

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW WSI W KONTEKŚCIE PRZEMIAN SPOŁECZNO-GOSPODARCZYCH - RZECZYWISTY I POTENCJALNY POPYT TURYSTYCZNY MIESZKAŃCÓW WSI

Agata Balińska

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Kierownik katedry: dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. SGGW

Słowa kluczowe: mieszkańcy wsi, aktywność turystyczna, popyt potencjalny, czynniki popytu turystycznego

Key words: rural residents, tourist activity, demand potential factors in tourism demand

S y n o p s i s. W artykule przedstawiono zagadnienia aktywności turystycznej mieszkańców wsi. Z badań wynika, że udział mieszkańców obszarów wiejskich w turystyce jest niższy od średniej krajowej. W artykule wykorzystano dane wtórne (metoda *desk research*) oraz wyniki własnych badań empirycznych przeprowadzonych wśród mieszkańców trzech wsi (metoda sondażowa). Przeprowadzone badania wykazały bogactwo i znaczne zróżnicowanie determinant popytu turystycznego oraz wskazały na istnienie popytu potencjalnego na usługi turystyczne wśród mieszkańców wsi.

WSTĘP

Zestawienie pojęć „turystyka” i „wieś” zwykle kojarzy się z turystycznym wykorzystaniem obszarów wiejskich lub z aktywizacją wsi poprzez turystykę. Niezwykle rzadko prowadzone są badania dotyczące aktywności turystycznej mieszkańców wsi, które pozwalają postrzegać wieś jako ośrodek emisyjny popytu turystycznego [Łaciak 2004, Górka 2010]. Również w danych Eurostat brak jest oceny aktywności turystycznej w odniesieniu do miejsca zamieszkania. Należy też podkreślić, że w ciągu ostatnich 15 lat w żadnym z pism wydawanych przez ELSEVIER nie opublikowano wyników badań dotyczących aktywności turystycznej mieszkańców wsi. Niedostatek badań w tym zakresie zapewne wynika z przeświadczenia, że ludność wiejska z uwagi na specyfikę pracy w rolnictwie oraz poziom dochodów nie jest zainteresowana wyjazdami turystycznymi. Turystyka jest zjawiskiem interdyscyplinarnym – równocześnie ekonomicznym, społecznym i przestrzennym. Jak stwierdził Krzysztof Przeclawski [1997, s. 74-75], jest też przejawem przemian kulturowych, a nawet szerzej – przemian społecznych. Zmiany w strukturze ludności mieszkającej na wsi, a co za tym idzie w poziomie dochodów pozwalają postawić tezę, że ludność mieszkająca na obszarach wiejskich, również ludność związana z rolnictwem może kreować i często kreuje popyt turystyczny.

Celem opracowania jest poznanie aktywności turystycznej mieszkańców obszarów wiejskich oraz determinant popytu turystycznego. Przyjęte w badaniach problemy badawcze zostały sformułowane w formie następujących pytań:

- 1) jak jest struktura wyjazdów turystycznych mieszkańców wsi?
- 2) jakie stymulatory i inhibitory wpływają na popyt turystyczny mieszkańców wsi?
- 3) jaka jest wielkość popytu potencjalnego mieszkańców wsi na usługi biur podróży?

Dla zrealizowania postawionego celu oraz uzyskania odpowiedzi na pytania badawcze dokonano analizy danych wtórnych (metoda *desk research*), w tym opracowań statystycznych i baz danych GUS oraz Instytutu Turystyki. Wykorzystując metodę sondażu, przeprowadzono też własne badania empiryczne wśród gospodarstw domowych w trzech wybranych celowo wsiach. Próba badawcza została wyłoniona przez losowanie systematyczne. Łącznie badaniem objęto 96 gospodarstw domowych.

DETERMINANTY POPYTU TURYSTYCZNEGO

Popyt turystyczny definiowany jest zwykle jako wielkość zapotrzebowania na produkty turystyczne w danym czasie i przy danej cenie. Jak zauważyła Teresa Skalska, w literaturze przedmiotu podkreśla się konieczność rozróżnienia pomiędzy popytem na podróże do miejsca docelowego a popytem na konkretne związane z turystyką produkty i usługi (usługi noclegowe, gastronomiczne, sprzęt sportowy czy fotograficzny) [Dziedzic, Skalska 2012, s. 11]. Rozróżnienie to jest istotne przy analizie determinant popytu. Na potrzeby analizy przyjęto, że popyt turystyczny jest wielkością zapotrzebowania na produkty (imprezy) turystyczne w określonym czasie i po określonej cenie.

