USŁUGI TURYSTYCZNE

Proces gruntownej przebudowy struktur oraz zasad funkcjonowania gospodarki dotyczy również branży turystycznej. Polski rynek turystyczny traktowany przez rządy socjalistyczne jako element polityki socjalnej znajduje się aktualnie w fazie przejściowej. Należy zauważyć, że dziedzictwo minionego okresu obejmuje nie tylko dużą liczbę słabo wyposażonych obiektów turystycznych, kadrę nieprzystosowaną do działania w warunkach rynkowych, ale również zakorzenione w mentalności wielu Polaków przekonanie, że usługi turystyczne są dobrem wolnym.

Opis przemian na polskim rynku turystycznym wypada zacząć od analizy stanu, w jakim znajdował się on w roku 1989, czyli w chwili rozpoczęcia transformacji gospodarki centralnie planowanej na wolnorynkową. Charakterystykę organizacji turystyki w latach 1947–1989 można ująć w następujących punktach:

1) Oparcie zarządzania turystyką na kryteriach socjalnych, a nie rynkowych, co przejawiało się w dużym udziale dotacyjnego finansowania podmiotów branży turystycznej.

2) Zgodnie z mechanizmem nakazowo-rozdzielczym zarządzania gospodarką socjalistyczną podstawowe decyzje dotyczące dystrybucji usług turystycznych podejmowane były poza rynkiem. Centralizm zarządzania i finansowania przy jednoczesnej trójwładzy (na szczeblu centralnym istniały: rządowy urząd zajmujący się turystyką (np. Główny Komitet Kultury Fizycznej i Turystyki, centrala administracyjna turystyki socjalnej umiejscowiona w Ministerstwie Płacy, Pracy i Spraw Socjalnych, Centrala Turystyczna „Orbis", Centralny Zarząd Sanatoriów w Ministerstwie Zdrowia).

3) Dominacja państwowych form własności podmiotów turystycznych (organizacji społecznych np. PTTK, organizacji politycznych, np. „Almatur", spółdzielni, np. Spółdzielcze Biuro Podróży „Turysta", sektor państwowy reprezentowały np. „Orbis", „Sport–Tourist", organizacji młodzieżowych – „Harctur").

4) Ograniczenie rozwoju zagranicznej turystyki przyjazdowej i wyjazdowej, co wynikało z socjalistycznego ustroju społeczno-gospodarczego i przejawiało się w trudnościach paszportowych i wizowych, ograniczeniach posiadania i rozporządzania walutami obcymi, funkcjonowaniem bezwizowej wymiany turystycznej z innymi krajami bloku socjalistycznego.

5) Centralnie sterowana organizacja wypoczynku pracowniczego za pośrednictwem Funduszu Wczasów Pracowniczych. W latach 1966–1976 pod patronatem związków zawodowych, organizacji politycznych, ministerstw, urzędów centralnych i wojewódzkich, spółdzielni i przedsiębiorstw państwowych oddano do użytku 2500 ośrodków wypoczynku pracowniczego, co stanowiło około 60% inwestycji wypoczynkowych sfery socjalnej w powojennej Polsce.

W roku 1989 stan polskiej turystyki charakteryzowały następujące cechy:

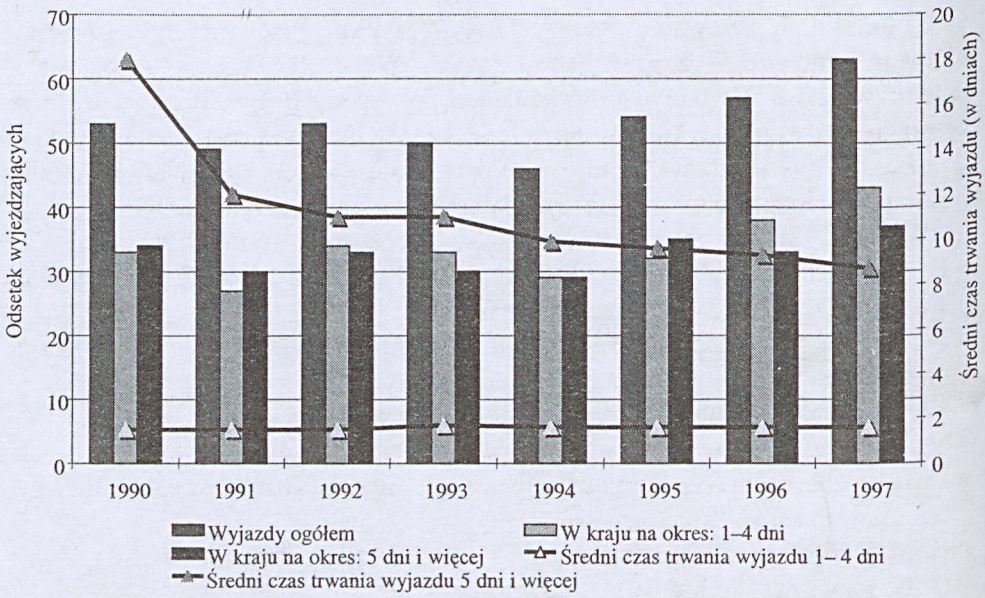
- Duża rzesza pracowników odpowiedzialnych za sferę socjalną, nieprzygotowana do działalności w gospodarce rynkowej.
- Istnienie branżowych przedsiębiorstw turystycznych: nauczycielskich, górniczych, rolniczych, studenckich.
- Niewielki wpływ klientów na kierunki i formę wypoczynku.
- Mała liczba hoteli, restauracji, czyli bazy noclegowo-żywnościowej.
- Duża liczba osób wynajmujących pokoje letnikom, świadczących usługi żywieniowe poza kontrolą państwa.
- Niska jakość usług turystycznych.
- Słabo rozwinięta komunikacja i łączność.
- Brak rozwiązań formalno–prawnych dla turystyki.
- Mała liczba zagranicznych podmiotów oferujących usługi turystyczne.

