

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**304**

# **Gospodarka turystyczna w regionie**

**Rynek turystyczny – współczesne trendy,  
problemy i perspektywy jego rozwoju**

Redaktor naukowy

**Andrzej Rapacz**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek  
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz  
Korektor: Barbara Cibis  
Łamanie: Beata Mazur  
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



**DOLNY  
ŚLĄSK**

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:  
[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),  
The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),  
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon  
[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się  
na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie  
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**  
**ISBN 978-83-7695-366-3**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska</b> , Indywidualne <i>city break</i> jako reprezentacyjny trend turystyki europejskiej w XXI wieku.....	11
<b>Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska</b> , Rynek prywatnych apartamentów jako uzupełnienie oferty hotelarskiej w Poznaniu.....	19
<b>Agata Balińska</b> , Konkurencyjność Polski Wschodniej jako destynacji turystycznej w ocenie słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku SGGW.....	29
<b>Katarzyna Bieluszko</b> , Oczekiwania klientów hotelowych dotyczące cen w Internecie a działania hoteli na rynku elektronicznej dystrybucji.....	40
<b>Krzysztof Celuch</b> , Rola jednostek Convention Bureau w marketingu regionów turystycznych w Polsce.....	50
<b>Ewa Dziedzic</b> , Polityka kulturalna władz miejskich a rozwój turystyki.....	60
<b>Piotr Gryszel</b> , Wielokulturowość Dolnego Śląska jako produkt edukacyjnej turystyki kulturowej.....	69
<b>Mikołaj Jalinik</b> , Perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej.....	78
<b>Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka</b> , Rola turystyki społecznej w równoważeniu konsumpcji turystycznej.....	90
<b>Mirosław Januszewski</b> , Zróżnicowanie aktywności turystycznej młodzieży uczącej się w powiecie wałbrzyskim.....	103
<b>Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak</b> , Lokalne grupy działania jako przykład współpracy sieciowej sprzyjającej tworzeniu produktu turystycznego.....	114
<b>Zygmunt Kruczek</b> , Znaczenie szlaków kulturowych dla rozwoju turystyki edukacyjnej.....	124
<b>Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk</b> , Strategia <i>hands-on activity</i> w turystyce wiejskiej i jej wykorzystanie w tworzeniu edukacyjnych produktów turystycznych.....	134
<b>Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski</b> , Apiturystyka jako forma turystyki edukacyjnej.....	144
<b>Janusz Majewski, Marcin Idzik</b> , Regionalne zróżnicowanie aktywności turystycznej Polaków.....	153
<b>Andrej Malachovský, Simona Murínová</b> , Cestovný ruch na Slovensku v kontexte vývoja v Európe.....	163
<b>Barbara Marciszewska</b> , Turystyka edukacyjna – kontekst społeczny i ekonomiczny.....	174

<b>Mirosław Marczak</b> , Branding w turystyce – przykłady wykorzystania przez narodowe organizacje turystyczne w wybranych krajach .....	182
<b>Izabela Michalska-Dudek</b> , Pojęcie, rodzaje i motywy lojalności klientów przedsiębiorstw turystycznych .....	191
<b>Agnieszka Niezgoda</b> , Prosument na rynku turystycznym – próba zdefiniowania .....	203
<b>Stefan Nowak</b> , Struktura finansowania działalności lokalnych organizacji turystycznych .....	211
<b>Katarzyna Orfin</b> , Rola platform internetowych w działaniach promocyjnych jednostek terytorialnych w zakresie turystyki .....	220
<b>Eugenia Panfiluk</b> , Analiza ekonomicznych wyników działalności inwestycyjnej w sektorze turystycznym. Studium przypadku województwa podlaskiego .....	230
<b>Renata Przeorek-Smyka</b> , Determinanty prawne zrównoważonego rozwoju turystyki w Unii Europejskiej i w Polsce. Wybrane problemy .....	241
<b>Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski</b> , Wpływ migracji osób starszych na rynek pracy w obszarach atrakcyjnych turystycznie w Polsce.....	253
<b>Andrzej Rapacz</b> , Możliwości finansowania rozwoju turystyki społecznej w Polsce.....	264
<b>Kristina Šambronská, Daniela Matušiková, Anna Šenková</b> , Measuring service quality of hotel establishments on the base of GAP model with emphasis of dimension of service reliability .....	274
<b>Renata Seweryn, Agata Niemczyk</b> , Targi jako platforma bezpośredniej komunikacji branżowej (w świetle opinii zwiedzających Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro 2012).....	283
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska</b> , Popyt na rynku turystyki wiejskiej w Polsce w świetle badań empirycznych .....	291
<b>Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska</b> , Specyfika turystyki edukacyjnej na obszarach chronionych. Studium przypadku polskich parków narodowych .....	304
<b>Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca</b> , Analiza ofert polskich touroperatorów na sezon 2012/2013 na podstawie turystyki wyjazdowej do Tunezji – jednego z najpopularniejszych kierunków wakacyjnych.....	314
<b>Adam R. Szromek</b> , Wskaźniki funkcji turystycznej i ich współzależność z innymi wskaźnikami ekonomicznymi na przykładzie polskiej gospodarki w latach 2000-2010 .....	325
<b>Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik</b> , Motywy uprawiania turystyki aktywnej przez studentów .....	339
<b>Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska</b> , Ocena postaw społeczności lokalnej do rozwoju turystyki na przykładzie zwierzyńca .....	347
<b>Piotr Zawadzki</b> , <i>City placement</i> jako element promocji produktu turystycznego miast .....	358

