Zeszyty Naukowe nr 788 2008
Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Agata Niemczyk
Katedra Turystyki

Zagospodarowanie czasu wolnego przez uczestnictwo w turystyce (na przykładzie Polski)

1. Wprowadzenie

Czas wolny we współczesnej gospodarce zyskuje na wartości. Będąc atrybutem rozwoju społecznego, stanowi jednocześnie czynnik rozwoju gospodarczego. Jest zarówno rezultatem, jak i celem rozwoju. Traktowany jest więc jako warunek konsumpcji. „Społeczeństwa mogłyby więcej nabywać i konsumować, gdyby dysponowały większym zasobem czasu wolnego. Czas wolny oddziałuje więc na konsumpcję podobnie jak dochód. Im więcej posiada go dana jednostka, tym większa może być jej konsumpcja, a tym samym poziom i jakość życia"[1].

Celem artykułu jest przedstawienie turystyki jako jednej z form zagospodarowania czasu wolnego. Konsumpcja usług turystycznych zyskała obecnie na znaczeniu. Mówi się nawet o modzie na turystykę. W artykule podjęto próbę odpowiedzi na pytania, jak kształtuje się aktywność turystyczna Polaków, z jakich form turystyki najczęściej korzystają i co jest motywem ich udziału w turystyce, a także jak spędzają swój wolny czas przeznaczony na wypoczynek.

Analizę przeprowadzono na podstawie źródeł wtórnych. Stanowią je literatura przedmiotu oraz opublikowane wyniki badań pochodzące z różnych ośrodków badawczych.

[1] C. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002, s. 72.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE
biblioteka główna UEK

2. Pojęcie i znaczenie czasu wolnego

Czas wolny – jak pisze francuski socjolog J. Dumazedier – „obejmuje wszystkie zajęcia, którym jednostka może oddawać się z własnej chęci bądź dla wypoczynku, rozrywki, rozwoju swych wiadomości lub swego kształcenia (bezinteresownego), swego dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po uwolnieniu się od obowiązków zawodowych, rodzinnych i społecznych”[2]. Z kolei E. Wnuk-Lipiński za czas wolny uznaje „czas pozostający do osobistej dyspozycji człowieka po spełnieniu przez niego obowiązków zawodowych, rodzinnych, szkolnych oraz po zaspokojeniu potrzeb biologicznych organizmu”[3]. W rezultacie można przyjąć, że czas wolny – jak podaje C. Bywalec – jest „łącznym zasobem czasu w skali dnia, tygodnia, roku lub życia, pomniejszonym o czas pracy oraz czas zaspokajania niezbędnych potrzeb fizjologicznych. Niekiedy czas wolny rozumie się szeroko jako czas poza pracą”[4].

Czas pozostający do dyspozycji jednostki po wypełnieniu obowiązków zawodowych, rodzinnych i społecznych może być wykorzystywany biernie i czynnie (por. tabela 1). Bierne formy wypoczynku zubażają sferę psychiczną jednostki, a ponadto wpływają destruktywnie na jej kondycję fizyczną. Racjonalnie spożytkowany czas powinny zatem wypełniać aktywne formy wypoczynku, które umożliwiają realizację kreatywnej funkcji czasu wolnego.

Tabela 1. Formy aktywności w czasie wolnym

Wypoczynek bierny		Wypoczynek czynny	
w domu	poza domem	w domu	poza domem
–	kluby wczasy sanatoria	samokształcenie aktywność twórcza majsterkowanie ogród, działka hobby inne	kształcenie turystyka aktywność kulturalna inne

Źródło: G. Cieloch, J. Kuczyński, K. Rogoziński, *Czas wolny – czasem konsumpcji*?, PWE, Warszawa 1992, s. 52.

[2] Tą definicją posługuje się zespół ekspertów UNESCO w międzynarodowych badaniach czasu wolnego. Zob J. Dumazedier, *Problemes actuels de la socjologie du loisir,* RISS, vol. XII, nr 4, UNESCO, Paris 1960, s. 563, cyt. za: S. Czajka, *Z problemów czasu wolnego*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1975, s. 39.

[3] E. Wnuk-Lipiński, *Praca i wypoczynek w budżecie czasu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1972, s. 10–11.

[4] C. Bywalec, L. Rudnicki, *op. cit.,* s. 71.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE
biblioteka główna UEK

Człowiek może spędzać swój czas wolny w domu lub poza nim. O wyborze miejsca oraz form zagospodarowania czasu wolnego decyduje wiele czynników, m.in. długość czasu, którym dysponuje jednostka. Ze względu na długość czasu wolnego wyróżnia się[5]:

– czas wolny w ciągu doby, tzw. krótki czas wolny,
– czas wolny w końcu tygodnia (weekend), tzw. średni czas wolny,
– czas wolny w ciągu roku (urlopy, wakacje), tzw. długi czas wolny.

Każdy z wyróżnionych rodzajów czasu wolnego cechuje się inną strukturą wykorzystania. Gdy czas wolny jest krótki, dominują domowe formy jego zagospodarowania. W miarę wydłużania się czasu wolnego wzrasta ruchliwość przestrzenna jednostki (por. tabela 2), co sprzyja m.in. aktywności turystycznej.

Tabela 2. Czas wolny a ruchliwość przestrzenna

Czas wolny	Zasięg	Oferta – podaż
Krótki (w ciągu doby)	dom	wykorzystywanie własnych zasobów korzystanie z sieci podstawowych placówek usługowo-handlowych
Średni (w końcu tygodnia)	środowisko lokalne tereny podmiejskie siedziba gminy najbliższe miasto	ośrodki usługowo-handlowe lokalne centra kultury (kina, muzea, teatry) obszary recepcji turystyki weekendowej
Długi (urlopy, wakacje)	penetracja turystyczna kraju i zagranicy	ponadregionalne centra kultury (zabytki, festiwale) obszary koncentracji turystyki pobytowej główne trasy przemieszczania się turystów (ciągi) usługi turystyczne w pełnym asortymencie

Źródło: G. Cieloch, J. Kuczyński, K. Rogoziński, *op. cit.*, s. 65–66.

