

**Joanna Stefańczyk, Patrycja Feryńska**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## **TENDENCJE ZMIAN W ROZWOJU TURYSTYKI W POLSCE W LATACH 2004-2016**

*CHANGES TRENDS IN TOURISM DEVELOPMENT IN POLAND IN THE YEARS 2004-2016*

**Słowa kluczowe: turystyka, baza noclegowa, standard obiektów turystycznych**

*Key words: tourism, tourist accommodation, standard of tourist facilities*

*Jel codes: Z32*

**Abstrakt.** Celem badań była ocena rozwoju bazy noclegowej w Polsce w latach 2004-2016. Wskazano także na przestrzenne zróżnicowanie obiektów turystycznych w Polsce. Do analizy wykorzystano dane GUS. Z przeprowadzonych badań wynika, że od 2004 roku zarówno liczba turystów polskich, jak i zagranicznych zwiększała się. Turyści decydowali się na coraz wyższy standard miejsc noclegowych. Największy wybór takich obiektów dostępny był w województwach pomorskim, zachodniopomorskim oraz małopolskim.

### **Wstęp**

Turystyka jest jednym z najbardziej znaczących sektorów we współczesnej gospodarce [Alejziak 2011]. Jest dziedziną interdyscyplinarną. Wraz z jej rozwojem, rozwijają się inne gałęzie rynku [Nowakowska 2005]. Tylko w 2016 roku dochód z tego sektora wyniósł około 26 bln zł, co stanowiło ponad 10% światowego PKB. W turystyce znalazło zatrudnienie ponad 290 mln ludzi. Oznacza to, że średnio co 10 zatrudniona osoba na świecie pracuje właśnie w szeroko pojętej turystyce. Jest to również sektor, który w ostatnich latach odnotowuje tendencję wzrostową. Szacuje się, że w kolejnych 10 latach tendencja ta powinna się utrzymać. Według perspektyw wzrost ma kształtować się na poziomie 3,3% rocznie [MSiT 2017]. Podobne trendy zauważa się w turystyce krajowej. Wpływy ze wspomnianego sektora w 2016 roku kształtowały się na poziomie 25,3 mld euro, tym samym wytwarzając 6% PKB Polski [WTTC 2017]. O rozwoju turystyki świadczy również rosnąca popularność portali turystycznych. Upowszechniają się nowoczesne modele nocowania i transportu, oparte na ekonomii współdzielenia. Ludzie podróżują chętniej i częściej, zasilając przy tym budżety poszczególnych krajów. W gestii tych państw pozostaje zachęcenie klientów do odwiedzenia ich kraju i sprawienie, aby pozostawili w nich swój kapitał.

### **Podział turystyki i jej aspekty**

Słowo turystyka posiada korzenie w języku francuskim. Swoją współczesną nazwę zawdzięcza funkcjonującemu od XIX wieku terminowi „tour”, który oznaczał wędrowkę, podróż, kończącą się powrotem do domu [Nowakowska 2005]. Chociaż znaczenie to odpowiada po części założeniom turystyki, nie określa go w pełni. Według definicji Światowej Organizacji Turystyki Narodów Zjednoczonych – UNWTO (ang. United Nations World Tourism Organization) ogłoszonej na konferencji w Ottawie w 1991 roku, turystyka to „ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych, nie dłużej niż przez rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości” [WTTC 2017]. UNWTO wyróżnia także trzy podstawowe rodzaje turystyki [D. Knecht, M. Knecht 2005]:

- turystykę krajową (podróże mieszkańców wewnątrz kraju),
- turystykę przyjazdową (przyjazdy obcokrajowców do kraju),
- turystykę wyjazdową (wyjazdy mieszkańców kraju poza jego granicę).