<b>Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Atrakcyjność turystyczna Buska-Zdroju w opinii jego mieszkańców.....</b>	<b>368</b>
<b>Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Poniemie jako przykład przestrzeni o szerokich możliwościach rozwoju turystyki edukacyjnej.....</b>	<b>379</b>

## Summaries

<b>Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska, Individual city break as a representative trend in the XXI<sup>st</sup> century European tourism.</b>	<b>18</b>
<b>Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska, Private apartments as a complement for hotels. Case study of Poznań accommodation market.....</b>	<b>28</b>
<b>Agata Balińska, Competitiveness of eastern Poland as a tourist destination in the opinion of students of the University of the Third Age of Warsaw University of Life Sciences .....</b>	<b>39</b>
<b>Katarzyna Bieluszko, Customer expectations for online hotel prices and hotels activities on the e-market.....</b>	<b>49</b>
<b>Krzysztof Celuch, The role of Convention Bureaux in tourism regions marketing in Poland.....</b>	<b>59</b>
<b>Ewa Dziezic, Cultural policy of city governments vs. tourism development</b>	<b>68</b>
<b>Piotr Gryszel, Multiculturalism of Lower Silesia as a product of educational cultural tourism .....</b>	<b>77</b>
<b>Mikołaj Jalinik, Functioning and development prospects of agritourism farms in Białowieża municipality.....</b>	<b>89</b>
<b>Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka, The role of social tourism in balancing tourism consumption .....</b>	<b>102</b>
<b>Mirosław Januszewski, Tourism activities diversification of the learning youth in Wałbrzyski district .....</b>	<b>113</b>
<b>Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak, Local Action Groups as an example of cooperation network favorable in creating a tourism product....</b>	<b>123</b>
<b>Zygmunt Kruczek, The importance of cultural routes for the development of educational tourism.....</b>	<b>133</b>
<b>Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk, The strategy of hands-on activity in rural tourism and its use in creating tourism educational products.....</b>	<b>143</b>
<b>Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski, Apitourism as a form of educational tourism.....</b>	<b>152</b>
<b>Janusz Majewski, Marcin Idzik, Regional differentiation of tourism activity of Poles.....</b>	<b>162</b>
<b>Andrej Malachovský, Simona Murínová, Tourism in Slovakia in the context of development in Europe .....</b>	<b>173</b>

<b>Barbara Marciszewska</b> , Educational tourism: social and economic context	181
<b>Mirosław Marczak</b> , Branding in tourism: examples of its use by National Tourism Organizations (NTO) in selected states .....	190
<b>Izabela Michalska-Dudek</b> , Notion, types and motives of loyalty of tourist enterprises clients .....	202
<b>Agnieszka Niezgoda</b> , Prosumer on the tourist market – attempt to define .....	210
<b>Stefan Nowak</b> , Financial structure of Local Tourist Organizations .....	219
<b>Katarzyna Orfin</b> , Role of internet platforms in promotion activities of territorial units in the area of tourism.....	229
<b>Eugenia Panfiluk</b> , The analysis of economic results of investment activity in tourist sector. Case study of Podlasie Voivodeship .....	240
<b>Renata Przeorek-Smyka</b> , Law determinants of sustainable tourism development in the UE and Poland. Selected problems .....	252
<b>Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski</b> , Retirees and their influence on the labour market in tourists areas in Poland .....	263
<b>Andrzej Rapacz</b> , Possibilities for financing the development of social tourism in Poland.....	273
<b>Kristína Šambronská, Daniela Matušíková, Anna Šenková</b> , Pomiar jakości obsługi hoteli na podstawie modelu GAP z podkreśleniem wymiaru niezawodności usług.....	282
<b>Renata Seweryn, Agata Niemczyk</b> , Fairs as a platform of the trade direct communication (on the basis of the opinions of visitors of International Food Service Trade Fair EuroGastro 2012) .....	290
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska</b> , Demand on the market of rural tourism in Poland in the light of empirical studies .....	302
<b>Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska</b> , Specifics of educational tourism in protected areas. Case study of Polish national parks .....	313
<b>Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca</b> , The analysis of Polish tour operators’ offers for the season 2012/2013 on the basis of an outbound tourism to Tunisia – one of the most popular holiday destinations. ....	324
<b>Adam R. Szromek</b> , Indicators of tourist function and their correlation with other economic indicators on the example of Polish economy in 2000-2010..	338
<b>Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik</b> , Students’ motivations for participation in active sport tourism .....	346
<b>Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska</b> , Evaluation of residents’ attitudes to tourism development on the example of Zwierzyniec ..	357
<b>Piotr Zawadzki</b> , City placement as an element of town tourism product promotion .....	367
<b>Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński</b> , Tourist attractiveness of Busko-Zdrój in the opinion of its inhabitants .....	378
<b>Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński</b> , Ponidzie as an example of the area with the wide range of development opportunities in terms of educational tourism.....	388