Długość czasu wolnego i ujawniona w nim aktywność są indywidualną sprawą konsumenta. Nie oznacza to jednak, że każdy konsument może swój czas wykorzystywać w sposób całkowicie dowolny[6]. Jego aktywność uzależniona jest od wielu czynników obiektywnych i subiektywnych oraz uwarunkowań regio-

[5] *Ibidem*, s. 72.

[6] Por. B. Kolny, *Czynniki kształtujące zachowania w czasie wolnym*, Zeszyty Naukowe PTE, nr 2, Kraków 2004, s. 303.

biblioteka główna UEK

nalnych[7]. Ponadto sposób gospodarowania czasem wolnym zależy od przyjętego modelu czasu wolnego[8]. Czas wolny traktowany jako cel sam w sobie powinny wypełniać takie formy aktywności, jak: refleksja, kontemplacja, celebrowanie życia, tworzenie podstaw kultury i sztuki. Chodzi tu więc o możliwość zamanifestowania się w czasie wolnym osobowości człowieka w jej najpełniejszym wymiarze. Z kolei czas wolny traktowany instrumentalnie wypełniają czynności korygujące i regulujące bilans wewnętrznych napięć i emocji. Czas wolny w tym wypadku służy osiągnięciu celów zewnętrznych w stosunku do jednostki będącej ich adresatem. O sposobie jego spędzania decyduje ktoś inny.

Czas wolny sprzyja zatem osiąganiu wielu wartości. Wśród nich wymienia się[9]:

– wypoczynek, zdrowie fizyczne i psychiczne człowieka, radość życia (turystyka aktywna – fizyczna/ruchowa),

– racjonalna organizacja stosunków międzyludzkich w grupach naturalnych, mających decydujące znaczenie dla wychowania,

– powszechne uczestnictwo w kulturze (turystyka kulturowa), rodzące więzi ponadlokalne – więzi narodowe, więzi z ludzkością i jej ideałami, więzi z przyrodą (ekoturystyka),

– kompensacja – wyrównanie braków i niedostatków innych sfer życia społecznego,

– wprowadzenie nowych rozwiązań organizacji życia społecznego, a w szczególności życia każdej jednostki.

Realizacji wymienionych wartości służyć mogą różnorodne czynności, których wykonanie sprawia jednostce satysfakcję.

3. Turystyka jako jedna z form zagospodarowania czasu wolnego

Czas wolny można zagospodarować na wiele sposobów. Wśród nich wymienić należy:

– działalność w organizacjach świeckich i religijnych,

– życie towarzyskie (spotkania towarzyskie, rozmowy z członkami gospodarstwa domowego itp.),

– samokształcenie,

[7] Por. E. Kieżel, *Typologia zachowań konsumentów w czasie wolnym*, Materiały z konferencji naukowo-praktycznej pt. *Konsument na rynku turystycznym w warunkach społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji*, GWSH, Katowice 2005, s. 90.

[8] G. Cieloch, J. Kuczyński, K. Rogoziński, *op. cit*., s. 30–31.

[9] Por. J. Berbeka, A. Niemczyk, M. Makówka, *Sposoby zagospodarowania czasu wolnego Polaków*, badania statutowe temat nr: 62/KBK/1/2005/S/234, opracowanie niepublikowane.

KRAKOWSKA GŁÓWNA BIBLIOTEKA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO biblioteka główna UEK

– rozrywkę i kulturę,
– korzystanie ze środków masowego przekazu,
– sport i rekreację,
– turystykę,
– zamiłowania osobiste – hobby i gry (np. malowanie, pisanie wierszy, kolekcjonerstwo),
– odpoczynek bierny.

Niektóre z wymienionych czynności nie wykazują cech konsumpcji, tzn. ich realizacja nie wymaga ponoszenia wydatków ani przez konsumenta, ani przez budżet państwa, ani też przez jednostkę kreującą podaż, nie wymaga również użycia żadnych dóbr materialnych czy usług (np. odpoczynek bierny). Z drugiej strony konsument może skorzystać z wyspecjalizowanych usług, takich jak[10]:
– handlowe,
– gastronomiczne,
– turystyczne,
– kulturalne,
– medialne.

Jedną z form zagospodarowania czasu wolnego jest turystyka, rozumiana jako podróżowanie dla przyjemności, w celach rekreacyjnych, poznawczych i krajoznawczych, pieszo lub środkami lokomocji, często z użyciem specjalistycznego sprzętu turystyczno-sportowego[11]. Zdaniem K. Przecławskiego, „turystyka to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej związanej z czasową i dobrowolną zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w kontakt osobisty ze środowiskiem odwiedzanym (kulturowym, przyrodniczym, społecznym)”[12]. Współcześnie turystyka jest bardzo szybko rozwijającą się dziedziną życia, determinantą rozwoju kultury, wzajemnego poznania, kreatorem działalności gospodarczej, ważnym źródłem dochodów ludności wielu krajów i regionów o szczególnych walorach turystycznych. Jej rola w gospodarce, jak również w rozwoju człowieka, staje się coraz większa. Siła tego oddziaływania jest znacznie większa niż w latach poprzednich, co wynika z nieustannie zmieniających się, niejednokrotnie niedających się przewidzieć, warunków funkcjonowania konsumenta-turysty[13].

[10] M. Bombol, A. Dąbrowska, *Czas wolny. Konsument. Rynek. Marketing*, Liber, Warszawa 2003, s. 95.

[11] Por. M. Boyer, *Le tourisme*, Le Seuil, Paris 1982.

[12] K. Przecławski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996, s. 30.

