Alicja Krawczykiewicz
Witold Nowak
Hanna Tomaszewska

SKN Ekonomiki Turystyki

PREFERENCJE TURYSTÓW W ZAKRESIE WYPOCZYNKU ZIMOWEGO
(w świetle badań ankietowych)

1. Wprowadzenie

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę diagnozy preferencji i zachowań turystów w zakresie wypoczynku zimowego w obszarach górskich. Zjawisko to staraliśmy się przedstawić na tle pewnych, uważanych powszechnie za istotne, uwarunkowań społeczno-gospodarczych, takich jak: wzrost ogólnego poziomu cen, preferencje rynkowe, spadek dochodów realnych, a także w kontekście determinantów społeczno-demograficznych konsumpcji.

Często jeszcze panuje przekonanie o luksusowym charakterze turystyki, szczególnie zimowej. Popularne jest również domniemanie, iż musi nastąpić rezygnacja z jej realizowania wraz z pogarszaniem się stanu zamożności ludności.

Dlatego celowym staje się rozważanie problemu, czy wykształcająca się, pod wpływem wzorców wypoczynku ludności krajów wyżej rozwiniętych, skłonność ludności polskiej do korzystania z turystyki zimowej nie ulega zahamowaniu w warunkach pogarszającej się sytuacji materialnej ludności. Możemy nawet postawić hipotezę, że skłonność ta rozwija się, na co mają wpływ najwyższe grupy dochodowe i te grupy społeczne, które uznały turystykę zimową za cenniejszy rodzaj konsumpcji od zaspokojenia innych potrzeb (zakup dóbr podstawowych: żywności, odzieży, obuwia).

Uzasadnienie przedstawienia takiej hipotezy wymaga praktycznie interdyscyplinarnych badań, gdyż uwarunkowania konsumpcji turystycznej leżą w sferze ekonomicznej, demograficznej, społecznej, socjologicznej, psychologicznej, politycznej itd. Jednak w opracowaniu tym – ze względu na jego ograniczoną formę – zawężono krąg zmiennych wyjaśniających do niektórych zmiennych ekonomiczno-demograficzno-społecznych.

Aby wyjaśnić problem preferencji turystów w zakresie wypoczynku zimowego i spróbować obronić naszą hipotezę, posłużono się zbadaniem kilku zagadnień, a mianowicie: częstotliwością wyjazdów na wypoczynek zimowy w góry i najczęstszymi ich przyczynami, rezygnacją z określonych wydatków na rzecz turystyki oraz zagadnieniem oszczędniejszego spędzania urlopu w zakresie podstawowych grup wydatków na tle determinant kształtujących te wielkości i je różnicujących.

Badania nad powyższym zagadnieniem prowadzono od 18 do 26 lutego 1984 roku, podczas obozu naukowego Studenckiego Koła Naukowego Ekonomiki Turystyki, w najważniejszych ośrodkach turystycznych Kotliny Kłodzkiej: w Dusznikach-Zdroju, Polanicy, Zieleńcu i Kudowie.

Informacje pozyskiwano poprzez wywiad prowadzony z turystami, przez specjalnie przygotowanych do tego celu studentów – członków Koła. W badaniach zastosowano losowy dobór respondentów, najczęściej w różnych obiektach turystyczno-wypoczynkowych lub przy obiektach sportowych. Przeprowadzono ponad trzysta ankiet, z czego – po weryfikacji – do analizy wybrano 297. Wyniki tych badań przedstawiono w formie analizy opisowej.