**Janusz Majewski, Marcin Idzik**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

---

## REGIONALNE ZRÓŻNICOWANIE AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ POLAKÓW

---

**Streszczenie:** Celem pracy było wskazanie zróżnicowania regionalnego aktywności turystycznej Polaków w okresie letnim oraz próba określenia czynników to zróżnicowanie powodujących. Badania przeprowadzono na reprezentatywnej grupie Polaków metodą wywiadu osobistego wspomaganego komputerowo w technice CAPI. Wyodrębniono 7 homogenicznych regionów. W strukturze wyjazdów turystycznych wyjazdy w okresie letnim stanowiły ok. 50% wszystkich wyjazdów w ciągu roku. Najczęściej wyjazdy wakacyjne planowali mieszkańcy regionów silniejszych ekonomicznie (środkowy, południowy i południowo-zachodni), najrzadziej zaś regionu wschodniego. Wskazano zróżnicowanie regionalne aktywności turystycznej Polaków, czego dowodem były różnice między regionami, m.in. w zakresie długości planowanego pobytu wakacyjnego, sposobu organizacji czy kierunku wyjazdu wakacyjnego.

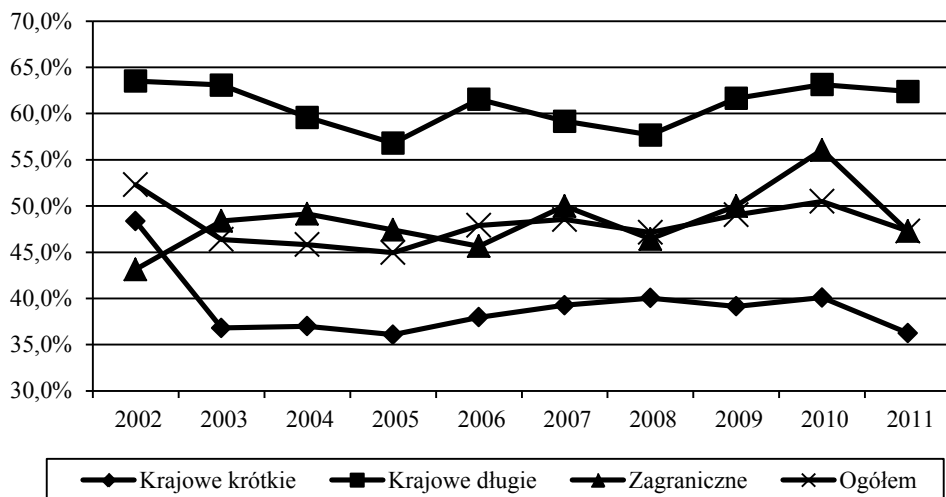
**Słowa kluczowe:** turystyka, Polska, aktywność turystyczna, zróżnicowanie regionalne.

### 1. Wstęp

Aktywność turystyczna jest jednym ze sposobów mierzenia wielkości konsumpcji turystycznej. Wiąże się ona z pojęciem ruchu turystycznego, rozumianego jako czasowe migracje ludności poza miejsce stałego zamieszkania, wynikające z uwarunkowanych społecznie potrzeb, określonych różnego rodzaju motywacjami [Kurek, Mika 2008, s. 13]. Ruch turystyczny stanowi jeden z mierników efektywnego popytu turystycznego. Jego podmiotem są osoby, które tymczasowo i dobrowolnie opuszczają swoje codzienne otoczenie [Niezgoda, Zmyślony 2006, s. 173]. Mierzenie aktywności turystycznej może być przydatne do określenia poziomu życia, a tym samym wskazywać poziom rozwoju społeczno-gospodarczego kraju czy regionu [Alejski 2007, s. 61]. Stąd badania regionalnego zróżnicowania aktywności turystycznej mogą być pomocne w określaniu różnic w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego regionów.

Turystyka jest zjawiskiem charakteryzującym się sezonowością. Wynika to z wielu czynników. Do najważniejszych można zaliczyć zmiany pór roku oraz

możliwości skorzystania z czasu wolnego (np. organizacja roku szkolnego determinuje terminy rodzinnych wyjazdów turystycznych). W okresie letnim liczba wyjazdów turystycznych Polaków jest największa. Według danych Instytutu Turystyki [www.intur.com.pl], w latach 2002-2011 od 45 do ponad 52% wyjazdów turystycznych Polaków odbywało się w okresie od czerwca do września. Spośród trzech wyodrębnionych grup największym udziałem wyjazdów w okresie letnim w wyjazdach w ciągu roku charakteryzowały się krajowe wyjazdy długookresowe (na 5 i więcej dni). W okresie letnim w badanym okresie odbywało się między 57 a 64% wyjazdów tego typu w roku. W przypadku podróży zagranicznych Polaków udział wyjazdów w tym okresie wahał się między 43 a 56%. Najmniejszy udział odnotowano w wyjazdach krajowych krótkookresowych (od 2 do 4 dni). Podróże w okresie letnim stanowiły przeciętnie niespełna 40% wyjazdów w ciągu roku (rys. 1).