Turystyka jest więc pojęciem bardzo szerokim. Uznawana jest za zjawisko interdyscyplinarne, ponieważ zawiera w sobie wiele części składowych [Andrejczuk 2010]. W literaturze wyróżniane są takie jej aspekty, jak:

- zjawisko psychologiczne – wyjazdy turystyczne są odpowiedzią na pragnienia i potrzeby człowieka,
- zjawisko społeczne – wyjazdy turystyczne są szansą na nawiązanie nowych kontaktów, zarówno ze współpodróżującymi, jak i z mieszkańcami obszarów, które są odwiedzane,
- zjawisko kulturowe – wyjazdy turystyczne stwarzają możliwość do poznania innych kultur, zwyczajów, tradycji,
- zjawisko przestrzenne – wyjazdy turystyczne mogą wpływać na rozwój obszarów odwiedzanych, przez między innymi wykorzystywanie (czasem nadmierne) infrastruktury; mogą również przyczyniać się do degradacji wspomnianych obszarów,
- zjawisko ekonomiczne – wyjazdy turystyczne dynamizują gospodarkę odwiedzanych krajów np. przez kreowanie nowych miejsc pracy czy zwiększanie zapotrzebowania na usługi [Nowakowska 2005].

Rozwój turystyki niesie za sobą wiele pozytywnych aspektów. Poza czynnikami wewnętrznymi, które warunkują wspomniany rozwój, można wymienić również czynniki zewnętrzne [Kruczek 2014]. Wśród nich istotną rolę odgrywa sytuacja polityczna oraz bezpieczeństwo obszaru, który turysta planuje odwiedzić. Miejsca, w których występują konflikty o różnych podłożach czy rejony zagrożone kataklizmami, tracą na atrakcyjności. W tej kwestii Polska ma wysoki potencjał do rozwoju turystyki. Przejawia się on m.in. w stabilnym wzroście, dobrych wskaźnikach i niepełnym nasyceniu rynku [Sala 2017]. Na liczbę odwiedzających ma wpływ w znacznym stopniu również zaawansowanie techniczne podmiotów rynku danego obszaru [Borzyszkowski 2015]. Klienci obecnie wymagają innowacyjności [Olearnik, Pasek 2014, Roman 2015]. Współczesny klient ma duże wymagania. Do poszczególnych krajów należy ciągle dostosowywanie podaży turystycznej do coraz bardziej wymagającego i dynamicznie się zmieniającego popytu turystycznego [Wojciechowska-Solis 2012, Jedlińska 2013].

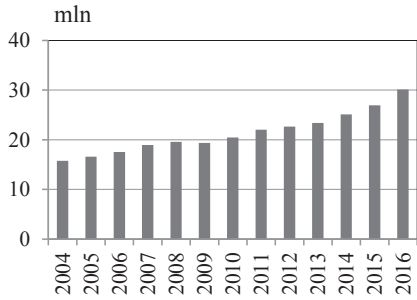
### **Materiał i metodyka badań**

Celem artykułu jest ocena rozwoju turystyki w Polsce w latach 2004-2016 i jej przestrzennego zróżnicowania. Materiał do badań stanowiły dane GUS oraz literatura przedmiotu. Wyniki badań przedstawiono w formie graficznej tabelarycznej oraz kartograficznej. Wykorzystano metodę statystyki opisowej. W opracowaniu sporządzono analizę pionową (w latach), a także w ujęciu przestrzennym.

### **Wyniki badań**

Według danych GUS [2017] turystyka w Polsce rozwija się. Świadczy o tym m.in. rosnąca liczba turystów (rys. 1). W roku 2004 odnotowano ponad 15 mln turystów, natomiast pod koniec badanego okresu liczba podróżujących przekroczyła 30 mln, wzrosła więc o ponad 100%. Wyjątkiem był 2009 rok, gdy odnotowano niewielki spadek w porównaniu z rokiem poprzednim.