Interesującą kategorią popytu jest popyt potencjalny, który jest pochodną potrzeb turystycznych. Jak podkreślił Stanisław Wodejko, pomimo że ten rodzaj popytu nie występuje na rynku, to nie wolno go lekceważyć, co więcej *jest to niedopuszczalne przy racjonalnym gospodarowaniu, szczególnie w sytuacji rynku nabywcy i orientacji marketingowej* [Wodejko 1997, s. 49]. Głównym instrumentem pozwalającym na przekształcenie popytu potencjalnego w popyt efektywny są dochody. Poza dochodami na popyt turystyczny wpływa wiele czynników. Światowa Organizacja Turystyki (UN WTO) wyodrębniła ich ponad 130, co utrudnia klasyfikację i prowadzi do pewnej umowności w porządkowaniu [Niezgoda 2012a, s. 12]. UN WTO podzieliła czynniki na trzy grupy, tj.:

- ekonomiczne: ogólnogospodarcze, dochodowe, cenowe;
- społeczno-psychologiczne: demograficzne, industrializacyjne, urbanizacyjne, kulturalne, motywacyjne, czas wolny;
- podażowe: polityka turystyczna, transport, baza noclegowa, organizatorzy podróży [Wodejko 1997, s. 62-76].

Z kolei Victor Middleton porządkuje determinanty popytu turystycznego wydzielając grupy: ekonomiczne, demograficzne, geograficzne, postawy społeczno-kulturowe, mobilność, regulacje rządowe i media [Middleton 1996, s. 38]. Najczęściej w publikacjach naukowych poddawana jest analizie wybrana grupa czynników rozwoju popytu turystycznego, tj.: ekonomiczne, demograficzne, geograficzne, prawno-polityczne, społeczno-kulturowe, psychologiczne [Niezgoda 2012b, s. 34]. Ciekawą klasyfikację czynników rozwoju popytu turystycznego, uwzględniającą koncepcję wielu autorów, zaproponowały Agata Niemczyk i Renata Seweryn [2012, s. 93]. Dokonały one podziału determinant na podażowe (produkt turystyczny, polityka turystyczna, podmioty podaży turystycznej) i

popytowe, w tym subiektywne (potrzeby, motywy, emocje, postawy, styl życia, osobowość, świadomość ryzyka, cechy fizyczne jednostki takie jak sprawność fizyczna, budowa ciała) i obiektywne: geograficzne, demograficzne, społeczno-kulturowe, technologiczne, makroekonomiczne (koniunktura gospodarcza, kursy walut, inflacja, globalizacja, procesy integracyjne), mikroekonomiczne (dochody, kredyty, oszczędności, ceny).

Podmioty podaży turystycznej to przede wszystkim biura podróży i obiekty noclegowe, które poprzez intensywną działalność marketingową dążą do wykreowania i zintensyfikowania popytu na własne usługi. Coraz częściej informacje o imprezach turystycznych, destynacjach lub pojedynczych obiektach noclegowych pozyskiwane są przez turystów z internetu. Prasa, katalogi, radio, reklama outdoorowa stają się dodatkowymi, towarzyszącymi internetowi kanałami promocji. Powszechne wykorzystanie internetu jest szczególnie ważne w sytuacji, gdy turyści rekrutują się spoza dużych ośrodków miejskich i nie mają możliwości bezpośredniego kontaktu z pracownikami biur podróży lub z innymi formami promocji.

Bez względu na przyjętą klasyfikację omawiane czynniki mogą mieć charakter stymulujący lub ograniczający. W tym drugim przypadku nazywane są barierami lub inhibitorami rozwoju turystyki. W dalszej części opracowania odwołano się do roli wybranych determinant zgodnych z podziałem zaproponowanym przez A. Niemczyk i R. Seweryn. Przywołane w tekście inne sposoby porządkowania miały pokazać złożoność i niejednoznaczność typologii czynników popytu turystycznego.