2. Charakterystyka źródeł informacji

Wieloprzekrojowa struktura respondentów dostarcza ciekawych wniosków. Wyodrębniono 10 grup społeczno-zawodowych: personel kierowniczo-inżynieryjny, nauczyciele i pracownicy nauki, wolne zawody, urzędnicy, rolnicy, robotnicy, rzemieślnicy. studenci i uczniowie, gospodynie domowe oraz emeryci i renciści. Okazuje się, że w ogólnej liczbie spędzających urlop zimowy dominują trzy grupy: personel kierowniczo-inżynieryjny, studenci i urzędnicy – stanowią około 55%. Z porównania udziału w turystyce zimowej tych trzech grup z przedstawicielami takich jak nauczyciele i pracownicy nauki (8,4%), rzemieślnicy (6,1%), wolne zawody (5,1%) wynika, że ci ostatni uczestniczą w tej formie wypoczynku mniej liczebnie. Najmniej liczebnie uczestniczą grupy gospodyń domowych (2,4%), emerytów i rencistów (5,0%) oraz rolników (5,4%). Ten pozornie logiczny wniosek trzeba jednak skorygować rzeczywistą liczebnością wspomnianych, dominujących trzech grup zawodowych w stosunku do reszty oraz częstotliwością wyjazdów wszystkich grup (porównaj diagram nr 1).

Drugą zmienną objaśniającą uczestnictwo w turystyce zimowej jest miejsce stałego zamieszkania turystów. Ze wsi pochodzi 5,1% ankietowanych, z miast do 10 tys. – 4,4%, z miast 10-50 tys. – 18,5%, z miast 50-200 tys. – 25,6%, miast 200-500 tys. – 11,4%, z miast powyżej 500 tys. – 35%. Analiza wskazuje na tendencję wzrostu aktywności turystycznej turystów z większych ośrodków miejskich. Potwierdzeniem tego jest fakt, iż blisko połowa uczestników wypoczynku zimowego pochodzi z dużych miast – powyżej 200 tys. [1].

Struktura wiekowa respondentów wskazuje na fakt, iż zdecydowaną większość turystów stanowią ludzie młodzi. Grupa wiekowa od 18 do 24 lat stanowi 26,3% ogółu, grupa od 25 do 29 lat – 16,5%, grupa od 30 do 34 lat – 12,5%, grupa od 34 do 39 lat – 10,4% i dalej wraz ze wzrostem wieku poszczególnych grup maleje ich udział w wypoczynku zimowym.

---

[1] Udział ludności miast powyżej 200 tys. stanowi ok. 22% ogółu.

Pewnym uzupełnieniem struktury wiekowej jest struktura liczebności rodziny badanych turystów. Okazuje się bowiem, że dominują rodziny 3-osobowe (33,3%) i 4-osobowe (32,7%) oraz rodziny 2-osobowe (16,2%). Zastanawia stosunkowo mały udział osób samotnych (6,7%), które zdawałoby się powinny wykazywać szczególną skłonność do korzystania z turystyki. Turystów z rodzin 5-osobowych było 6,4%, 6-osobowych – 3,4% i 7 powyżej 7-osobowych – 1,3%. Rodziny 2-osobowe, to w 98% małżeństwa studenckie.

Niezmiernie ciekawych wniosków dostarcza analiza struktury respondentów w podziale na grupy dochodowe. Bezwzględna liczba turystów rośnie wraz ze wzrostem dochodu do ogólnej, średniej wielkości od 6 do 8 tys. zł na 1 osobę, po czym maleje, przede wszystkim dlatego, że bezwzględnie maleje liczba wysokozarabiających. Ilość ta nie wpływa jednak na częstotliwość wyjazdów grup dochodowych, ani na preferencje z dochodem związane. Uczestnictwo w turystyce zimowej realizują turyści o dochodach nie mniejszych niż 4 tys. zł na 1 osobę, ale ponad 1 /3 cechuje się dochodami bardzo wysokimi – powyżej 10 tys. zł na 1 osobę, przedział 4 do 6 tys. – 16,8%, przedział 6 do 8 tys. – 22,9%, przedział 8 do 10 tys. – 19,6%, przedział 10 do 12 tys. – 7,4%, przedział 15 do 20 tys. – 9,4% i powyżej 20 tys. – 6,7%.

Okazuje się, że – choć dochód jest determinantą bardzo ważną – wykazuje dużą rozpiętość i nie jest czynnikiem tak zdecydowanie preferencyjnym, jak np. liczebność rodziny.

Struktura regionalna turystów przebywających zimą w Kotlinie Kłodzkiej pokazuje, iż ten atrakcyjny turystycznie region stał się miejscem wypoczynku mieszkańców w większości kilku określonych województw. Dominują zatem województwa: wrocławskie i poznańskie (razem około 60%) oraz opolskie i katowickie (razem około 20%). Pozostałą część turystów stanowią mieszkańcy przede wszystkim Polski Zachodniej.