[13] Por. A. Niemczyk, *Konsument we współczesnym świecie*, Acta Universitatis Lodziensis, Folia Oeconomica 179, Łódź 2004, s. 165–166.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE biblioteka główna

Zgodnie z hierarchią potrzeb A. Maslowa, potrzeba turystyki ujawnia się po zaspokojeniu potrzeb podstawowych. Należą do nich przede wszystkim potrzeby fizjologiczne. Dopóki człowiek ich nie zaspokoi, są one jego troską, po zaspokojeniu przestają być natomiast głównym czynnikiem motywującym działania. Kolejnym celem staje się zagwarantowanie sobie bezpieczeństwa. Cały proces trwa, dopóki nie zostaną zaspokojone wszystkie potrzeby. W przedstawionej klasyfikacji turystyka przez wiele lat znajdowała się w grupie potrzeb wyższego rzędu. Rozwój społeczno-gospodarczy krajów, wzrost poziomu i jakości życia sprawiły jednak, że turystyka zaliczana bywa do grupy potrzeb podstawowych[14], co jest szczególnie widoczne we współczesnych społeczeństwach Zachodu. Obecnie uważa się, że potrzeba uczestnictwa w turystyce ujawnia się: po zaspokojeniu potrzeb elementarnych (żywienie, mieszkanie), a ponadto gdy konsument-turysta dysponuje funduszem pieniężnym, z jednej strony, i czasem wolnym – z drugiej, oraz gdy konsument-turysta ma dostęp do środków komunikacji.

Wypoczynek turystyczny zaspokaja różnorodne potrzeby. Dla jednych będzie odpoczynkiem, chwilą samotności, dla innych okazją do poznania otaczającego świata, zwiedzania interesujących miejsc, zabytków czy poznania kultur innych regionów.

Występuje ścisły związek pomiędzy teorią potrzeb Maslowa a aktywnością turystyczną człowieka. Tłumaczyć to należy tym, że turystyka sama w sobie stwarza możliwości zaspokajania wielu potrzeb, w tym[15]:

– potrzeb fizjologicznych – turystyka przyczynia się do racjonalnego wypoczynku w czystym ekologicznie środowisku, co sprzyja odnowie psychicznej i fizycznej człowieka; turystyka zaspokaja również potrzebę ruchu;

– potrzeb bezpieczeństwa – ujawniają się w samej świadomości bezpieczeństwa osobistego turysty w miejscu jego pobytu; w ostatnim czasie niektóre zakątki świata przestały być miejscami spokojnymi, stały się mniej atrakcyjne turystycznie, co nie znaczy, że nieodwiedzane[16];

– potrzeb społecznych – wynikają z tego, że człowiek jest jednostką społeczną, a dzięki uprawianiu turystyki ma możliwość nawiązywania nowych kontaktów i zawierania nowych przyjaźni;

– potrzeb przynależności i miłości – silnie skorelowane z potrzebami społecznymi, zaspokajane głównie w trakcie wyjazdów urlopowych; wielu turystów

[14] Por. *Kompendium wiedzy o turystyce,* red. G. Gołembski, PWN, Warszawa 2006, s. 40.

[15] *Ibidem*, s. 44–46; K. Przecławski, *op. cit*., s. 98.

[16] Mimo wielu ataków terrorystycznych, naturalnych kataklizmów, konfliktów zbrojnych ruch turystyczny wykazuje tendencję wzrostową. Według wstępnych danych UNWTO w 2006 r. wzrost liczby podróży na świecie wyniósł 4,5%, a w Europie – 3,9%. Zob. http://www.intur.com.pl/statystyka.htm, maj 2007 r.

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE Biblioteka główna

traktuje takie wyjazdy jako okazję do poznania nowych przyjaciół czy też przeżycia romansu;

– potrzeb samorealizacji – dochodzą do głosu m.in. u turystów uprawiających turystykę kwalifikowaną (aktywną), którzy podejmując duży wysiłek fizyczny i psychiczny, dążą do zaspokajania własnych oczekiwań i realizacji zamierzeń, a przez to zaspokajają potrzebę szacunku i uznania w oczach bliskich;

– potrzeb poznawczych – sprzyjają ciągłemu poszukiwaniu tego, co nieodkryte, nieznane;

– potrzeb estetycznych – pozwalają zrozumieć piękno.

Wymienione wyżej potrzeby nie stanowią pełnej ich listy. Wybrane potrzeby turystów i sposoby ich zaspokajania prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Potrzeby turystów i sposoby ich zaspokajania

Potrzeby	Sposób zaspokojenia potrzeby
Fizyczne	
Odpoczynek i relaks	urlop na plaży, nad jeziorem, w górach
Aktywność i przygoda	wędrówka wędrówki konne, narciarstwo kajakarstwo, żeglarstwo, safari
Zdrowie	wędrówki szlakami spacerowymi wyjazdy do uzdrowisk wczasy odchudzające
Kulturalne	
Edukacyjne	rejsy wycieczki poznawcze
Historyczne	wycieczki do miejsc bitew, znanych muzeów wycieczki po Nilu
Polityczne	wycieczki na Kreml wycieczki do Berlina wycieczki do siedziby Organizacji Narodów Zjednoczonych wycieczki do siedzib parlamentów
Naukowe/techniczne	wycieczki do centrum kosmicznego NASA wycieczki do muzeum górnictwa Big Pit wycieczki do montowni samochodów
Sztuka	wycieczki do wytwórni filmowej w Hollywood udział w festiwalach muzycznych wizyty w teatrach udział w pokazach tańców ludowych odwiedzanie wystaw rzemiosła lub malarstwa

KRAKOWSKIE AKADEMICKIE TOWARZYSTWO EKONOMICZNE BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO biblioteka główna UEK

cd. tabeli 3

Potrzeby	Sposób zaspokojenia potrzeby
Religijne	pielgrzymki do Mekki, pielgrzymki do Lourdes rekolekcje
Handlowe	wyjścia do sklepów/restauracji zakupy w strefach wolnocłowych, w centrach rzemiosł wyjazdy na targi wina/piwa

Źródło: J. Holloway, Ch. Robinson, *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1997, s. 107.