Okres od 1989 do 1999 jest na rynku usług turystycznych, tak jak w przypadku całej gospodarki, okresem przejściowym ze wszystkimi wynikającymi z tego konsekwencjami, m.in. wzrostem zarówno liczby wyjazdów obywateli Polski, jak i przyjazdów cudzoziemców, wzrostem liczby podmiotów świadczących usługi turystyczne, występowaniem rynku w charakterze weryfikatora skuteczności działalności.

Analiza danych[1] o podróżach Polaków wskazuje zwiększający się odsetek osób podróżujących – z 53% w roku 1990 do 63% w 1997 roku. Wzrost ten dotyczy zarówno wyjazdów krótko- (do 4 dni), jak i długookresowych (od 5 dni) (wykres 1).

Na uwagę zasługuje fakt, że Polacy poświęcają coraz mniej czasu na podróże (średnio około 36 dni w 1990 roku, a około 27 w roku 1997), przy jednoczesnym wzroście ich częstotliwości oraz intensywności. Główne cele wyjazdów w roku 1997 to: wypoczynek (26% wyjazdów), wizyta (23%) oraz zwiedzanie, zakupy i interesy (po 20%). Wzrost aktywności Polaków nie przebiega jednak równomiernie we wszystkich grupach społecznych, co jest odzwierciedleniem stanu polskiej gospodarki, a przede wszystkim pogłębiającego się rozwarstwienia naszego społeczeństwa. Największą aktywność turystyczną wykazują osoby o najwyższych dochodach, prowadzące działalność gospodarczą na własnych rachunek lub zajmujące stanowiska kierownicze, o wykształceniu wyższym

[1] Wszystkie dane wykorzystane w niniejszym rozdziale pochodzą z publikacji GUS.



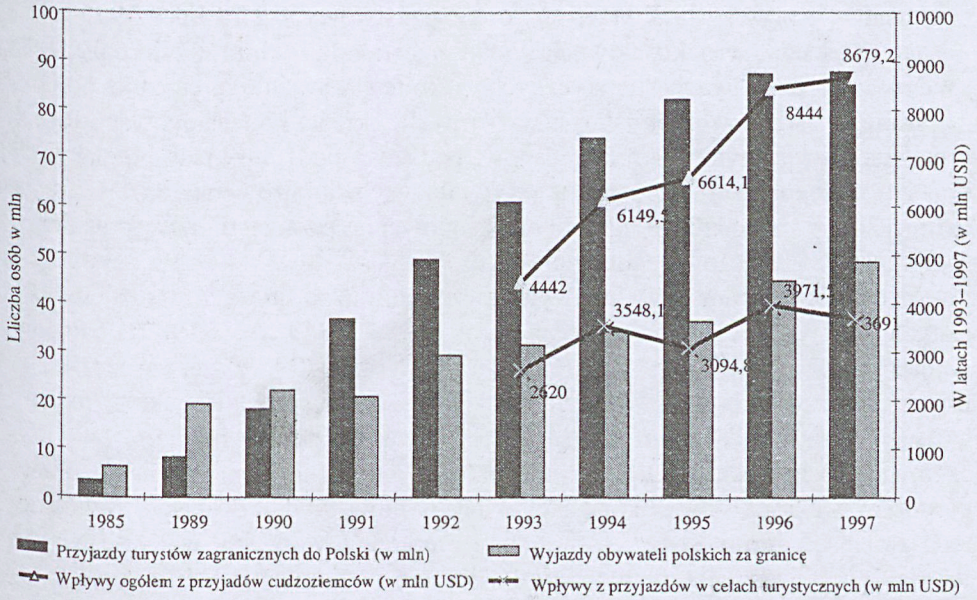
Rys. 1. Podróże Polaków w wieku 15 lat i więcej w latach 1990–1997
Źródło: *Rocznik statystyczny*, GUS 1993, 1996, 1998

i średnim. Dotyczy to nie tylko liczby wyjazdów, ale także kierunków ich przeznaczenia oraz form.