WIEŚ JAKO OBSZAR EMISYJNY POPYTU TURYSTYCZNEGO

Obszary wiejskie stanowią 93,4% powierzchni kraju i zamieszkuje je 31,8% ludności. Z danych GUS wynika, że udział mieszkańców wsi będzie się stopniowo powiększał, aby w 2030 r. osiągnąć poziom 42,6% [www.witrynawiejska.pl, dostęp 24.03.2014]. Wieś jako miejsce pracy i życia znacznej części społeczeństwa jest przedmiotem zainteresowań przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych. W licznych publikacjach podawane są zmiany, które zachodzą na polskiej wsi, tj. [*Potencjał obszarów...* 2013, Wilkin, Nurzyńska 2012]:

- dezagraryzacja – około 60% ludności wiejskiej nie ma żadnego związku z produkcją rolniczą i użytkowaniem ziemi rolniczej; zatrudnienie w rolnictwie ma tendencję spadkową, choć poziom 12,8% jest nadal dość wysoki w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej (UE);
- zmiana w strukturze gospodarstw rolnych mająca odzwierciedlenie w średniej wielkości gospodarstw rolnych (10 ha);
- pomimo wzrostu poziomu dochodów w rolnictwie po akcesji do UE (w latach 2004-2010 były dwukrotnie wyższe niż przed akcesją) związanego z dopłatami (dotacje stanowią 50% dochodów rolników), wydolne ekonomicznie są gospodarstwa znacznie większe od średniej krajowej;
- zbliżona do miast sytuacja demograficzna – dzietność, wiek, w którym kobiety decydują się rodzić dzieci, długość życia, ale wyższe niż w mieście zagrożenie ubóstwem i wykluczeniem społecznym (mimo silniejszych więzi społecznych) oraz niewielki udział dzieci w wychowaniu przedszkolnym;
- poprawa poziomu wykształcenia mieszkańców wsi (choć nadal udział osób z wykształceniem wyższym jest trzykrotnie niższy niż w mieście) oraz większa dbałość o ochronę środowiska naturalnego;
- wsie, zwłaszcza te położone w pobliżu dużych miast, stają się atrakcyjnym miejscem zamieszkania dla ludności pracującej w tych miastach. Jak zauważyli uczestnicy debaty

publicznej *Wieś przestaje być „gorszym światem” i pod wieloma względami staje się światem atrakcyjnym. Aż 50% młodzieży wiejskiej i 13% młodzieży miejskiej deklaruje chęć zamieszkania na wsi* [Potencjał obszarów... 2013, s. 12].

Determinanty popytu turystycznego korespondują w dużym stopniu z wymienionymi powyżej zmianami, jakie zachodzą na polskiej wsi. Do głównych determinant popytu turystycznego należą potrzeby turystyczne, mieszczące się w obszarze potrzeb poznawczych, zdrowotnych, religijnych (nie są to raczej klasyczne potrzeby wypoczynkowe skłaniające do poszukiwania ciszy, spokoju, kontaktu z przyrodą). Ważną rolę w życiu społecznym, w tym w aktywizacji popytu turystycznego, pełni rozwój internetu (co piąty turysta kupuje usługi turystyczne za pośrednictwem sieci), który na wsi jest znacznie wolniejszy niż w mieście. Tylko 45,5% mieszkańców wsi ma komputer z dostępem szerokopasmowym, podczas gdy w mieście wskaźnik ten wynosi 55,7% [Budżety gospodarstw... 2013, s. 55]. W lepszej sytuacji są osoby pracujące poza rolnictwem i mające możliwość skorzystania z internetu w pracy. Sam fakt dostępności do internetu nie świadczy jednak o korzystaniu z niego (tylko 40% rolników korzysta z internetu). Często główną przeszkodą jest brak komputerów lub niedostateczny poziom wiedzy w zakresie korzystania z nich [Inglot-Brzęk 2011, s. 374-385]. Z punktu widzenia stymulowania popytu turystycznego internet odgrywa istotną rolę polegającą z jednej strony na rozbudzaniu potrzeb turystycznych i dostarczaniu informacji o możliwości zaspokajania tych potrzeb, z drugiej dzięki możliwości zakupu na odległość zmniejsza dystans pomiędzy biurem podróży a klientem.

Niewątpliwie stymulacją popytu turystycznego zajmują się również biura podróży. Korzyści wynikających z korzystania z usług biur podróży jest dużo i są one często analizowane w literaturze naukowej [Kachniewska 2011, s. 239-258, Konieczna-Domańska 2008]. Przede wszystkim takie jednostki zdejmują z uczestnika wyjazdu ciężar planowania wyjazdu oraz ryzyko złego połączenia poszczególnych elementów w jeden pakiet. Tymczasem zainteresowanie usługami biur podróży jest raczej niewielkie. Ich udział w organizacji wyjazdów krajowych był w 2012 r. na poziomie 1,5%, a zagranicznych 23,5% (w tym całkowita organizacja przez biuro podróży 20%) [Podróże Polaków... 2014, s. 3-5].