Analizując informacje zawarte w tabeli 3, można stwierdzić, że turystyka występuje w wielu formach. Biorąc pod uwagę kryterium motywacji osób kreujących popyt, wyróżnia się turystykę: wypoczynkową, kulturalną, towarzyską, sportową itp.[17]

Najważniejszą i najbardziej dostępną formą aktywnego wypoczynku jest turystyka kwalifikowana. Uznaje się ją za kwintesencję współczesnej turystyki, a osoby angażujące się w tę formę aktywności określa się mianem prawdziwych turystów. Jej uprawianie wymaga od uczestników: „fizycznego i psychicznego przygotowania kondycyjnego, umiejętności posługiwania się specjalistycznym sprzętem turystyczno-sportowym, zaspokajania potrzeb biologicznego minimum aktywności ruchowej oraz posiadania pewnego zasobu wiedzy ogólnej”[18]. Turystykę kwalifikowaną łączy zatem wiele ze sportem. Ten jednak nie zakłada tak dużej aktywności przestrzennej, która jest podstawowym wyróżnikiem turystyki kwalifikowanej[19]. Ta ostatnia natomiast „sprzyja nie tylko osiąganiu celów perfekcjonistyczno-sprawnościowych, co jest właściwe również dla sportu, lecz także krajoznawczych, do których sport nie dąży”[20]. W praktyce do turystyki kwalifikowanej zalicza się turystykę: pieszą (nizinną i górską), wodną, narciarską, kolarską, motorową i speleologiczną.

W Polsce największe szanse rozwoju ma turystyka narciarska i piesza górska[21]. Do miejsc o walorach sprzyjających uprawianiu tej formy turystyki należą: Tatry, Beskidy, Karkonosze itp. Trzeba dodać, że popyt na turystykę górską uzależniony jest od stanu infrastruktury (wyciągi, trasy narciarskie) oraz usług hotelarskich

[17] Więcej informacji na ten temat m.in. w pracach: W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007, s. 19–88; *Kompendium wiedzy o turystyce*, s. 31 i nast.

[18] W.W. Gaworecki, *op. cit.*, s. 27–29.

[19] Por. J. Merski., *Turystyka kwalifikowana*, WSE, Warszawa 2002, s. 10–38.

[20] P. Kowalewski, *Turystyka kwalifikowana*, http://www.wolebyc.pl,%20www.proekologia.pl/print.php?content.554, wrzesień 2007 r.

[21] Por. W.W. Gaworecki, *op. cit.*, s. 31.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE biblioteka główna UEK

i wypoczynkowych. Nie dziwi zatem rozwój wielu przedsięwzięć inwestycyjnych podejmowanych na tych terenach[22].

4. Uczestnictwo Polaków w turystyce w świetle badań empirycznych

4.1. Stosunek Polaków do turystyki

Wyniki badań dotyczące sposobu traktowania turystyki przez Polaków[23] wskazują, że dla większości z nich uczestnictwo w ruchu turystycznym stwarza możliwość poznania (zwiedzenia) danej destynacji (39,31%), a także wypoczynku i rozrywki (32,97%). Blisko 17% respondentów stwierdza, że turystyka jest istotnym elementem ich życia, a ok. 7% deklaruje, że turystyka to dobro luksusowe. Co szósty badany uznaje uczestnictwo w ruchu turystycznym za stały element konsumpcji, a co czternasty – za coś na co niestety rzadko może sobie pozwolić. Analiza otrzymanych wyników badań pozwala zauważyć, że blisko 3% respondentów uprawia turystykę ze względu na rodzinne tradycje lub z obowiązku (np. służbowego), a tylko 0,36% ankietowanych uznaje uczestnictwo w ruchu turystycznym za stratę czasu.

Wypowiedzi respondentów pozwalają na stwierdzenie, że dla pewnej części społeczeństwa polskiego turystyka staje się stałym składnikiem stylu życia. Z drugiej jednak strony istnieją grupy społeczne, których model konsumpcji nie obejmuje potrzeb turystycznych. Należy więc prowadzić stosowne działania, których celem będzie zwiększenie świadomości nie tylko społecznej, ale także władz lokalnych i państwowych na temat tego, że turystyka jest nowoczesną formą wypoczynku oraz skutecznym narzędziem pedagogiki i andragogiki (pedagogiki dorosłych).

4.2. Aktywność turystyczna Polaków

Z badań Instytutu Turystyki i Ministerstwa Gospodarki (Departament Turystyki) wynika, że aktywność turystyczna Polaków charakteryzuje się dużą fluktuacją, której towarzyszą trwałe zmiany w strukturze wyjazdów, tj. systematycznie rośnie popularność wyjazdów turystycznych za granicę, spada natomiast zaintere-

[22] Np. inwestycje w Szklarskiej Porębie: rozbudowa nartostrad, rozwój ośrodka w Jakuszycach, budowa kolejnych tras i inne. Zob. http://www.szklarskaporeba.pl/inwestycje/opis/index.html, czerwiec 2007 r.

[23] Badania przeprowadzono w 2002 r. na grupie 552 mieszkańców Polski. Por. R. Seweryn, *Turystyka w oczach współczesnych Polaków* (*na podstawie wyników badań ankietowych*) [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Szanse i bariery rozwoju w warunkach integracji międzynarodowej*, red. S. Bosiacki, J. Grell, AWF w Poznaniu, Poznań 2004, s. 90–91.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE biblioteka główna UEK

sowanie wyjazdami krajowymi[24] (por. tabela 4). W 2006 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, wzrosła liczba osób wyjeżdżających za granicę o 18,4%, podczas gdy liczba osób podróżujących po kraju zmniejszyła się o 3,7%, w największym stopniu w odniesieniu do wyjazdów długookresowych. Liczba osób wyjeżdżających w celach turystycznych (co najmniej z jednym noclegiem) do innego miejsca w kraju lub za granicę w 2006 r. była taka sama jak rok wcześniej, co wskazywałoby na zahamowanie tendencji spadkowej w zakresie uczestnictwa Polaków w podróżach turystycznych, która obserwowana była w latach wcześniejszych.