Bogata oferta biur podróży, a także niedorozwój rodzimej infrastruktury turystycznej powoduje, że Polacy coraz częściej korzystają z możliwości wypoczynku za granicą. Główne kierunki wyjazdów to Grecja, Włochy, Hiszpania w okresie letnim oraz Austria, Czechy w okresie zimowym. Coraz większą popularnością cieszy się turystyka indywidualna oraz kwalifikowana. Złożoność powiązań gospodarczych oraz wzrost ilości inwestycji zagranicznych w Polsce, a także pogłębiająca się specjalizacja działania powodują wzrost liczby podróży służbowych (biznesowych) zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Jak wskazują dane, tego rodzaju klienci stanowią bardzo atrakcyjny segment, gdyż pozostawiają znacznie więcej pieniędzy niż tradycyjni turyści. Niestety wzrost ten nie idzie w parze z rozwojem bazy noclegowej i gastronomicznej.

Według ocen Światowej Organizacji Turystyki (WTO) w roku 1997 Polska zajęła dziewiąte miejsce na świecie i szóste w Europie pod względem liczby przyjeżdżających. Fakt ten oraz analiza statystyk opisujących polski rynek turystyczny mogłyby świadczyć o tym, że nasz kraj staje się mocarstwem turystycznym, choć warunki krajobrazowo-turystyczne oraz rozwój infrastruktury turystycznej na to nie wskazują. Zniesienie formalnych barier dla zagranicznej turystyki przyjazdowej, a także ułatwienie wyjazdów zagranicznych dla obywateli Polskich zaowocował gwałtownym wzrostem zarówno jednych, jak i drugich

(wykres 2). Podstawą tych zmian jest jednak w większości atrakcyjność ekonomiczna kraju przeznaczenia, a nie jego walory turystyczne. Turyści jednodniowi pozostawiają rok rocznie około 50% ogółu wpływów z turystyki.



Rys. 2. Wyjazdy zagraniczne Polaków oraz przyjazdy i wydatki turystów zagranicznych w latach 1985–1997

Źródło: *Rocznik statystyczny*, GUS 1993, 1996, 1998

Nie do zakwestionowania jest fakt, że wpływy z turystyki i handlu przygranicznego wyniosły w roku 1997 prawie 9 miliardów USD, co stanowi niemal trzecią część całego eksportu naszego kraju. Analiza przychodów z turystyki na jednego mieszkańca wskazuje jednak, że Polska zarabia tylko połowę tego co Francja czy Włochy, trzecią część tego co Hiszpania oraz zaledwie dziewiątą tego co Austria.

W roku 1997 z przyjeżdżających obcokrajowców 46% wskazywało na interesy, 28% na zakupy, jako na cel swej wizyty w Polsce, typowa turystyka była celem jedynie 28% odwiedzających[2]. Analiza krajów pochodzenia „turystów" zagranicznych wskazuje, że w roku 1997 aż 82,3% przekraczających granicę Polską to obywatele państw sąsiadujących z naszym krajem, w czym dominowali Niemcy, stanowiąc 50% ogółu odwiedzających. Dążenie Polski do członkostwa w Unii Europejskiej, a co za tym idzie zmiany dysproporcji pomiędzy poziomem życia i cenami w naszym kraju oraz krajach graniczących z Polską,

[2] Respondenci mieli możliwość wyboru więcej niż jednego wariantu odpowiedzi.

a także restrykcje przyjazdowe wobec obywateli państw byłego Związku Radzieckiego spowodują zapewne zahamowanie turystyki handlowo-zakupowej.

Proces ilościowych przekształceń w strukturze podmiotów świadczących usługi turystyczne zaczął się za sprawą ustawy o działalności z 23 grudnia 1988 oraz ustawy o prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych z 13 lipca 1990 roku. Zasadę przekształceń jakościowych podaje uchwalona w dniu 29 sierpnia 1997 roku ustawa o usługach turystycznych. Akt ten wyraźnie precyzuje pojęcia związane ze świadczeniem usług turystycznych, określa koncesjonowane formy organizacji wypoczynku, a także stanowi podstawę podziału usług hotelarskich oraz ich kategoryzacji. Ustawa ta wywołała wiele kontrowersji, zwłaszcza w odniesieniu do opodatkowania i koncesjonowania przedsiębiorstw polskich i zagranicznych, a także kategoryzacji hoteli.