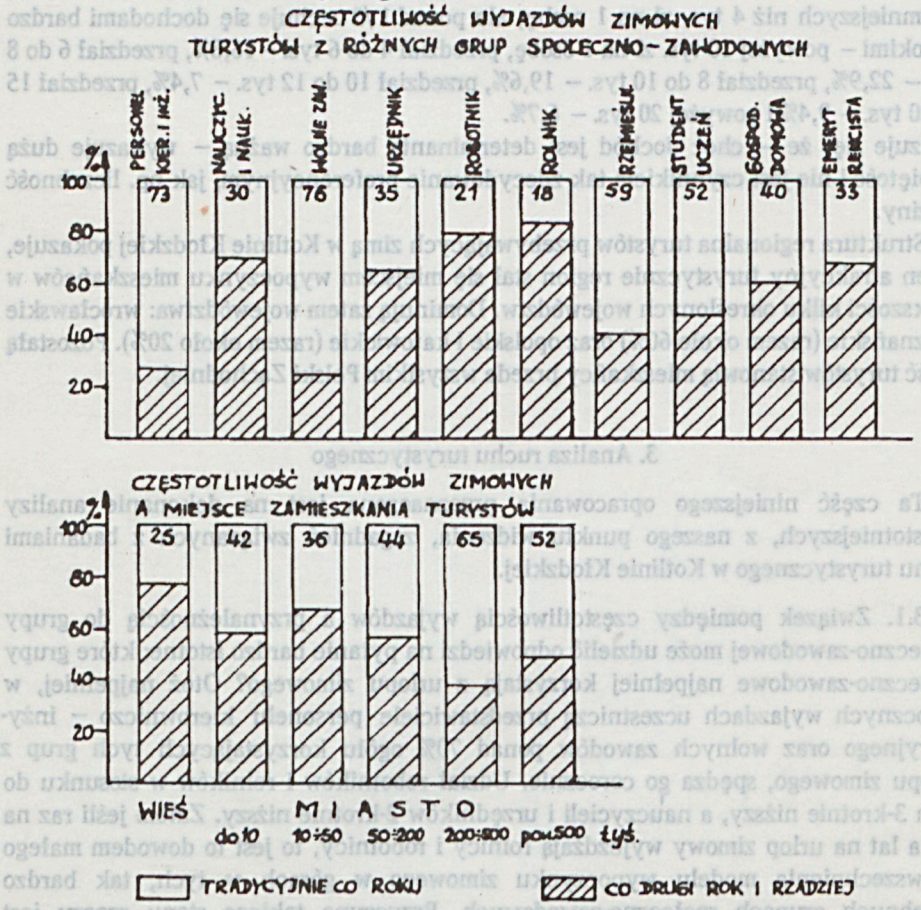
3. Analiza ruchu turystycznego

Ta część niniejszego opracowania przeznaczona jest na dokonanie analizy najistotniejszych, z naszego punktu widzenia, zagadnień związanych z badaniami ruchu turystycznego w Kotlinie Kłodzkiej.

3.1. Związek pomiędzy częstotliwością wyjazdów a przynależnością do grupy społeczno-zawodowej może udzielić odpowiedzi na pytanie bardzo istotne: które grupy społeczno-zawodowe najpełniej korzystają z urlopu zimowego? Otóż najpełniej, w corocznych wyjazdach uczestniczą przedstawiciele personelu kierowniczo – inżynieryjnego oraz wolnych zawodów ponad 70% ogółu korzystających tych grup z urlopu zimowego, spędza go corocznie. Udział robotników i rolników w stosunku do nich 3-krotnie niższy, a nauczycieli i urzędników 2-krotnie niższy. Zatem jeśli raz na kilka lat na urlop zimowy wyjeżdżają rolnicy i robotnicy, to jest to dowodem małego upowszechnienia modelu wypoczynku zimowego w górach w tych, tak bardzo liczebnych grupach społeczno-zawodowych. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest przede wszystkim brak tradycji spędzania urlopu zimą, przy zdecydowanej dominacji wypoczynku latem, a także bieżąca, kłopotliwa sytuacja.

