki gospodarki nieuspołecznionej. Dziennik Ustaw, Nr 20, poz. 120
6. Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 29 maja 1964 r. w sprawie określenia niektórych przychodów podlegających opodatkowaniu wg przepisów o podatku od wynagrodzeń oraz terminu i trybu uiszczania tego podatku. Dziennik Ustaw, Nr 19, poz. 115
7. ~~Zarządzenie Nr 51 Przewodniczą... GKKFiT z dnia 4 marca 1964 r. w sprawie~~ [illegible] zakwaterowania

7. Zarządzenie Ministra Gospodarki Komunalnej i Przewodniczącego GKKFiT w sprawie organizacji wynajmu pokoi gościnnych. Monitor Polski, Nr 36, poz. 288, z dnia 2 sierpnia 1969 r.
8. Rozporządzenie Ministra Finansów, w sprawie opodatkowania niektórych przychodów podatkiem od wynagrodzeń, z dnia 28.II.1975
9. Zarządzenie Nr 178 Przewodniczącego GKKFiT, w sprawie wynajmowania pokoi gościnnych, z dnia 15.X.1976 r. Monitor Polski, Nr 39, poz.178
10. Pismo skierowane przez Przewodniczącego GKKFiT do Wojewodów i Prezydentów miast stopnia wojewódzkiego, z dnia 30 stycznia 1976 r.
11. Zarządzenie Nr 6 Przewodniczącego GKKFiT, z dnia 3.II.1977 r., w sprawie wykorzystania wolnych miejsc w obiektach turystycznych i wypoczynkowych oraz dodatkowego premiowania pracowników tych obiektów. Dziennik Ustaw, Dz. 11, Nr 2, 1977 r.
12. Zarządzenie 32 Przewodniczącego GKKFiT, z dnia 31.XII.1977 r. w sprawie szczegółowych zasad limitowania w 1978 roku wydatków jednostek gospodarki uspołecznionej z tytułu najmu prywatnych kwater gościnnych oraz korzystania z prywatnych posiłków domowych
13. Uchwała Nr 168 RM, z dnia 21 listopada 1977 r. o Narodowym Planie Społeczno-Gospodarczym. Rozdział II, Część B, ust. 27
14. Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów, z dnia 31 października 1983 w sprawie wykonywania usług hotelarskich, kempingowych i turystycznych przez jednostki gospodarki nieuspołecznionej. Dziennik Ustaw, Nr 62, 1983, poz. 285

SPIS TABLIC

1. Liczba wykonanych wywiadów
2. Hierarchia potrzeb konsumpcyjnych w wybranych gospodarstwach domowych
3. Przeznaczenie oszczędności w badanych gospodarstwach domowych
4. Najczęściej występujące przyczyny rezygnacji z wyjazdów wypoczynkowych
5. Wyjazdy w zagranicznym ruchu turystycznym
6. Cechy demograficzno-społeczne badanych turystów
7. Dochody przypadające na 1 osobę w rodzinie oraz stan posiadania działki letniskowej i samochodu
8. Wielkość miejsca stałego zamieszkania badanych turystów
9. Czas trwania wypoczynku badanych turystów
10. Forma organizacji wypoczynku badanych turystów
11. Zróżnicowanie terytorialne turystów w ujęciu regionalnym
12. Motywy przyjazdu turystów do badanych miejscowości w ujęciu regionalnym
13. Przyrost stałych mieszkańców badanych miejscowości, które osiągnęły 10 tys.osób
14. Wiek budynków z wynajmowanymi kwaterami
15. Wysokość budynków z wynajmowanymi kwaterami
16. Materiał ścian i pokrycie dachów budynków jednorodzinnych z wynajmowanymi kwaterami w wybranych miastach
17. Liczba wynajmowanych mieszkań /kwater/
18. Liczba turystów, którzy jednocześnie mogą mieszkać u badanego gospodarza
19. Udział budynków projektowanych z myślą o wynajmowaniu kwater w różnym czasie

20. Udostępnianie turystom wybranych urządzeń w ujęciu regionalnym
21. Ocena gościnności gospodarzy
22. Ocena wyposażenia mieszkań /meble, elementy dekoracyjne itp/
23. Wielkość parcel
24. Odległość kwatery od miejsca spożywania posiłków
25. Odległość kwatery od miejsca rekreacji
26. Odległość kwatery od miejsca zabiegów leczniczych
27. Miejsce spożywania posiłków
28. Miejsce spożywania posiłków w zależności od organizacji wypoczynku w Krynicy
29. Brakujące usługi gastronomiczne w opinii badanych turystów
30. Powody niezadowolenia turystów z usług gastronomii
31. Ocena poziomu podstawowego żywienia
32. Preferowane formy żywienia
33. Główne powody nieprowadzenia żywienia wczasowiczów przez gospodarzy w wybranych miejscowościach
34. Ocena poziomu usług gastronomicznych typu uzupełniającego
35. Ocena kosztów podstawowego żywienia turystów
36. Ocena poziomu zaopatrzenia i obsługi w placówkach handlowych w relacji do miejsca stałego zamieszkania turystów
37. Ocena organizacji wypoczynku w prywatnych kwaterach
38. Gospodarze wynajmujący prywatne kwatery na podstawie uzyskanych zezwoleń w wybranych obszarach
39. Rejestrowane prywatne kwatery i pokoje gościnne w Polsce w latach 1976-1987
40. Rozmieszczenie miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach w 1986 roku wg regionów
41. Zmiany w strukturze przestrzennej miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach w latach 1976-1986

SPIS RYSUNKÓW

- Zwierciadła i salda testu koniunktury przedsiębiorstw turystycznych w dziedzinie kwater prywatnych w 1986 roku.
- Zwierciadła i salda testu koniunktury przedsiębiorstw turystycznych w dziedzinie kwater prywatnych w 1987 roku.
- Zwierciadła i salda testu koniunktury przedsiębiorstw turystycznych w dziedzinie kwater prywatnych w 1988 roku.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum P...o
Naukowo-Badawczych