Rys. 1. Udział wyjazdów turystycznych w okresie letnim w wyjazdach turystycznych Polaków

Źródło: obliczenia własne na podstawie [Uczestnictwo w turystyce...].

Najważniejszym okresem wyjazdów turystycznych w Polsce jest lato. Celem pracy jest określenie zróżnicowania regionalnego aktywności turystycznej Polaków w okresie letnim w zależności od regionu, z którego pochodzi turysta. Podjęto także próbę wskazania przyczyn tego zróżnicowania.

Głównym kryterium wyodrębniania regionów był podział administracyjny kraju, na który zostały nałożone czynniki ekonomiczno-społeczne oraz warunki kulturowe. Na podstawie tych kryteriów wyodrębniono 7 homogenicznych regionów, których umowne nazwy oraz przydział województw przedstawiono w tab. 1.

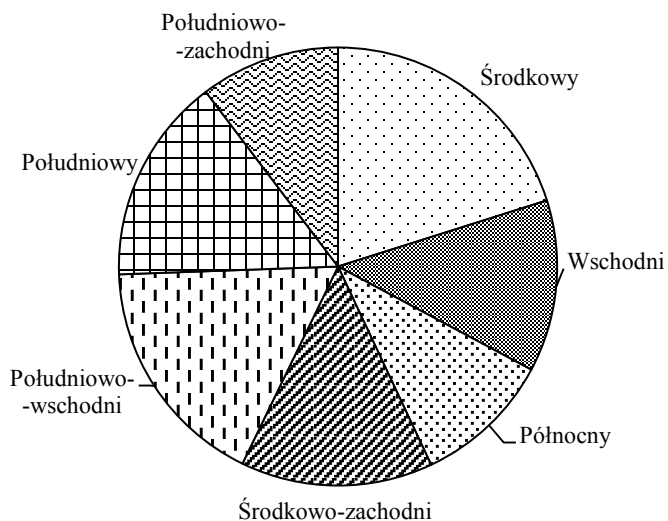


**Tabela 1.** Wyodrębnione regiony oraz województwa wchodzące w ich skład

Nazwa regionu	Symbol nazwy regionu	Województwa wchodzące w skład regionu
Środkowy	Środ	łódzkie, mazowieckie
Wschodni	Wsch	lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie
Północny	Płn	pomorskie, zachodniopomorskie
Środkowo-zachodni	Śr-zach	kujawsko-pomorskie, wielkopolskie
Południowo-wschodni	Płd-wsch	małopolskie, podkarpackie, świętokrzyskie
Południowy	Płd	opolskie, śląskie
Południowo-zachodni	Płd-zach	dolnośląskie, lubuskie

Źródło: opracowanie własne.

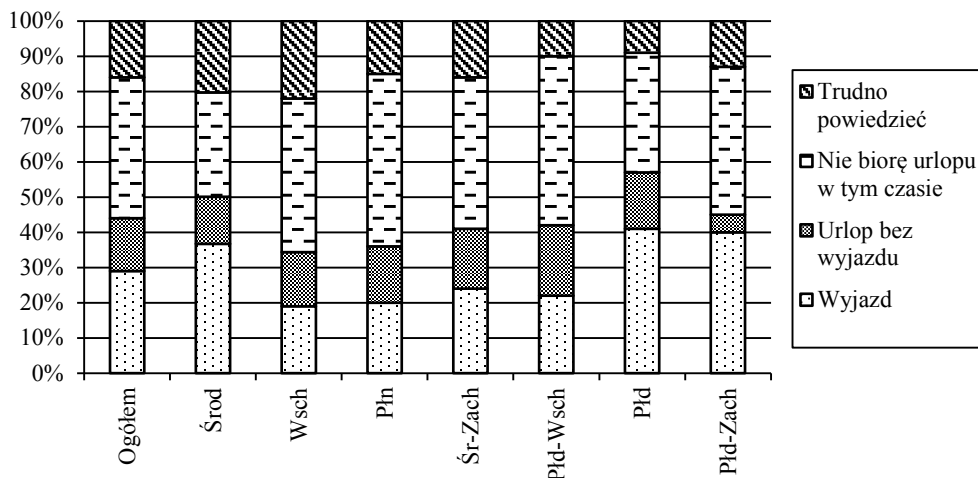
Bazę danych empirycznych stanowiły wyniki badań przeprowadzonych w 2010 r. na reprezentatywnej, liczącej  $N = 1000$ , ogólnopolskiej próbie mieszkańców kraju. Badania przeprowadzono metodą wywiadu osobistego, wspomaganego komputerowo w technice CAPI. Statystyczny błąd pomiaru na próbie  $N = 1000$  wynosi  $\pm 3\%$  (rys. 2).