Według szacunków Instytutu Turystyki nastąpił znaczny wzrost liczby wyjazdów długookresowych i niewielki wzrost liczby podróży krótkookresowych. Liczba krajowych podróży ogółem w 2006 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, wzrosła o 7,2%. Średnia liczba podróży krajowych przypadających na osobę w 2006 r. kształtowała się na poziomie od 1,9 – dla wyjazdów długookresowych, do 2,9 – dla krótkookresowych[25].

Tabela 4. Udział Polaków w wyjazdach turystycznych (liczba uczestniczących w wieku 15 lat i więcej, w mln osób)

Wyjazdy turystyczne	Uczestnicy (w mln)			Dynamika 2006/2005
	2004	2005	2006	
Krajowe długookresowe	9,0	9,3	8,9	–4,3%
Krajowe krótkookresowe	8,6	7,5	7,5	0,0%
Krajowe (ogółem[a])	14,0	13,6	13,1	–3,7%
Zagraniczne długookresowe	2,8	2,9	3,6	24,1%
Zagraniczne krótkookresowe	1,1	1,2	1,2	0,0%
Zagraniczne (ogółem[a])	3,8	3,8	4,5	18,4%
Krajowe i zagraniczne (ogółem[a])	15,3	15,1	15,1	0,0%

[a] Suma wierszy 1 i 2 nie odpowiada wierszowi 3, 4 i 5 wierszowi 6, a 3 i 6 wierszowi 7, gdyż zgodnie z przyjętą przez Instytut Turystyki metodologią, uczestnictwo w wyjazdach (podróżach) turystycznych odnosi się do osób, które co najmniej raz wzięły udział w danego rodzaju wyjeździe (podróży). Np. w 2006 r. w krajowych wyjazdach turystycznych co najmniej raz uczestniczyło 13,1 mln Polaków, ale w podróżach długookresowych – 8,9 mln, a w krótkookresowych – 7,5 mln. Wynika z tego, że wśród 13,1 mln osób są takie, które uczestniczyły kilka razy w różnego rodzaju podróżach, tak długo-, jak i krótkookresowych, a w statystyce wyjazdy krajowe ogółem uwzględniane są tylko raz.

Źródło: http://www.intur.com.pl/ruch.htm, czerwiec 2007 r.

[24] W latach 2001–2005 udział mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych osiągnął najwyższy wskaźnik w 2002 r. Por. J. Łaciak, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2005 r.*, http://www.mgip.gov.pl/Turystyka/Badania+rynku+turystycznego/Statystyka+%28komunikaty+i+opracowania%29/uczestnictwo.htm, październik 2006 r.

[25] www.intur.com.pl/inne/polacy2006.pdf, czerwiec 2007 r.

biblioteka

Osoby podróżujące po kraju wyjeżdżały częściej i na krótszy okres, przy czym obserwuje się spadek średniej długości pobytu jeśli chodzi o podróże długookresowe (z 9,1 noclegu w 2005 r. do 8,9 w 2006 r.) i podobną długość pobytu jeśli chodzi o krótkookresowe (1,8 noclegu)[26]. Zaobserwowana prawidłowość jest zgodna z ujawniającymi się obecnie tendencjami w turystyce – następuje skrócenie jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych, co prowadzi do częstszego wyboru krótkotrwałych imprez[27].

Polacy chętnie uczestniczyli również w wyjazdach zagranicznych. W 2006 r. odnotowano 44 696 tys. tego typu podróży, tj. o 9,4% więcej niż w 2005 r.[28] W ciągu ostatnich trzech lat, jak podaje Instytut Turystyki, nastąpił zdecydowany wzrost liczby podróży lotniczych Polaków: w 2004 r. o 37,2%, w 2005 r. o 47,3%, a w 2006 r. o 51,1%. W 2006 r. Polacy uczestniczyli w 7,3 mln podróży zagranicznych z co najmniej jednym noclegiem poza granicami kraju, tj. o 18% więcej niż w 2005 r.[29]

Na zakończenie warto dodać, że prognozy odnoszące się do uczestnictwa Polaków w turystyce zarówno krajowej, jak i zagranicznej są optymistyczne (ma temu sprzyjać m.in. umocnienie polskiej waluty na rynkach światowych)[30].

4.3. Wydatki na turystykę

Rozmiary i jakość uczestnictwa w turystyce warunkuje sytuacja finansowa konsumenta-turysty. Określa ona tym samym wielkość wydatków ponoszonych na zaspokojenie potrzeb turystycznych.

Badania przeprowadzone w 2001 r. przez Katedrę Ekonomiki i Organizacji Turystyki AWF w Poznaniu pozwalają stwierdzić, że mamy do czynienia z dwoma wyraźnymi tendencjami, które ujawniały się w zakresie wydatków ponoszonych przez polskie gospodarstwa domowe w związku z uprawianiem turystyki. „Z jednej strony powiększa się liczba rodzin ograniczających swoje wydatki na ten cel lub całkowicie rezygnujących z wyjazdów turystycznych, z drugiej zaś strony – coraz liczniejsza staje się grupa konsumentów korzystających z drogich, atrakcyjnych ofert turystycznych i wydająca na ten cel relatywnie duże środki finan-

[26] *Ibidem*.

[27] Zalecenia Europejskiej Komisji Turystyki. Zob. http://gosciniec.pttk.pl/14_2004/index.php?co=099, czerwiec 2007 r.

[28] http://www.intur.com.pl/statystyka.htm, czerwiec 2007 r.

[29] http://www.intur.com.pl/ruch.htm, czerwiec 2007 r.

[30] Por. A. Grabowska, *Zachowania konsumentów na rynku na przykładzie rynku turystycznego* [w:] *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*, WSIiZ w Rzeszowie, Rzeszów 2006, s. 198.