Doświadczenia historyczne, co podkreślił Andrzej Anszperger [2012, s. 17] wskazują, że aktywność turystyczna osób zależy w dużym stopniu od pozycji społeczno-ekonomicznej. Jak zaznaczył Wiesław Alejziak [2007, s. 60] w krajach wysoko rozwiniętych aktywność turystyczna stanowi ważny element konsumpcji oraz swoisty wyznacznik nowoczesności i dobrobytu społeczeństwa, w krajach rozwijających się uznawana jest za jedną z najlepszych opcji rozwojowych, ponieważ może korzystnie stymulować rozwój ekonomiczny, społeczny i kulturalny. Poziom i jakość życia mieszkańców wsi jest przedmiotem licznych opracowań, niestety zagadnienia udziału mieszkańców wsi w turystyce nie są w nich poruszane [Murawska 2012, s. 169-180, Jakość życia... www.stat.gov.pl, dostęp 19.03.2013].

Poza wspomnianą dezagregacją, jednym z głównych czynników rozwoju turystyki jest poziom dochodów. W 2011 roku wysokość dochodu rozporządzalnego plasowała się na poziomie 975 zł na osobę w gospodarstwie domowym na wsi i 1384 zł w mieście [Sytuacja społeczno-demograficzna... 2013, s. 24-30]. Za relatywnie niższymi dochodami idzie poziom wydatków. Przeciętne miesięczne wydatki na osobę na towary i usługi konsumpcyjne plasowały się w 2011 r. na poziomie 1083 zł w miastach i 793 zł na wsi [Sytuacja społeczno-demograficzna... 2013, s. 24-30]. Z punktu widzenia obszaru badań w strukturze tych wydatków należy zwrócić uwagę na dwie pozycje, tj. restauracje i hotele oraz rekreację i kulturę. W miastach poziom tych wydatków wynosił odpowiednio 32 zł i 100 zł, a na wsi – 12 zł i 52 zł [Sytuacja społeczno-demograficzna... 2013, s. 24-30].

Aktywność turystyczna mieszkańców wsi jest stymulowana dzięki inicjatywom w ramach tzw. funduszy sołeckich [*Fundusz sołecki...* <http://siecobywatelska.pl>, dostęp 15.03.2014]. Zostały one wprowadzone w 2009 r. i służą poprawie jakości życia. Zgodnie z artykułem 1 ust. 3 *Ustawy o funduszu sołeckim*: środki funduszu przeznacza się na realizację przedsięwzięć, które [...] są zadaniami własnymi gminy, służą poprawie warunków życia mieszkańców i są zgodne ze strategią rozwoju gminy [Dz.U. 2010.217.1427 ze zm.]. W niektórych sołectwach z tych środków są pokrywane koszty wyjazdów turystycznych, często do pobliskich miast w celu uczestniczenia w imprezach kulturalnych¹.

Na rozwój popytu turystycznego wpływa wyposażenie rodzin w środki transportu. Samochód stał się dostępnym i popularnym środkiem transportu², wykorzystywanym chętnie w wyjazdach turystycznych. W 2013 r. skorzystało z niego 75,5% uczestników wyjazdów długookresowych, 74% krótkookresowych i 35,4% zagranicznych.

Istotny wpływ na aktywność turystyczną ma również religijność mieszkańców wsi, która przekłada się na udział w zorganizowanych lub indywidualnych pielgrzymkach do miejsc kultu religijnego. Wyjazdy tego typu są organizowane często przez biura podróży (w Centralnym Rejestrze Organizatorów i Pośredników Turystycznych jest kilka katolickich biur podróży). Dotyczy to jednak środowisk miejskich. Na wsi z uwagi na oddalenie od biur podróży oraz poziom zamożności potencjalnych pielgrzymów, rolę inicjatora i organizatora pełni ksiądz. Dotyczy to również wyjazdów kolonijnych dla dzieci i młodzieży³.

Biorąc pod uwagę, że wyjazdy w celu odwiedzin rodziny i znajomych, zgodnie z metodologią UN WTO, klasyfikowane są jako wyjazdy turystyczne, to do czynników rozwoju turystyki należy dołączyć migracje ludności wiejskiej (głównie osób młodych) do miast lub za granicę. Z danych GUS wynika, że najbardziej popularnym kierunkiem emigracji jest Wielka Brytania (30% polskich emigrantów). Główną przyczyną emigracji mieszkańców wsi to praca (77,1%, dla porównania w mieście 70,4%), następnie sprawy rodzinne (15,2%) i edukacja (3,6%) [*Migracje zagraniczne...* 2013, s. 51-54]. Osiedlanie się członków rodziny w miastach lub za granicą wpływa na wzrost liczby wyjazdów w celu ich odwiedzenia. Dla przykładu liczba Polaków wyjeżdżających turystycznie do Wielkiej Brytanii wzrosła z 0,3 mln w 2005 r. [*Krajowe i zagraniczne...* 2008, s. 4] do 1,2 mln w 2013 r. [*Podróże Polaków...* 2014, s. 8]. Należy zaznaczyć, że co czwarta osoba wyjeżdżająca w 2013 r. do Wielkiej Brytanii jako główny cel wskazywała właśnie odwiedziny krewnych i znajomych.