Uzupełnieniem tego obrazu jest zbadana zależność między częstotliwością wyjazdów a wielkością miejsca zamieszkania. Stosunek wyjazdów tradycyjnych „co roku" do pozostałych jest w dużym stopniu odzwierciedleniem ogólnego, bezwzględnego

udziału turystów z pogrupowanych odpowiednio – pod względem liczebności – miast. Wzrasta on wraz ze wzrostem liczebności miejsca zamieszkania i większość ankietowanych, pochodzących z dużych miast wyjeżdża corocznie. Największą częstotliwością wyjazdów charakteryzuje się ludność miast, liczących ponad 200 tys. mieszkańców, zaś najmniejszą ludność wiejska wyjeżdżając ponad 2-krotnie rzadziej od grupy poprzedniej. Zaledwie 25% z niewielkiej ogólnie liczby wczasowiczów zamieszkałych na wsi – stanowiących około 5% ogółu ankietowanych – wyjeżdża corocznie. Wydaje się, że warunki i obowiązki życia codziennego nie pozwalają mieszkańcom wsi na pełniejsze korzystanie z zimowego wypoczynku, choć zima jest dla nich jeszcze najbardziej dogodną porą roku do wypoczynku. Jest to następstwem braków , tradycji realizowania wypoczynku poza miejscem zamieszkania.
Powyższe rozważania ilustruje diagram nr 1.



3.2. Szybki ogólny wzrost cen z jednej strony, a chęć wyjazdu poparta tradycjami z drugiej, zmusza niejednokrotnie turystów do rezygnacji z określonych wydatków na rzecz wyjazdu w góry. Chcemy teraz zanalizować zjawisko rezygnacji z pewnych wydatków w zależności od przynależności do grupy społeczno-zawodowej i od wielkości dochodu. Przyjęte grupy wydatków mają jedynie charakter reprezentacyjny

i służą zobrazowaniu skali problemu. Są to więc wydatki na: odzież i obuwie, zakup dodatkowej żywności, odnowienie mieszkania, zakup mebli oraz zakup zmechanizowanego sprzętu gospodarstwa domowego.

Rezygnacja z wydatków na odzież i obuwie w najmniejszym stopniu dotyczy rzemieślników (np. 5-krotnie mniej niż urzędników, czy 8-krotnie mniej niż emerytów i rencistów) oraz personelu kierowniczo-inżynieryjnego (analogicznie mniej 3 i 4-krotnie). Najczęściej z tego typu wydatków rezygnują emeryci i renciści, gospodynie domowe oraz urzędnicy i studenci.

Z zakupu dodatkowej żywności najczęściej rezygnują emeryci i renciści (ponad 6-krotnie częściej niż np. urzędnicy) oraz nauczyciele i pracownicy nauki (3-krotnie częściej niż np. gospodynie domowe). Pozostałe grupy w małym stopniu – zbliżonym do siebie – rezygnują z takich zakupów.

Z odnowienia mieszkania rezygnują najczęściej: personel kierowniczo-inżynieryjny, urzędnicy i gospodynie domowe, najrzadziej:studenci i rzemieślnicy. Studenci bowiem najczęściej mieszkają albo u rodziców, albo w akademikach i nie troszczą się o mieszkanie, rzemieślnicy zaś mają mieszkania z reguły praktycznie urządzone i na bieżąco odnawiane.

Rezygnacja z wydatków na zakup zmechanizowanego sprzętu gospodarstwa domowego w największym stopniu dotyczy robotników (np. 8-krotnie częściej niż urzędników) oraz personelu kierowniczo-inżynieryjnego i wolnych zawodów. Nie dotyczy natomiast rolników, gospodyń domowych oraz emerytów i rencistów.

Reasumując, najczęściej rezygnacja z zakupu określonych dóbr, aby spędzić urlop w górach dotyczy robotników, emerytów i rencistów, nauczycieli i pracowników nauki, personel kierowniczo-inżynieryjny oraz wolne zawody, w stopniu przeciętnym – rzemieślników, studentów oraz gospodyń domowych, w najmniejszym – urzędników i rolników.