KRAKOWSKA GŁÓWNA BIBLIOTEKA UNIWERSYTECKA EKONOMICZNEGO biblioteka główna

sowe"[31]. Według Światowej Rady Turystyki i Podróży (WTTC) wydatki gospodarstw domowych na turystykę (obejmujące zarówno usługi hotelarskie, transportowe czy gastronomiczne, jak i usługi czy produkty zakupione w związku z krajowymi i zagranicznymi podróżami) w latach 2006–2010 będą rosły w tempie 8,2% rocznie. Ten wynik daje Polsce 12 miejsce w globalnym rankingu tworzonym na podstawie dynamiki wzrostu przychodów z sektora turystycznego[32].

Z analizy materiału empirycznego zestawionego w tabeli 5 wynika, że poziom wydatków na podróże turystyczne w 2006 r. w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszył się, z wyjątkiem krajowych podróży krótkookresowych. Te ostatnie absorbowały znacznie większe kwoty wydatkowane na ich realizację i to zarówno przed podróżą, jak i w czasie jej trwania.

Tabela 5. Przeciętne wydatki na podróże krajowe i zagraniczne w Polsce w latach 2004–2005 (w zł)

Wyszczególnienie	Wydatki					
	na podróż	na dzień	na podróż	na dzień	na podróż	na dzień
	2004		2005		2006	
Krajowe podróże długookresowe						
Przed podróżą	256	24	259	23	203	20
Podczas podróży	433	40	407	36	370	36
Ogółem	689	64	666	59	573	56
Krajowe podróże krótkookresowe						
Przed podróżą	87	32	92	34	99	36
Podczas podróży	99	37	120	44	119	43
Ogółem	186	69	212	78	218	79
Podróże zagraniczne						
Przed podróżą	614	51	800	61	673	52
Podczas podróży	717	60	913	70	751	58
Ogółem	1331	111	1713	131	1424	110

Źródło: http://www.intur.com.pl/kraj_ch1.htm, czerwiec 2007 r.

Kolejną zauważoną prawidłowością jest fakt, że w wypadku podróży krajowych krótkookresowych udział wydatków przed podróżą był wyższy niż w wypadku podróży długookresowych (odpowiednio 45,4% i 35,4%) i bardzo zbliżony do

[31] S. Bosiacki, *Konsumpcja turystyczna w Polsce – zmiany, perspektywy rozwoju* [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju turystyki*, red. J. Krupa, T. Soliński, WSIiZ w Rzeszowie, Rzeszów 2004, s. 22.

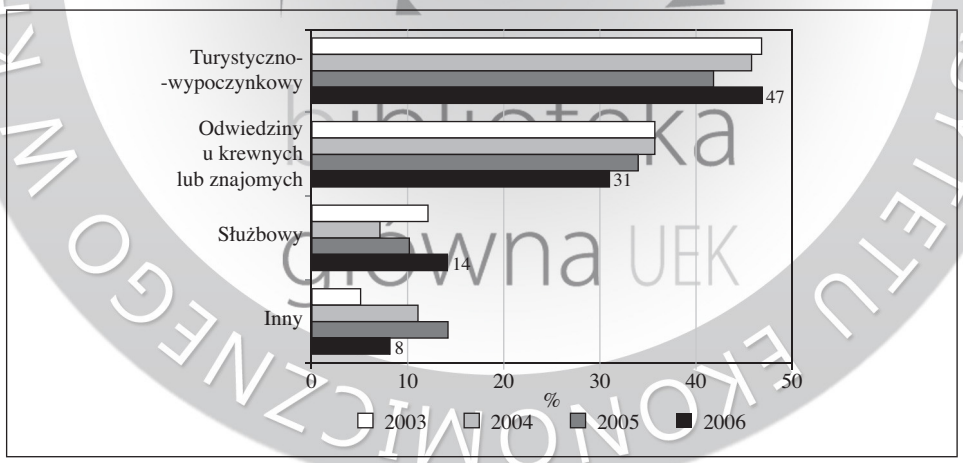
[32] http://www.tur-info.pl/p/ak_id,3120,,raport,swiatowej_rady_turystyki_i.html, październik 2006 r.

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE biblioteka główna

udziału tych wydatków w podróżach zagranicznych (47,3%). Z kolei odsetek wydatków poniesionych podczas podróży był zdecydowanie większy w wypadku krajowych podróży długookresowych i wyniósł 64,5%. Był on o ok. 10 punktów procentowych wyższy niż w wypadku podróży krajowych krótkookresowych i podróży zagranicznych. Zarysowane zjawisko wynika z charakteru podróży turystycznych. Relatywnie wysoki odsetek wydatków ponoszonych przez Polaków przed podróżami zagranicznymi wynika z tego, że w większości są to wyjazdy zorganizowane (przez biuro podróży, zakład pracy czy inną instytucję), obejmujące pełny pakiet usług turystycznych. Natomiast relatywnie niski procent wydatków przed krajowymi podróżami długookresowymi ma swoje uzasadnienie w charakterze podróży, które na ogół są samodzielne i niezorganizowane, wymagają korzystania z bazy turystycznej w miejscu docelowym i to w znacznie większym stopniu niż w wypadku krajowych podróży krótkookresowych.