Spadek liczby miejsc noclegowych zaczął się już na początku lat osiemdziesiątych (907 tys. miejsc noclegowych w roku 1980, a 828 tys. w 1989) i osiągnął najniższy poziom w roku 1994 (696 tys.). Od roku 1995 zwiększa się liczba miejsc noclegowych (758 tys. w roku 1997), zmienia się także ich struktura. Coraz większym odsetkiem miejsc noclegowych dysponują hotele, a największym przyrostem legitymują się pensjonaty i motele. Maleje natomiast udział ośrodków wczasowych, pokoi gościnnych, domów wycieczkowych. Świadczy to o zmianach formy świadczenia usług, któremu towarzyszy wzrost poziomu jakości ich świadczenia. Najwyższym stopniem wykorzystania miejsc noclegowych szczyciły się ośrodki kolonijne (65,4% w 1997 roku) i wczasowe (53,8%).

Szacuje się, że w Polsce działa około 2,4–3 tysięcy biur podróży i pośredników. Są to na ogół niewielkie firmy zatrudniające do pięciu pracowników, niedokapitalizowane, charakteryzujące się brakiem specjalizacji. Słabości te sprawiają, że poza kilkoma dużymi przedsiębiorstwami (m.in. Orbis, Reinbow Tours) firmy Polskie nie są przygotowane do konkurowania z ofertą firm zachodnich, zwłaszcza niemieckich i szwedzkich.

Analizując przemiany na polskim rynku turystycznym, należy wspomnieć również o działaniach rządu zmierzających do rozwoju tej branży gospodarki. Widoczny jest bowiem wzrost znaczenia roli turystyki w gospodarce, przede wszystkim jako znaczącego źródła dochodu w wymianie z zagranicą i istotnego czynnika aktywizacji społecznej regionów. Rada Ministrów w 1994 roku podjęła uchwałę o rozwoju gospodarki turystycznej, która stworzyła podstawy do określenia strategii rozwoju turystyki. W roku 1995 zakończono realizację programu TURIN I finansowanego przez fundusz PHARE. Powołana przez Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki Fundacja Rozwoju Turystyki sporządziła plan rozwoju turystyki i program promocji Polski na rynkach międzynarodowych oraz przeszkolenia pracowników branży turystycznej. Działania w ramach programu TURIN II mają na celu wprowadzenie systemu rezerwacji i dystrybucji usług turystycznych.

Zadania, jakie zostały postawione przed gospodarką turystyczną, zbieżne są ze strategicznymi celami rozwoju całej gospodarki. Złożony rozwój turystyki uwzględnia aspekty społeczne, ekonomiczne i przestrzenne. Przewiduje on z punktu widzenia potrzeb społecznych tworzenie możliwości najlepszych warunków zaspokajania zapotrzebowania na wypoczynek, rekreację i turystykę. W programie Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego przewidziano: rozwijanie turystyki w regionach atrakcyjnych turystycznie i konkurencyjnych dla ofert innych krajów, rozwijanie turystyki wiejskiej, rozwijanie turystyki kwalifikowanej i specjalistycznej, budowę i modernizację infrastruktury turystycznej.

Analiza zmian w branży turystycznej w latach 1989–1998 pozwala na określenie kierunków jego rozwoju w nadchodzącym okresie:

- Wzrost liczby miejsc noclegowych oraz poprawa ich jakości.
- Stopniowe zwiększanie się odsetka osób korzystających z możliwości wypoczynku.
- Wzrost liczby zagranicznych wyjazdów turystycznych.
- Wzrost zapotrzebowania na turystykę kwalifikowaną i specjalistyczną.
- Stabilizację liczby cudzoziemców przyjeżdżających do Polski, a nawet ich spadek.
- Zwiększenie liczby turystów deklarujących cele typowo turystyczne jako przyczynę swych podróży.
- Stabilizacja rynku usług turystycznych, zwłaszcza w odniesieniu do organizatorów wypoczynku oraz pośredników w ramach ustawy o usługach turystycznych.
- Wzrost konkurencyjności na rynku turystycznym spowodowany wzrostem liczby zagranicznych przedsiębiorstw turystycznych na naszym rynku.
- Poprawę stanu infrastruktury turystycznej i związanej z turystyką (gastronomii, dodatkowych usług rekreacyjnych, łączności itp.).