Istotnym czynnikiem wpływającym na aktywność turystyczną jest wiek. Najbardziej aktywne turystycznie są młode osoby, tj. do 29. roku życia. Dotyczy to również mieszkańców wsi, co w badaniach potwierdziła Jowita Górka [2010, s. 91-102]. Z jej badań wynika, że determinantą aktywności turystycznej mieszkańców wsi jest również płeć. Bardziej aktywne turystycznie są kobiety, które w większym stopniu niż mężczyźni są zainteresowane wyjazdami o charakterze edukacyjnym i religijnym.

Przytoczone czynniki rozwoju popytu turystycznego pokazują, z jak złożoną i wrażliwą kategorią rynkową mamy do czynienia. Wiele determinant popytu turystycznego ma charakter uniwersalny. Są też takie, które odnoszą się przede wszystkim do mieszkańców wsi, co podnosi atrakcyjność badań.

¹ Na realizację zadań w 2010 r. przeznaczono 43 823 tys. zł, w 2011 r. – 51 172 tys. zł, w 2012 r. – 58 341 tys. zł [<http://mac.gov.pl/projekty/fundusz-solecki-nowelizacja/opis-projektu-dostep>. 06.06.2014].

² Zgodnie z raportem PZPM w 2010 r. było w Polsce zarejestrowanych 17,2 mln samochodów osobowych. [http://www.kpmg.com/PL/pl/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/mot_2.pdf].

³ Praktyka ta jest w sprzeczności z prawem dotyczącym organizacji imprez turystycznych i określana jest w prasie branżowej mianem nieuczciwej konkurencji [http://www.tur-info.pl/p/ak_id,38369,kolonia,biuro_podrozy,parafia,pit,szara_strefa,organizator_turystyki,grzegorz.html – dostęp 30.03.2014].

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW WSI W ŚWIETLE BADAŃ STATYSTYCZNYCH

Aktywność turystyczna mieszkańców wsi od 2007 r. utrzymuje się na zbliżonym poziomie. Udział osób – mieszkańców wsi uczestniczących w wyjazdach krajowych (długo- i krótkookresowych) wynosił 17-19%. Wyraźny wzrost udziału wyjeżdżających turystycznie mieszkańców wsi odnotowano w 2012 r., gdy w wyjazdach krótkookresowych wzięło udział 28%, a długookresowych 25% mieszkańców wsi. Zdecydowanie mniejsza była aktywność w zakresie wyjazdów zagranicznych. Szczegółowe informacje o aktywności turystycznej mieszkańców wsi w latach 2007-2012 zestawiono w tabeli 1.

Przy bardziej szczegółowej charakterystyce wyników badań można zauważyć, iż prawie w każdym wariancie wymiaru i kierunku wyjazdu udział mieszkańców wsi w aktywności turystycznej jest niższy od średniej krajowej (tab. 2.). Większy wśród mieszkańców wsi niż średnio w kraju jest, niestety, udział osób biernych turystycznie. Powody nieuczestniczenia Polaków w wyjazdach turystycznych nie są analizowane w odniesieniu do miejsca ich zamieszkania. Warto jednak zaznaczyć, że tylko 5% respondentów reprezentacyjnej próby mieszkańców Polski jako przyczynę podało konieczność nadzorowania gospodarstwa rolnego, podczas gdy dzięki doborowi losowo-kwotowemu udział mieszkańców wsi w próbie wynosił 38%.

Cele wyjazdów nie odbiegają w znacznym stopniu od średniej krajowej, co obrazuje tabela 3. Największa dysproporcja występuje w odniesieniu do wiodących celów wyjaz-

Tabela 1. Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w latach 2007-2012

Rodzaj wyjazdów	Udział mieszkańców wsi w wyjazdach w roku [%]					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Krajowe – długookresowe	18	18	18	17	17	25
Krajowe – krótkookresowe	19	17	19	18	19	28
Zagraniczne	9	11	12	9	11	11

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Łaciak 2013, s. 25-45,63-77].