**Rys. 2.** Struktura badanych według regionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych *Omnibus czerwiec 2010*  $N = 1000$ , Research International Pentor.

## 2. Plany wakacyjne Polaków w okresie letnim – zróźnicowanie regionalne

Mniej niż połowa badanych osób (44%) planowała urlop w okresie letnim. Podobny odsetek stanowiły osoby nieplanujące urlopu w tym czasie, natomiast pozostali nie potrafili określić, czy w okresie letnim skorzystają z urlopu (rys. 3).



Rys. 3. Regionalne zróżnicowanie planów urlopowych Polaków w okresie letnim

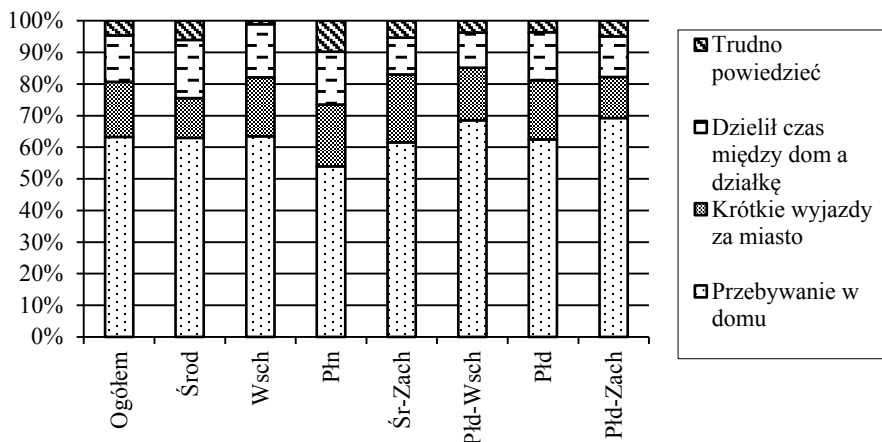
Źródło: jak do rys. 2.

W okresie letnim najczęściej z urlopu korzystali mieszkańcy regionów południowego i środkowego. Wynika to z faktu, że w skład tych regionów wchodzi najbardziej zurbanizowane tereny w Polsce, czyli Śląsk i Warszawa. Także zarobki w tych regionach przewyższają średnią krajową, umożliwiając skorzystanie z oferty turystycznej. Mieszkańcy tych regionów, obok regionu południowo-zachodniego, najczęściej korzystali z wyjazdów turystycznych w okresie letnim (rys. 3).

Najrzadziej decydowali się na urlop w okresie letnim mieszkańcy regionów wschodniego i północnego. Może to wynikać z tego, że w przypadku regionu północnego oraz województwa warmińsko-mazurskiego w regionie wschodnim pracodawcy mogą ograniczać możliwość skorzystania z urlopu ze względu na nasilony ruch turystyczny. W tym okresie obroty działów bezpośrednio lub pośrednio związanych z turystyką zwiększają się, tworzone są też sezonowe miejsca pracy.

Większość osób, które albo nie biorą w wakacje urlopu, albo biorą go, lecz nie decydują się na wyjazd wakacyjny, pozostaje w domu (rys. 4). Dotyczy to wszystkich badanych regionów. Udział osób planujących skorzystanie z krótkich wyjaz-

dów poza miejsce zamieszkania wyniósł 17%, wahając się od 13% w regionach środkowym i południowo-zachodnim do 21% w środkowo-zachodnim. Także kilkanaście procent badanych (17%) planowało dzielić czas między dom a działkę.



**Rys. 4.** Regionalne zróżnicowanie wakacyjnych planów Polaków nie wyjeżdżających na wakacje

Źródło: jak do rys. 2.

Spośród osób, które nie zamierzały wyjechać na wakacje, największy odsetek spędzających czas aktywnie (wyjazdy za miasto lub pobyt na działce) wystąpił w regionach charakteryzujących się najniższym odsetkiem wyjeżdżających na wakacje. Może to wynikać z tego, że osoby te, pracując (np. przy obsłudze turystów), nie mają możliwości skorzystania z urlopu w okresie letnim, a krótkie wyjazdy lub pobyt na działce pozwala im zregenerować siły.

### 3. Regionalne zróżnicowanie wakacyjnych wyjazdów turystycznych Polaków

Wyjazdy wakacyjne planowane były przede wszystkim w lipcu (58%) i dotyczy to wszystkich regionów (tab. 2). Udział osób zamierzających wyjechać na wakacje w sierpniu lub kontynuować je po wyjeździe w poprzednim miesiącu był o ok. 14 pp. niższy niż w lipcu. Około 10% wyjazdów odbywało się we wrześniu, a 6% w czerwcu. Niemal połowę wyjazdów w czerwcu i we wrześniu stanowiły wyjazdy zagraniczne [Idzik, Majewski 2011, s. 709]. Znaczne zróżnicowanie międzyregionalne występuje głównie w wyjazdach planowanych przed i po sezonie. Najczęściej wyjazdy w czerwcu planowały osoby z regionu południowo-wschodniego (15%), natomiast we wrześniu z północnego (20%). Na regionalne zróżnicowanie wyjazdów w tych miesiącach może wpływać możliwość skorzystania z urlopu po sezonie turystycznym lub niższy koszt wyjazdu poza szczytem sezonu.