W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie turystyką w Polsce i związaną z tym rosnącą liczbą turystów, zwiększeniu uległa również liczba obiektów noclegowych w latach 2004-2016 (rys. 2). W 2004 roku w Polsce baza noclegowa liczyła 6972 obiekty. Sześć lat później, liczba ta zwiększyła się o kolejne 234 kompleksy noclegowe. W 2016 roku liczba obiektów wyniosła już 10 509 jednostek, czyli o ponad 3,5 tys. więcej niż na początku analizowanego okresu. Największy wzrost w analizowanych latach odnotowano w 2011 roku. Działalność rozpoczęło

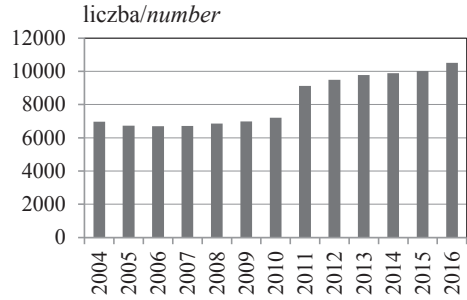


Rysunek 1. Liczba turystów ogółem w Polsce w latach 2004-2016

Figure 1. Number of tourists (generally) in Poland in years 2004-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]



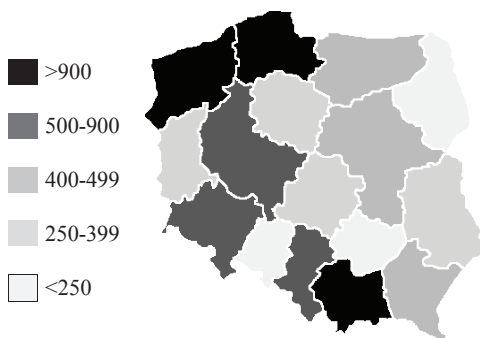
Rysunek 2. Turystyczne obiekty noclegowe w Polsce w latach 2004-2016

Figure 2. Number of tourist accommodation in Poland in years 2004-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]

wówczas blisko 2000 nowych ośrodków. Prawdopodobnie miało to związek z odbywającymi się w Polsce w kolejnym roku Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej i związanym z tym oczekiwanym przyjazdem dużej liczby turystów. Szczegółowe dane dotyczące podziału bazy noclegowej według województw przedstawiono na rysunku 3. Mapę sporządzono na podstawie średniej arytmetycznej obliczonej za lata 2004-2016. Powyżej 900 obiektów noclegowych oferowano w województwach małopolskim, pomorskim oraz zachodniopomorskim. Między 500 a 900 obiektów dostępnych było w województwach śląskim, dolnośląskim oraz wielkopolskim. Natomiast poniżej 250 turystycznych obiektów noclegowych odnotowano w województwach świętokrzyskim, opolskim oraz podlaskim. Warto zaznaczyć, że oferowane w województwie opolskim obiekty nie stanowiły nawet 1/7 części tych dostępnych dla turystów w Małopolsce.

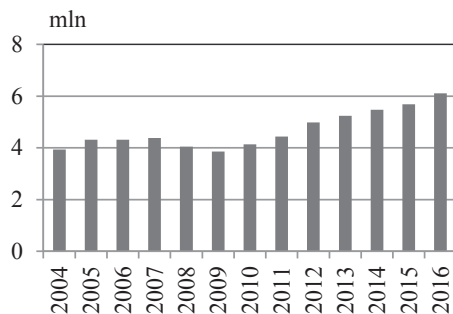


Rysunek 3. Turystyczne obiekty noclegowe według województw w latach 2004-2016

Figure 3. Tourists accommodation in provinces in years 2004-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]



Rysunek 4. Liczba turystów zagranicznych w Polsce w latach 2004-2016

Figure 4. Number of foreign tourists in Poland in years 2004-2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]

Tabela 1. Udział turystów korzystających z obiektów według standardu w latach 2004-2016

Table 1. Share of tourists using accommodation according to the standard in years 2004, 2010 and 2016

Lata/ Years	Udział turystów korzystających z obiektów/Share of tourists using facilities [%]				
	*****	****	***	**	*
2004	5	13	47	26	9
2005	6	12	47	26	8
2006	7	12	46	27	8
2007	8	15	43	27	8
2008	8	17	42	25	8
2009	8	19	41	23	8
2010	9	22	40	21	7
2011	8	23	41	20	7
2012	8	26	40	19	6
2013	8	28	40	19	6
2014	8	29	40	17	6
2015	8	30	42	15	6
2016	8	31	42	14	5