Tabela 2. Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w zależności od kierunku i długości wyjazdu i porównanie do średniej krajowej w 2012 roku

Rodzaj wyjazdu	Udział osób wyjeżdżających [%]	
	średnia krajowa	mieszkańcy wsi
	Wyjazd krajowy lub zagraniczny z minimum jednym noclegiem	51,2
Wyjazd krajowy z minimum jednym noclegiem	42,6	38,4
Wyjazd krajowy na minimum 5 dni	29,0	24,8
Wyjazd krajowy na 2-4 dni	30,4	28,3
Wyjazd zagraniczny z minimum jednym noclegiem	16,0	11,2
Wyjazd zagraniczny na minimum 5 dni	13,0	8,6
Wyjazd zagraniczny na 2-4 dni	4,0	4,2
Nie wyjeżdżałem	48,8	56,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Łaciak 2013, s. 25-45,63-77].

Tabela 3. Cele wyjazdów turystycznych mieszkańców wsi w zależności od długości w odniesieniu do średniej krajowej

Rodzaj celu wyjazdu	Udział [%]			
	długookresowe		krótkookresowe	
	ogółem	mieszkańcy wsi	ogółem	mieszkańcy wsi
Turystyczno-wypoczynkowy	62,6	66,0	37,1	34,1
Odwiedziny u krewnych i znajomych	30,1	32,1	59,5	70,7
Służbowy	7,4	5,7	6,9	4,9
Zdrowotny	8,6	9,4	-	-
Religijny	1,2	-	2,6	2,4
Inny	1,8	-	4,3	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Łaciak 2013, s. 29-42].

dów krótkookresowych. Dla siedmiu na dziesięciu badanych mieszkańców wsi głównym celem były odwiedziny u krewnych i znajomych, podczas gdy średnia krajowa wynosiła sześciu na dziesięciu badanych.

STRUKTURA POPYTU TURYSTYCZNEGO MIESZKAŃCÓW BADANYCH WSI. POTENCJALNY POPYT TURYSTYCZNY MIESZKAŃCÓW WSI. WYNIKI WŁASNYCH BADAŃ EMPIRYCZNYCH

CHARAKTERYSTYKA OBSZARU BADAŃ

Do badań empirycznych z wykorzystaniem techniki wywiadu wybrano mieszkańców trzech wsi, tj. Owczarni (gmina Brwinów, powiat pruszkowski, województwo mazowieckie), Olszowej Woli (gmina Sadkowice, powiat rawski, województwo łódzkie), Mostkowo (gmina Łukta, powiat ostródzki, województwo warmińsko-mazurskie). Położenie wsi wpływa na kierunek jej rozwoju oraz na główne źródła utrzymania mieszkańców. Z uwagi na to, że aktywność turystyczna ma najczęściej charakter rodzinny, badaniami objęto po 24 gospodarstwa domowe we wsiach Owczarnia i Mostkowo oraz 48 gospodarstw domowych w Olszowej Woli. Badaniami objęto łącznie 96 gospodarstw domowych, co stanowiło 21,3% mieszkańców badanych wsi⁴. Z uwagi na położenie i dobrą dostępność komunikacyjną do Warszawy (drogową i kolejową) wieś Owczarnia stanowi „zaplecze sypialniane” dla Warszawy i podlega intensywnej urbanizacji. Podobna sytuacja występuje we wsi Mostkowo, której mieszkańcy najczęściej dojeżdżają do pracy w Olsztynie. Charakter wsi rolniczej zachowała Olszowa Wola. Głównym kierunkiem produkcji rolniczej jest sadownictwo i ogrodnictwo.

Pomimo tego, że badaniami objęte były gospodarstwa domowe, odpowiedzi udzielała jedna osoba i w 56,3% była to kobieta. Przedział wiekowy respondentów był zróżnicowany.

⁴ Wywiady zostały przeprowadzone przez Sylwię Głazewską, studentkę kierunku Turystyka i Rekreacja. W badaniach celowo nie uwzględniono klasycznej wsi rolniczej, choć badania tego typu były prowadzone przez autorkę, ale innym narzędziem badawczym.