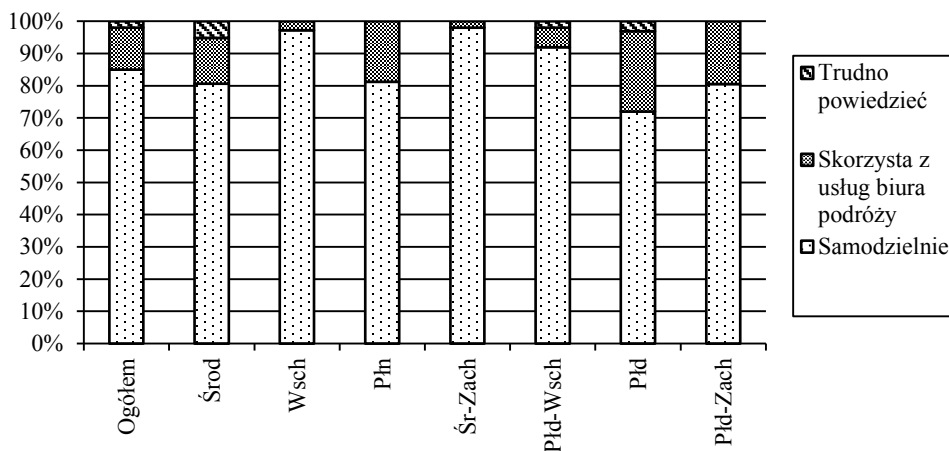
**Tabela 2.** Planowany termin wyjazdu wakacyjnego – regionalne zróżnicowanie

Nazwa regionu	Miesiąc, w którym planowany jest wyjazd wakacyjny * (w %)			
	czerwiec	lipiec	sierpień	wrzesień
Ogółem	6	58	44	10
Środkowy	6	51	46	8
Wschodni	1	64	37	11
Północny	3	53	50	20
Środkowo-zachodni	9	69	43	8
Południowo-wschodni	15	58	38	2
Południowy	4	56	41	14
Południowo-zachodni	2	66	49	8

\* Suma udziałów przekracza 100%, ponieważ respondenci mogli stwierdzić, że wyjazd będzie się odbywał na przełomie dwóch miesięcy.

Źródło: jak do rys. 2.

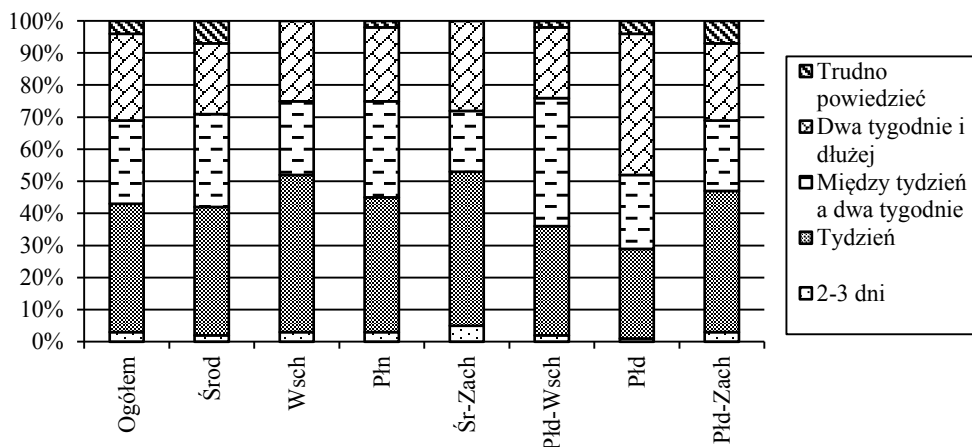
Wyjazdy turystyczne najczęściej organizowane były samodzielnie przez turystów (85%). Ponad 90% wyjazdów wakacyjnych organizowali samodzielnie turyści z regionów środkowo-zachodniego, wschodniego oraz południowo-wschodniego. Najrzadziej z tej formy organizacji wyjazdu korzystali mieszkańcy regionu południowego (rys. 5).

**Rys. 5.** Sposób organizacji wakacyjnych wyjazdów Polaków – regionalne zróżnicowanie

Źródło: jak do rys. 2.

Dominacja wyjazdów organizowanych samodzielnie może wynikać z niedostawienia oferty biur podróży do potrzeb turystów, z wyższej ceny, jaką trzeba zapłacić za wyjazd zakupiony za pośrednictwem biura podróży, bądź też z braku zaufania turystów.