Zaprezentowana tendencja wskazuje na zbliżoną reakcję bardzo różnych jakościowo grup społeczno-zawodowych. Tę, być może pozorną zbieżność wywołuje dosyć szeroko ujęta grupa artykułów „zmechanizowanego sprzętu domowego", która przecież ujmuje zarówno podstawowy sprzęt zmechanizowany, jak: mechaniczna pralka, telewizor czarno-biały, lodówka, monofoniczny sprzęt radiowo-muzyczny, jak również wyższego standardu i jakości sprzęt domowy, jak np.: pralka automatyczna, telewizor kolorowy, zamrażarka, sprzęt stereo itp. Domniemywać można, iż rezygnacja z wydatków na sprzęt domowy w grupie „robotnicy" odnosi się do sprzętu podstawowego, natomiast podobna relacja w grupach: kierowników, rzemieślników i wolnych zawodów dotyczy raczej sprzętu wyższej jakości.

A jak przedstawia się problem rezygnacji z wydatków na rzecz wypoczynku w przekroju grup dochodowych?

Grupy o dochodach od 2 do 4 tys. na 1 osobę po to, by wyjechać na zimowy urlop rezygnują niemal z większości wydatków, najwięcej zaś z obuwia i odzieży, dodatkowej żywności oraz zmechanizowanego sprzętu domowego.

Grupa dochodowa 6-8 tys. rezygnuje jedynie z zakupu obuwia i odzieży, grupa 8-10 tys., jeżeli rezygnuje, to z umeblowania i odnowienia mieszkania, podobnie jak grupa 10-15 tys. lecz w stopniu znacznie mniejszym. Przypuszczać można, iż owa rezygnacja oznacza rezygnację z zakupu mebli wysokiej jakości (np. drogich segmentów lub też,

jeśli chodzi o odnowienie mieszkania, np. zakupu nowych tapet, wymiany parkietu itp.). Ogólnie grupy o dochodzie powyżej 10 tys., za wyjątkiem wyżej wymienionych, nie rezygnują z tych podstawowych wydatków, by pojechać na urlop. Przy ogólnym wzroście cen świadczy to o zdecydowanych preferencjach wyższych grup dochodowych odnośnie pełnego korzystania z turystyki. Niższe grupy dochodowe muszą ponosić konsekwencje ogólnego wzrostu cen dla zachowania wykształconego modelu wypoczynku w postaci rezygnacji – przynajmniej na pewien czas – z zakupu najczęściej obuwia i odzieży, dodatkowej żywności czy zmechanizowanego sprzętu domowego.

3.3. Obok preferencji w zakresie częstotliwości wyjazdów oraz rezygnacji z pewnych wydatków na rzecz wyjazdu, ważnym wydaje się być zjawisko oszczędniejszego spędzania urlopu, jako dopełnienie preferencji w pełnym korzystaniu z turystyki. W badaniach naszych oszczędność w spędzaniu urlopu usystematyzowano w sposób umowny do grup wydatków: w zakresie zakwaterowania, na żywność, w korzystaniu z usług rekreacyjno-sportowych i wydatków na sprzęt sportowo-turystyczny oraz w korzystaniu z usług gastronomicznych. Problem ten przedstawiono w kontekście wielkości miejsca zamieszkania turysty oraz grup dochodowych.

W zakresie zakwaterowania najoszczędniejszy sposób spędzania urlopu reprezentują mieszkańcy miast 10-50 tys., natomiast w najmniejszym stopniu – miast ponad półmilionowych.

Wydatki na żywność są najoszczędniejsze wśród mieszkańców miast do 50 tys., natomiast na turystów pochodzących ze wsi oraz miast 50-200 tys. wzrost cen artykułów żywnościowych wywarł bardzo niewielki wpływ na podjęcie decyzji o wyjeździe zimowym.