4.4. Motywy uczestnictwa w turystyce

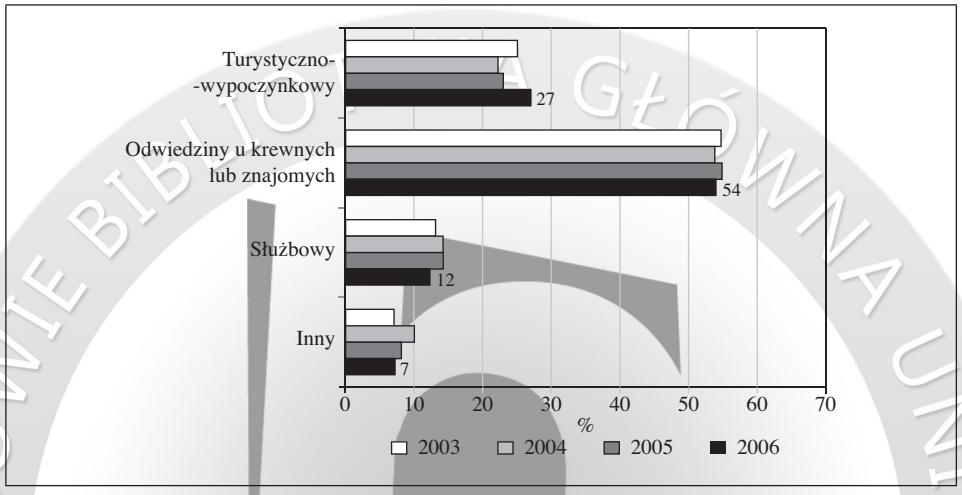
Biorąc pod uwagę motywy uprawiania turystyki, odnotować należy, że w wypadku podróży krajowych długookresowych Polacy wyjeżdżają najchętniej w celach turystyczno-wypoczynkowych – 47% wskazań (por. rys. 1). Co istotne, w latach 2003–2006 cel ten stał się dla nich priorytetowy. Wyraźnie zmniejszył się odsetek wyjazdów określanych jako odwiedziny u krewnych i znajomych.



Rys. 1. Cele krajowych wyjazdów długookresowych (min. 5 dni)
Źródło: http://www.intur.com.pl/kraj_ch1.htm#sposob, czerwiec 2007 r.

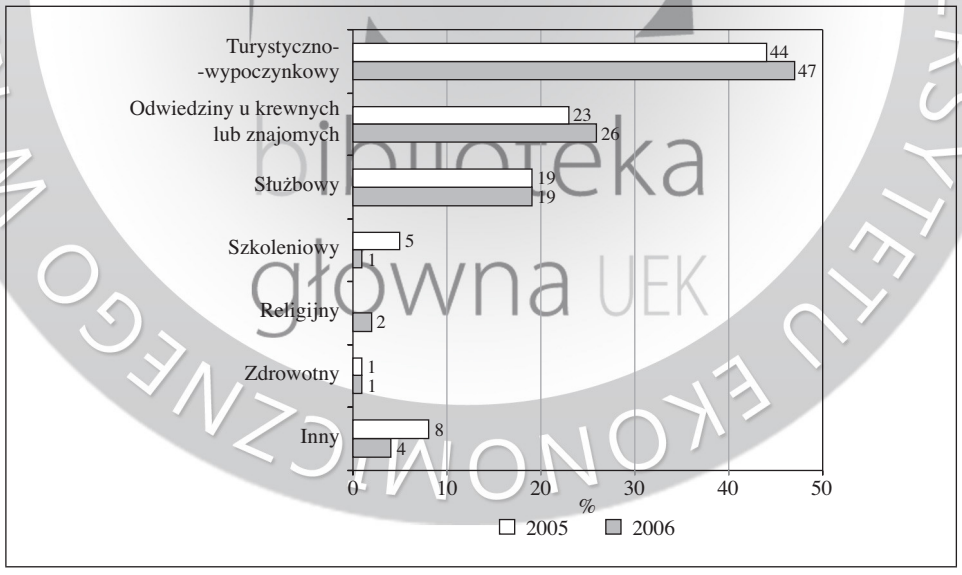
Z analizy motywów partycypacji w krajowym ruchu turystycznym krótkookresowym (por. rys. 2) wynika, że hierarchia celów podróży była tutaj odwrotna niż omawianych wcześniej. Głównym celem krajowych wyjazdów krótkookresowych

były odwiedziny u krewnych i znajomych (54% wskazań). Natomiast motyw turystyczno-wypoczynkowy ujawniał się tylko w co czwartej podróży.



Rys. 2. Cele krajowych wyjazdów krótkookresowych (2–4 dni)

Źródło: http://www.intur.com.pl/kraj_ch1.htm#sposob, czerwiec 2007 r.



Rys. 3. Cele podróży zagranicznych Polaków

Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.intur.com.pl/kraj_ch1.htm#sposob, czerwiec 2007 r.

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE
biblioteka główna UEK

W porównaniu z podróżami krajowymi wyjazdy zagraniczne charakteryzowały się bardziej urozmaiconą strukturą celów (por. rys. 3). Oprócz wypoczynku i relaksu (44,0%), a także odwiedzin u krewnych i znajomych (23%) istotnym motywem był cel służbowy, szkoleniowy, zdrowotny itp.

4.5. Sposoby spędzania czasu podczas wyjazdów turystycznych

Analiza aktywności turystycznej Polaków odnosząca się do ich uczestnictwa w ruchu turystycznym, motywów podjęcia podróży, rozmiarów zjawiska wyrażającego się wielkością wydatków na usługi turystyczne wydaje się niekompletna. Uzupełnieniem wyżej wymienionych obszarów badawczych będą rozważania ukazujące sposób spędzania czasu wolnego przez Polaków podczas wyjazdów turystycznych (por. tabela 6).