Największy udział w wyjazdach wakacyjnych Polaków miały trwające tydzień – stanowiły one 40% ogółu. Dłuższe wyjazdy wakacyjne, trwające od tygodnia do 2 tygodni oraz powyżej 2 tygodni, planowane były odpowiednio przez 26 i 27% turystów. Wyjazdy krótkookresowe (2-4 dniowe) stanowiły ok. 3% wyjazdów wakacyjnych (rys. 6)



Rys. 6. Długość planowanych wyjazdów wakacyjnych – regionalne zróżnicowanie

Źródło: jak do rys. 2.

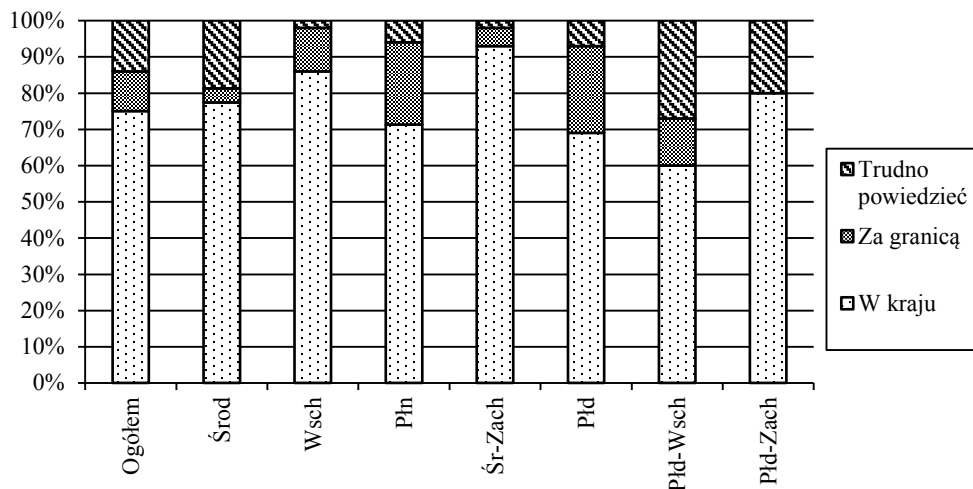
Tygodniowe wyjazdy najczęściej planowali turyści z regionów wschodniego i środkowo-zachodniego (niemal 50% wyjazdów), trwające powyżej tygodnia – mieszkańcy regionów południowego (67%) i południowo-wschodniego (62%), co w części wynika ze znacznego oddalenia tych regionów od Morza Bałtyckiego, które jest najważniejszym celem wakacyjnych podróży Polaków.

#### 4. Regionalne zróżnicowanie kierunków wyjazdów wakacyjnych Polaków

Spośród badanych osób planujących wyjazd wakacyjny 75% zamierzało skorzystać z wyjazdów krajowych, ponad 10% z zagranicznych, a 14% nie miało jeszcze sprecyzowanych planów. Największy odsetek osób zamierzających spędzić wakacje w kraju był w regionie środkowo-zachodnim (93%), najniższy zaś w południowo-wschodnim (60%). Znaczne zróżnicowanie między wyodrębnionymi częściami Polski wynikało z różnego odsetka osób, które nie potrafiły określić, czy planują wyjazd krajowy, czy zagraniczny; wahania wyniosły od 2 do 27% (rys. 7).

Najwyższy odsetek planowanych wyjazdów zagranicznych (niespełna 25%) odnotowano w regionach południowym i północnym. Wysoki odsetek w regionie południowym mógł wynikać z łatwości przekraczania granicy. Także znaczny,

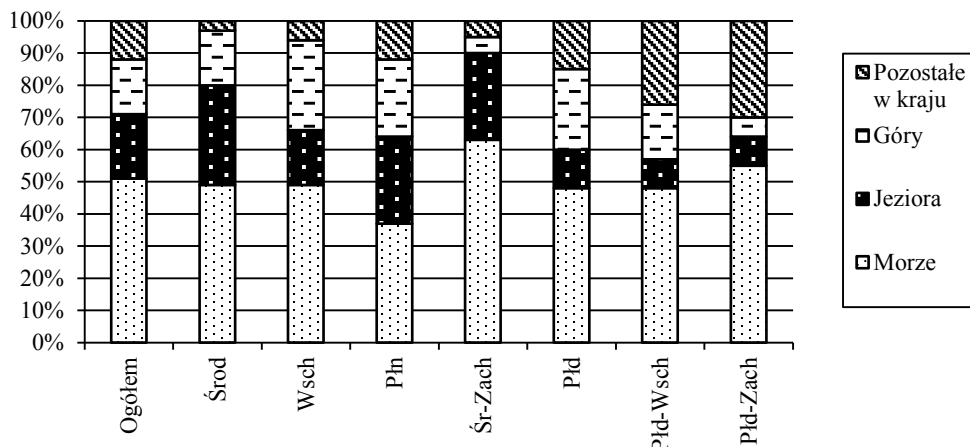
w porównaniu z innymi regionami, odsetek osób planujących wyjazd wakacyjny przed lub po sezonie wskazuje na relatywnie duży udział wyjazdów zagranicznych.