Największy udział (po 22,9%) stanowiły osoby w przedziałach wiekowych 21-30, 31-40 oraz 51-60 lat. Następnie w wieku powyżej 60 lat – 14,6%, 41-50 lat – 12,5% oraz do 21. roku życia – 4,2%. Zróżnicowany był również poziom wykształcenia respondentów, tj. na poziom podstawowy wskazało 22,9%, zasadniczy zawodowy – 27,1%, średni – 29,2%, wyższy 20,8%. Największa część respondentów pracowała poza rolnictwem (52,1%), a co trzeci utrzymywał się z produkcji rolniczej (35,4%). Dla co dziesiątego (10,4%) głównym źródłem utrzymania były świadczenia emerytalne, a tylko 2,1% wskazał na produkcję zwierzęcą. Wszyscy badani mieszkańcy Owczarni, Mostkowa oraz co czwarty respondent z Olszowej Woli jako główne źródło dochodu w gospodarstwie domowym podali źródła pozarolnicze, co wynika z położenia poszczególnych wsi.

AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA RESPONDENTÓW

Przedmiotem zainteresowań badawczych jest popyt potencjalny na usługi turystyczne. Zdecydowana większość respondentów (93,7%) zadeklarowała chęć uprawiania turystyki. Preferencje respondentów były jednak zróżnicowane pod względem okresu wyjazdu. Wskazali oni na:

- grudzień 27,1%,
- lipiec 20,8%,
- sierpień 18,8%,
- wrzesień 14,6%,
- styczeń 6,3%,
- cały rok 6,3%,
- w ogóle 6,3%.

Preferowanym przez respondentów okresem wyjazdu był grudzień, na który wskazywali przede wszystkim respondenci deklarujący rolnicze źródła utrzymania (90% preferujących wyjazdy w grudniu).

Przedmiotem zainteresowań badawczych była również preferowana przez respondentów długość wyjazdu. Wyjazd na 2-3 dni wskazało 10,4% respondentów, wyjazd na 4-7 dni – 32,2% respondentów, wyjazd na 7-14 dni – 47,9%, zaś wyjazd powyżej 14 dni – tylko 4,2% (6,3% respondentów nie zgłaszało chęci wyjazdu w ogóle). Niemal połowa respondentów najchętniej wybrałaby się na kilkunastodniowe wakacje. W grupie tej przeważały osoby z pozarolniczym źródłem utrzymania (50% tej grupy wybrałoby taką długość wyjazdu). Z wyjazdów najkrótszych, tj. 2-, 3-dniowych, najchętniej skorzystaliby respondenci utrzymujący się ze źródeł rolniczych (co piąta osoba z tej grupy).

Przekształcenie się popytu potencjalnego w popyt rzeczywisty zależy przede wszystkim od możliwości finansowych potencjalnych turystów, tj. od akceptowanej wysokości wydatku turystycznego. Udział respondentów, którzy deklarowali określoną kwotę wydatku na jedną osobę na siedmiodniowy wyjazd turystyczny przedstawiono w tabeli 4. Co czwarty respondent gotów był zapłacić za siedmiodniowy wyjazd turystyczny nie więcej niż 500 zł. Respondenci utrzymujący się ze źródeł pozarolniczych wskazywali przede wszystkim na kwotę 501-800 zł.

Stymulująco na popyt turystyczny wpływają walory obszarów recepcji turystycznej. Dlatego przedmiotem badań była destynacja, do której chcieliby turystycznie wyjechać respondenci. Preferowany przez respondentów kierunek wyjazdów turystycznych to:

Tabela 4. Źródło utrzymania a deklarowana wysokość wydatku turystycznego

Wysokość wydatku [zł/osobę/tydzień]	Źródło utrzymania – udział [%]		
	rolnicze	pozarolnicze	średnio
do 500	10,4	31,3	25,0
501-800	33,4	0	12,5
801-1000	10,4	8,3	9,3
1001-1500	4,2	0	1,6
Powyżej 1500	22,9	8,3	12,5
Trudno powiedzieć	18,7	47,9	27,1

Źródło: badania własne.

- Polska 31,3% respondentów,
- Włochy 14,6%,
- Hiszpania 10,4%,
- dookoła świata 6,3%,
- Egipt 6,3%,
- Cypr 4,2%,
- Francja 4,2%,
- Tunezja 4,2%,
- Kenia 4,2%,
- inne 12,6%.

Niemal co trzeci respondent zadeklarował chęć spędzenia urlopu w Polsce. Wśród preferowanych kierunków wyjazdów zagranicznych znalazły się typowo urlopowe destynacje, które kojarzą się z morzem i słońcem. Są to również destynacje bardzo często uwzględniane w ofertach biur podróży.