\* obiekt jednogwiazdkowy, \*\*\*\*\* obiekt 5-gwiazdkowy/one-star facility, \*\*\*\*\* 5-star facility

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]

Analizując kategorie wybieranych ośrodków noclegowych w latach 2004-2016, można zauważyć, że turyści w kolejnych latach decydowali się na wybór tych, o lepszym standardzie. Od roku 2004 spadał udział w strukturze obiektów jedno- i dwugwiazdkowych, na rzecz trzy- i czterogwiazdkowych. W tabeli 1 przedstawiono wybór standardu (oznaczonego gwiazdką) obiektów noclegowych przez turystów w latach 2004-2016.

Kolejną kształtującą się tendencją jest wzrastająca liczba turystów zagranicznych w Polsce (rys. 4). W 2004 roku Polskę odwiedziło blisko 4 mln turystów z zagranicy. W 2010 roku odnotowano wzrost liczby turystów zagranicznych o 5%, a w 2016 roku aż o 55% w stosunku do 2004 roku.

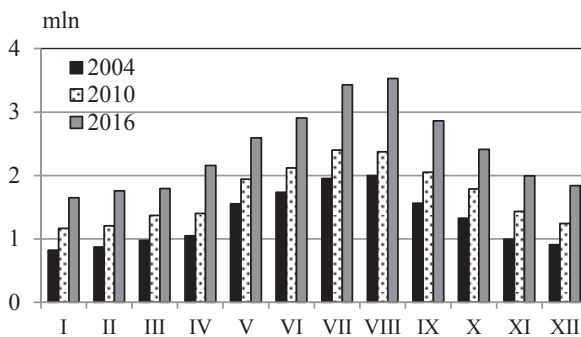
Na rysunku 5 przedstawiono liczbę turystów odwiedzających Polskę w zależności od miesiąca. W analizowanych latach najwięcej turystów z zagranicy przyjechało do Polski w okresie od maja do września, w tym szczyt turystyczny odnotowywano w lipcu i w sierpniu. Niezmiennie od 2004 roku najmniej licznie przybywają do Polski turyści od listopada do marca.

Rysunek 5. Liczba turystów z zagranicy w Polsce w poszczególnych miesiącach w latach 2004, 2010 i 2016

Figure 5. Number of foreign tourists in Poland in months in years 2004, 2010 and 2016

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS 2017]

Source: own study based on [GUS 2017]



## Podsumowanie

W Polsce od 2004 roku wzrastało znaczenie turystyki. Odzwierciedleniem tego jest między innymi rozwój infrastruktury i obiektów turystycznych. W analizowanym okresie można zauważyć systematyczny przyrost bazy noclegowej. W roku 2011 odnotowano powstanie największej liczby obiektów noclegowych, prawdopodobnie związanej z organizowanymi w 2012 roku w Polsce Mistrzostwami Europy w piłce nożnej. Zwiększał się również standard turystycznych

obiektów noclegowych. Największy wybór bazy noclegowej dostępny był w województwach zachodniopomorskim, pomorskim oraz małopolskim. Natomiast najmniej miejsc noclegowych turyści znajdują w województwie opolskim, świętokrzyskim oraz podlaskim. Polska staje się krajem coraz bardziej atrakcyjnym turystycznie dla gości z zagranicy. Od roku 2009 do 2016 następował systematyczny wzrost liczby turystów z zagranicy. Dotyczyło to głównie miesięcy letnich lipiec-sierpień.