**Rys. 7.** Udział planowanych wyjazdów krajowych i zagranicznych – regionalne zróżnicowanie

Źródło: jak do rys. 2.

W przypadku wyjazdów krajowych najczęściej wybieranym kierunkiem było Morze Bałtyckie (ponad 50% wyjazdów). Podróże nad jeziora stanowiły 20%, w góry zaś 17%. W inne miejsca (zwiedzanie miast, odpoczynek na terenach wiejskich itp.) zamierzał wyjeżdżać niemal co 8 turysta (rys. 8).



**Rys. 8.** Regionalne zróżnicowanie kierunków planowanych wyjazdów wakacyjnych

Źródło: jak do rys. 2.

Wyjazdy nad morze najczęściej planowali turyści z regionu środkowo-zachodniego, co mogło wynikać z bliskiego położenia tego regionu. Najrzadziej ten sposób wypoczynku wybierały osoby zamieszkujące region północny.

Nad jeziorami najczęściej zamierzały spędzić wakacje osoby z regionów środkowego (31%), środkowo-zachodniego oraz północnego (po 27%), co może wynikać z bliskości jezior. Najrzadziej na te tereny planowali przyjazd turyści z południowej Polski. Mieszkańcy tych regionów najczęściej z wszystkich planowali spędzić wakacje na innych terenach. Wyjazdy w góry najczęściej wybierali turyści z regionu wschodniego (28%).

## 5. Podsumowanie

Okres letni (od czerwca do września) jest najważniejszą częścią roku dla turystyki w Polsce. W ciągu tych czterech miesięcy Polacy odbywają ok. 50% wyjazdów, z czego na lipiec i sierpień przypada ponad 80% tych wyjazdów. Wskazuje to na silną sezonowość wyjazdów turystycznych Polaków.

Najczęściej wakacyjny wyjazd turystyczny planowały osoby mieszkające w regionach południowym (41%), południowo-zachodnim (40%) i środkowym (37%), najrzadziej mieszkańcy regionów wschodniego i północnego. Wynika to przede wszystkim z różnic ekonomicznych między tymi regionami. W regionie północnym do niewielkiego odsetka osób planujących wyjazd przyczynia się także turystyczny charakter tego regionu.

Najwięcej wyjazdów turystycznych we wszystkich badanych regionach planowanych było w lipcu. Także we wszystkich regionach dominowały wyjazdy organizowane samodzielnie przez turystów. Można zauważyć większy udział osób korzystających z usług biur podróży w przypadku regionów, w których udział wyjazdów zagranicznych w ogólnej liczbie planowanych wyjazdów był wyższy (regiony południowy i północny), oraz regionach mocniejszych ekonomicznie (regiony środkowy i południowo-zachodni).

We wszystkich badanych regionach najważniejszym kierunkiem planowanego wyjazdu było morze. W regionach położonych w północnej i środkowej Polsce ważnym kierunkiem wyjazdów były jeziora. Mieszkańcy południowej Polski stosunkowo często planowali wyjazd na inne tereny (np. wiejskie).

Przedstawione wyniki dowodzą zróżnicowania regionalnego wyjazdów turystycznych Polaków. Wydaje się, że jedną z ważniejszych przyczyn powodujących to zróżnicowanie jest sytuacja ekonomiczna. Spośród innych czynników decydujących o wielkości i kierunkach wyjazdów turystycznych można wskazać charakter regionu oraz odległość od regionów turystycznych.

## Literatura

- Alejskiak W., *Inhibitory aktywności turystycznej. Teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych*, „Folia Turistica” 2007, nr 18, s. 59-89.
- Idzik M., Majewski J., *Aktywność turystyczna Polaków w okresie letnim w latach 1995-2010*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 157, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 700-711.
- Kurek W., Mika M., *Turystyka jako przedmiot badań naukowych*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2008.
- Niezgoda A., Zmysłony P., *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.
- Omnibus czerwiec 2010 N=1000*, Research International Pentor, Warszawa 2010.
- Uczestnictwo w turystyce i podróże turystyczne Polaków według miesięcy: lata 2002-2011*, [http://www.intur.com.pl/polacy\\_mies.php](http://www.intur.com.pl/polacy_mies.php), dostęp: styczeń 2013.

## REGIONAL DIFFERENTIATION OF TOURISM ACTIVITY OF POLES

**Summary:** The aim of this study is to identify regional differences of Poles tourist activity in summer and to try to identify the factors that cause this differentiation. The study was conducted on a representative sample of Poles, by personal interview. The study distinguishes seven homogeneous regions. In the structure of tourist trips, journey from July to September constituted approximately 50% of all the journeys within a year. Among the surveyed regions most holiday travel was planned by residents of economically stronger regions (central, south and south-western). The study identifies the regional differentiation of tourist activity of Poles, as evidenced by such differences among the regions as: length of time travel, way of organizing or a travel destination.

**Keywords:** tourism, Poland, tourist activity, regional differentiation.