Ważnym bodźcem do spędzania urlopu zimą jest możliwość uprawiania sportów zimowych. Wraz z ogólnym wzrostem cen, podrożały usługi rekreacyjno-sportowe i fakt ten wywołał określone postawy turystów wobec korzystania z nich. Rezygnują z nich w największym stopniu turyści pochodzący ze wsi i miast do 50 tys., w najmniejszym stopniu lub w ogóle turyści z miast powyżej 200 tys. Może to być potwierdzeniem wzrostu zainteresowania sportami zimowymi ludzi z dużych miast, które stają się coraz bardziej popularne i są częstym antidotum na zmęczenie wykonywaną pracą i tempem wielkomiejskiego życia.

Natomiast wśród mieszkańców wsi i małych miast model spędzania urlopu, preferujący sporty zimowe dopiero zaczyna się powoli zarysowywać. Przynajmniej częściowym potwierdzeniem tego jest największa rezygnacja z wydatków na sprzęt sportowo-turystyczny szczególnie mieszkańców miast do 10 tys., a także od 10 do 50 tys. Ci jednak turyści, którzy jadą na urlop, by spędzić go na nartach, tzn. mieszkańcy dużych i wielkich miast nie mogą – rzecz jasna – oszczędzać na zakupie sprzętu sportowo-turystycznego, mimo iż taki najczęściej posiadają, a tym bardziej na korzystaniu z usług rekreacyjno-sportowych.

Odnośnie usług gastronomiczno-rozrywkowych zmiany cen wywołały znaczący wpływ na obniżenie wydatków na te usługi wśród mieszkańców miast do 50 tys. oraz w niewielkim (ale jednak) stopniu pozostałych miast. Natomiast wczasowicze pochodzący ze wsi nie szczędzą specjalnie wydatków na tego typu usługi, co jest w pewnym sensie

konsekwencją braku zainteresowania sportami zimowymi oraz istniejącym modelem spędzania urlopu. Model ten hołduje bardziej niskim wartościom, niż racjonalnej, współczesnej koncepcji rekreacji. Jest to także odzwierciedleniem różnicy potrzeb urlopowych, które w istotny sposób zależą od wielkości miejsca zamieszkania.

Uzupełnieniem tego zjawiska oszczędniejszego spędzania urlopu jest jego analiza w kontekście grup dochodowych.

Grupy do 8 tys. we wszystkich rodzajach wydatków spędzają urlop oszczędniej. Grupa od 8 do 10 tys. została zmuszona do oszczędniejszego spędzania urlopu w zakresie zakwaterowania i zakupu sprzętu sportowo-turystycznego, grupa 10-12 tys. – w zakresie wyżywienia i usług gastronomiczno-rozrywkowych. Grupy o najniższych dochodach oszczędzają przede wszystkim na usługach gastronomiczno-rozrywkowych, sportowo-rekreacyjnych oraz zakupie sprzętu sportowo-turystycznego. Ponieważ z reguły turyści tych grup dochodowych są kwaterowani w obiektach o najniższych standardach, muszą ponosić choćby te najniższe koszty zakwaterowania i wyżywienia, czyli nie mogą rezygnować z minimum bytowego. Grupy o dochodzie powyżej 12 tys. na 1 osobę nie spędzają urlopu oszczędniej w żadnym zakresie, a wręcz wykazują tendencję do przeznaczania coraz większych części dochodów na wypoczynek. Dowodzi to głównie tego, że dochód jest bardzo czułym miernikiem wszelkich, niekorzystnych zmian dla ogółu konsumentów oraz potwierdza preferencję grup wysoko dochodowych wobec możliwości pełnego korzystania z turystyki.

4. Wnioski

1. Wśród wszystkich rozpatrywanych determinant określających zachowania i preferencje turystów. najsilniejszym oddziaływaniem charakteryzuje się dochód. Wraz ze wzrostem jego poziomu wyraźnie i względnie proporcjonalnie rośnie częstotliwość wyjazdów zimowych, maleje potrzeba rezygnacji z innych zakupów powodowana takimi wyjazdami.Zauważa się także, że wyjazdy wyższych grup dochodowych w warunkach kryzysu ekonomicznego nie wymagają oszczędniejszej konsumpcji w miejscu wypoczynku.