### Literatura/Bibliografia

- Alejski Wiesław. 2011. Aktywność turystyczna: międzynarodowa i krajowa oraz kwestie wykluczenia społecznego (Tourist activity: international and domestic diversification and the problem of social exclusion). *Turyzm* 21 (1-2): 7-16.
- Andrejczuk Wiaczesław. 2010. Krajobraz a turystyka: aspekt konceptualny (Landscape and tourism: conceptual aspect). *Krajobraz a turystyka. Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego* 14: 15-24.
- Borzyszkowski Jacek. 2015. Wykorzystanie internetu w turystyce na przykładzie działań organizacji zarządzających obszarami recepcji turystycznej na rzecz modeli w e-biznesie (The use of the Internet in tourism on the example of destination management organizations' activities aimed at models in e-business). *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu* 50: 108-116.
- GUS. 2017. Turystyka w 2016 r. Informacje i opracowania statystyczne (Tourism in 2016. Information and statistical informations and elaborations). Rzeszów: GUS, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2016-roku,1,14.html>, access: 26.06.2018.
- Jedlińska M. 2013. Zachowanie klienta na rynku turystycznym i rekreacyjnym. [W] *Marketing w turystyce i rekreacji* (Customer behavior on the tourist and recreational market. [In] *Marketing in tourism and recreation*), ed. A. Panasiuk 61-80. Warszawa: PWN.
- Knecht Damian, Maria Knecht. 2005. Marketing w turystyce i rekreacji (Marketing in tourism and recreation). Wrocław: Miara.
- Kruczek Zygmunt. 2014. Nowe trendy i innowacje w sektorze atrakcji turystycznych. [W] *Dynamika przemian rynku turystycznego* (New trends and innovations in the tourist attractions sector. [In] *Dynamics of changes in the tourist market*), ed. Z. Kruczek, W. Banasik, 21-30. Warszawa: Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych.
- MSiT (Ministerstwo Sportu i Turystyki). 2017. Turystyka w Polsce 2016 (Tourism in Poland in 2016). Warszawa: Ministerstwo Sportu i Turystyki.
- Nowakowska Anna. 2005. Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze. [W] *Kompendium wiedzy o turystyce* (Tourism as a socio-economic phenomenon. [In] *Compendium of knowledge about tourism*), ed. G. Golebski, 1-130. Warszawa: PWN.
- Olearnik Janusz, Kalina Pasek. 2014. Innowacyjność w turystyce i jej oddziaływanie promocyjne (Innovation in the tourist industry and its promotional impact). *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu* 46: 91-102.
- Roman Michał. 2015. Innowacyjność elementem konkurencyjności w turystyce (Innovation as an element of competitiveness in tourism). *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie* 26 (1): 111-119.
- Sala Józef. 2017. Tendencje rozwojowe turystycznej bazy noclegowej w Polsce w latach 1990-2014. [W] *Trendy w turystyce* (Development tendencies of the tourist accommodation base in Poland in the years 1990-2014. [In] *Trends in tourism*), ed. E. Biernat, E. Dziedzic, 13-28. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Wojciechowska-Solis Julia. 2012. Kierunki doskonalenia jakości usług wpływające na decyzje nabywcy klientów biur turystycznych (Directions for Improving the Quality of Travel Agencies Services Affecting Customers Purchasing Decision). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* 699 (84): 485-496.
- WTTC (The World Travel & Tourism Council). 2017. *Travel & tourism. Global economic impact & issues*. London: The World Travel & Tourism Council.

### **Summary**

*The aim of the work was to assess the development of the accommodation base and its quality in Poland in 2004-2016. The spatial diversity of tourist facilities in Poland was also pointed out. The data of the Central Statistical Office was analyzed. The research shows that since 2004, both the number of Polish and foreign tourists has been increasing. Tourists opted for a higher standard of accommodation. The largest selection of such facilities was available in the Pomorskie, Zachodniopomorskie and Malopolskie provinces.*

Adres do korespondencji  
mgr Joanna Stefańczyk  
orcid.org/0000-0001-5258-4894  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw  
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa  
tel. 883 155 008  
e-mail: joanna\_stefanczyk@sggw.pl

Patrycja Feryńska  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Wydział Nauk Ekonomicznych, Studenckie Koło Naukowe Public Relations  
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa  
tel. 795 144 951  
e-mail: patrycja.ferynska@gmail.com