Tabela 6. Sposób spędzania czasu wolnego przez Polaków podczas krajowych wyjazdów turystycznych w latach 2004–2005 (w %)

Wyszczególnienie	Wyjazdy turystyczne			
	długookresowe		krótkookresowe	
	2004	2005	2004	2005
Spokojny wypoczynek, krótkie spacery	67	67	47	49
Życie towarzyskie i rozrywki	43	35	47	39
Przebywanie w ciszy, spokoju, z dala od ludzi	23	20	14	13
Poprawa kondycji fizycznej: gimnastyka, zajęcia fitness, dłuższe spacery i wycieczki, pływanie, gry sportowe	21	19	8	9
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	15	15	9	8
Chodzenie do kawiarni, restauracji	13	13	10	9
Słuchanie radia, oglądanie telewizji	12	13	13	9
Odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych	15	10	8	6
Odwiedzanie miejsc kultu religijnego	6	5	8	8
Turystyka kwalifikowana (np. żeglarstwo, kajakarstwo, wspinaczki górskie, jazda konna)	9	8	6	5
Ulubione zajęcia hobbystyczne (wędkowanie, fotografowanie, zbieranie grzybów)	9	7	5	4
Zdobywanie wiedzy i umiejętności (np. nauka języków obcych)	3	4	5	7
Czytanie	7	7	3	3
Narciarstwo	2	4	2	3
Zabiegi lecznicze, sanatoryjne, kuracja klimatyczna	7	6	1	1

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE
biblioteka główna UEK

cd. tabeli 6

Wyszczególnienie	Wyjazdy turystyczne			
	długookresowe		krótkookresowe	
	2004	2005	2004	2005
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	2	2	3
Specjalistyczne zabiegi rehabilitacyjne związane z inwalidztwem	3	2	1	1
Inne zajęcia	19	20	23	26

Źródło: http://www.intur.com.pl/, czerwiec 2007 r.

Na podstawie danych empirycznych zestawionych w tabeli 6 można stwierdzić, że Polacy, podróżując po kraju, preferują mało aktywne formy spędzania czasu wolnego. Najczęściej są to:

– spokojny wypoczynek, krótkie spacery,
– życie towarzyskie i rozrywki,
– przebywanie w ciszy, spokoju, z dala od ludzi.

Mało aktywny styl spędzania czasu wolnego jest typowy przede wszystkim dla wyjazdów krótkookresowych. Wypoczynek dłuższy charakteryzuje się również biernymi formami relaksacji, lecz to w jego wypadku odnotowuje się stosunkowo wyższe wskaźniki aktywnych form spędzania czasu, takich jak: poprawa kondycji fizycznej, gimnastyka, zajęcia fitness, dłuższe spacery i wycieczki, pływanie, gry sportowe, zwiedzanie muzeów, skansenów i zabytków. Zaobserwowana prawidłowość może być potwierdzeniem wcześniej sformułowanej tezy, że w miarę wydłużania się czasu wolnego, tj. w miarę dłuższych pobytów turystycznych, rośnie aktywność turystyczna jednostki; od mało angażujących form turystyki aktywnej, jest spacer, gra w piłkę, do pociągających za sobą konieczność wydatkowania nieco większej ilości energii, jak np. gimnastyka, zajęcia fitness.

5. Podsumowanie

Z przeprowadzonych analiz wynika, że blisko połowa Polaków w wieku 15 lat i więcej (47%) zagospodarowuje swój czas wolny, uczestnicząc w turystyce. Nie można jednak na tej podstawie stwierdzić, że dla połowy polskiego społeczeństwa turystyka jest już stałym elementem modelu konsumpcji. Z drugiej jednak strony takiej formie zachowań sprzyjają nowe okoliczności, takie jak np. wzrost PKB, a tym samym dochodów ludności, czy wejście Polski do strefy Schengen. Porozumienie z Schengen, podpisane 14 czerwca 1985 r., znosi kontrolę osób prze-

BIBLIOTEKA GŁÓWNA UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO W KRAKOWIE biblioteka głowna UEK

kraczających granice między państwami Unii, czyniąc Europę Europą „bez granic". Polska przystąpiła do tej strefy 21 grudnia 2007 r.

Literatura

Bombol M., Dąbrowska A., *Czas wolny. Konsument. Rynek. Marketing*, Liber, Warszawa 2003.

Bosiacki S., *Konsumpcja turystyczna w Polsce – zmiany, perspektywy rozwoju* [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju turystyki*, red. J. Krupa, T. Soliński, WSIiZ w Rzeszowie, Rzeszów 2004.

Bywalec C., Rudnicki L., *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002.

Cieloch G., Kuczyński J., Rogoziński K., *Czas wolny – czasem konsumpcji*?, PWE, Warszawa 1992.

Czajka S., *Z problemów czasu wolnego*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1975.

Dumazedier J., *Problemes actuels de la socjologie du loisir*, RISS, vol. XII, nr 4, UNESCO, Paris 1960.

Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007.

Grabowska A., *Zachowania konsumentów na rynku na przykładzie rynku turystycznego* [w:] *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*, WSIiZ w Rzeszowie, Rzeszów 2006.

Holloway J., Robinson Ch., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1997.

Kieżel E., *Typologia zachowań konsumentów w czasie wolnym*, Materiały z konferencji naukowo-praktycznej, pt. *Konsument na rynku turystycznym w warunkach społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji*, GWSH, Katowice 2005.

Kolny B., *Czynniki kształtujące zachowania w czasie wolnym*, Zeszyty Naukowe PTE, nr 2, Kraków 2004.

Kompendium wiedzy o turystyce, red. G. Gołembski, PWN, Warszawa 2006.

Kowalewski P., *Turystyka kwalifikowana*, http://www.wolebyc.pl,%20www.proekologia.pl/print.php?content.554, wrzesień 2007 r.

Merski J., *Turystyka kwalifikowana*, WSE w Warszawie, Warszawa 2002.

Niemczyk. A., *Konsument we współczesnym świecie*, Acta Universitatis Lodziensis, Folia Oeconomica 179, Łódź 2004.

Przecławski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996.

Seweryn R., *Turystyka w oczach współczesnych Polaków* (*na podstawie wyników badań ankietowych*) [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Szanse i bariery rozwoju w warunkach integracji międzynarodowej*, red. S. Bosiacki, J. Grell, AWF w Poznaniu, Poznań 2004.

Wnuk-Lipiński E., *Praca i wypoczynek w budżecie czasu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk 1972.

Free Time Spent on Tourism (on the Example of Poland)

The aim of this article is to present tourism as one of the ways of spending free time. On the basis of published research, the author describes the tourist activity of Poles, their attitude towards tourism, their reasons for undertaking tourism, and their ways of spending free time set aside for rest. The author also looks at the issue of free time.