2. Dochód jako podstawowy czynnik określający charakter konsumpcji nie może być rozpatrywany w oderwaniu od innych determinant, poprzez które także pośrednio wywiera swoje piętno; gdy bowiem weźmiemy pod uwagę grupy społeczno-zawodowe, takie jak rzemieślnicy, personel kierowniczo-inżynieryjny, wolne zawody, to zauważymy w ich zachowaniu podobne tendencje, jak wśród najzamożniejszych konsumentów. Na wzorce konsumpcyjne różnych grup społeczno-zawodowych składają się jednak nie tylko uwarunkowania dochodowe, ale także właściwe dla każdej z tych grup: styl życia, hierarchie wartości i związana z tym bardzo często różna hierarchia potrzeb, prestiż społeczny, czy potrzeba „demonstracji". Wpływ tych wszystkich zmiennych uwidacznia się nie tylko w odniesieniu do przyczyn i częstotliwości wyjazdów zimowych, ale także w zakresie stopnia rezygnacji z potrzeb alternatywnych (wyjazd a odzież i obuwie, wyjazd a żywność, wyjazd a mieszkanie).

3. Niezmiernie ciekawym, wartym powtórzenia jest wniosek, że rezygnacja grup o wyższym prestiżu społecznym dotyczy przede wszystkim dóbr wyższego rzędu i wyższej jakości. Natomiast pozostałe grupy społeczno-zawodowe (robotnik, urzędnik,

emeryt, rencista, gospodyni domowa), decydując się na wyjazd rezygnują z zakupu dóbr o podstawowym standardzie. Odrębnego potraktowania wymaga autonomicznie zachowująca się grupa uczniowie-studenci, którzy mimo nie najwyższego poziomu dochodów i nikłego stanu posiadania nie traktują wyjazdów zimowych jako alternatywnej konsumpcji wobec zaspokojenia innych potrzeb, lecz jako jedną z najniezbędniejszych potrzeb (obok zakupu obuwia i odzieży).

Biorąc zatem pod uwagę wpływ dochodu grupy społeczno-zawodowej, a także uzupełniając to spojrzenie o wiek, wyraźnie sprawdza się hipoteza N. Friedmana o konsumpcji zależnej od cyklu życia konsumenta.

4. Ciekawym uzupełnieniem badanych zależności było uwzględnienie zamieszkania turystów w podziale na wieś i miasta różnej wielkości. Nie można bowiem nie zauważyć typowych dla środowiska wielkomiejskiego wzorców wypoczynku zimowego tak bardzo różnych od preferencji ludności wsi i małych miasteczek, która nie odczuwa potrzeby wypoczynku zimowego i często nie ma jej świadomości.
Wyniki badań pozwalają stwierdzić, że ludność miast średniej wielkości (50 do 200 tys.) zaczyna naśladować zachowania turystyczne środowisk wielkomiejskich.

Zakończenie

Przedstawione zależności dają obraz wpływu różnych czynników ekonomiczno-demograficzno-społecznych na zachowanie turystów, spędzających urlop zimowy. Badania takie winny być prowadzone z punktu widzenia użyteczności tych informacji dla opinii rynku turystycznego:
a) szczególnie biur (podróży) turystycznych, organizujących wczasy zimowe;
b) władz regionu, patronujących funkcjonowaniu infrastruktury turystycznej.
Gwarantowałoby to lepsze rozpoznanie potrzeb i rozczłonkowanie (podzielenie) odbiorców na pewne antagonistyczne grupy z punktu widzenia preferencji, popartych dochodami itp., dla których adresowana oferta byłaby trafna. Zaznaczyć należy, że w naszych badaniach uwzględnialiśmy wiele interesujących problemów obecnego ruchu turystycznego, których jednak ze względu na ich obszerność nie byliśmy w stanie ująć w niniejszym opracowaniu. Prowadzenie ich jednak może dostarczyć bardzo ciekawych informacji w zakresie potrzeb poszczególnych grup turystów, a to byłoby pierwszym krokiem do zwiększenia istniejących, jak i przyszłych ofert turystycznych, a tym samym do zwiększania efektywności gospodarki turystycznej, któremu to celowi, między innymi, takie badania, jak nasze powinny służyć.