Z uwagi na to, że jedną z determinant popytu turystycznego jest rozwój sektora biur podróży oraz ze względu na znaczne zainteresowanie respondentów wyjazdami zagranicznymi zbadano doświadczenia oraz zainteresowanie respondentów ofertami biur podróży. Odpowiedzi respondentów były następujące:

- nie korzystałem z usług biura podróży 77,1%,
- korzystałem z usług biura podróży 22,9%,
- interesuję się wyjazdami z biurem podróży 54,2%,
- nie interesuję się wyjazdami z biurem podróży 45,8%.

Niemal co czwarty respondent przynajmniej raz w życiu korzystał z ofert biur podróży, co jest wynikiem bardzo dobrym w porównaniu do średniej krajowej. Przedmiotem obrotu w biurach podróży są imprezy turystyczne, które można kupić również na odległość. Z pośrednictwa internetu skorzystało tylko 20% respondentów korzystających z ofert biur podróży i były to przede wszystkim osoby z wykształceniem wyższym. Co ciekawe, tylko co drugi respondent wiedział, gdzie w okolicy znajduje się biuro podróży, a tylko 2 osoby potrafiły podać jego nazwę.

Prezentowane wyniki badań, choć nie mogą stanowić podstawy do uogólnień, to pozwalają na uchwycenie pewnych tendencji w zakresie destynacji, długości wyjazdu, wysokości wydatku turystycznego czy stosunku do ofert biur podróży. Niestety, niezwykle skromny zakres badań w zakresie aktywności turystycznej mieszkańców wsi, a szczególnie popytu potencjalnego, i różnice metodyczne w tych badaniach nie pozwalają na tworzenie porównań, które mogłyby dostarczyć ciekawych wniosków.

PODSUMOWANIE

Zmiany na polskiej wsi, a przede wszystkim wzrost poziomu wykształcenia, wzrost poziomu dochodów i dezagraryzacja wpływają na zmiany w strukturze konsumpcji. Udział mieszkańców w turystyce jest mniejszy od średniej krajowej. Jak zauważył W. Alejski [2007, s. 62] *poziom i charakter aktywności turystycznej w większym stopniu jest wyznacznikiem zróżnicowania społecznego niż jego przyczyną*. Analiza wybranych czynników popytu turystycznego wskazuje, że obok determinant natury ogólnej, jak poziom dochodów czy czas wolny, na popyt turystyczny mieszkańców wsi w dużym stopniu wpływ mają czynniki typowe dla obszarów wiejskich. Co więcej, nawet uniwersalne czynniki typu potrzeby turystyczne mają inny wymiar w przypadku mieszkańców wsi niż miast.

Dokonujące się na polskiej wsi zmiany pozwalają przypuszczać, że aktywność turystyczna jej mieszkańców będzie rosła. Dotyczy to również ludności zatrudnionej w rolnictwie. Będzie też rosło zapotrzebowanie na gotowe oferty biur podróży, pod warunkiem, że będą korespondowały z popytem potencjalnym zgłaszanym przez mieszkańców wsi. Dlatego istnieje potrzeba badań w tym zakresie. Zaprezentowane wyniki własnych badań empirycznych stanowią pewien eksperyment badawczy, który miał na celu weryfikację słuszności badań w tym obszarze. Pomimo tego, że uzyskane wyniki nie stanowią podstawy do formułowania uogólnień, to dostarczają wskazówek dla dalszych badań. Pokazują występowanie popytu potencjalnego na usługi turystyczne, w tym na usługi biur podróży. Co ciekawe, respondenci chętnie wyjeżdżaliby z biurami podróży również po Polsce, co mogłoby poprawić funkcjonowanie tego sektora rynku turystycznego. Niewątpliwie na ograniczenie popytu turystycznego obok czynników oczywistych, jak charakter pracy, poziom dochodów, mentalność, system wartości czy wolne od obciążeń ekologicznych miejsce zamieszkania, wpływa słaba dostępność do oferty turystycznej, która jest skorelowana z fizyczną odległością od biur podróży oraz mniejszym niż w mieście dostępem do internetu.

LITERATURA

- Alejski W. 2007: *Inhibitory aktywności turystycznej. Teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych*, „Folia Turistica”, nr 17.
- Anszperger A. 2012: *Turystyka i dobrobyt*, [w] *Dokowania współczesnej myśli ekonomicznej. Egzemplifikacja pojęcia dobrobytu*, U. Zagórska-Jonszta, R. Pęciak (red.), „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 305.
- Budżety gospodarstw domowych w 2012 roku*. 2013: GUS, Warszawa.
- Dziedzic E., Skalska T. 2012: *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Wydawnictwo Stowarzyszenie na Rzecz Badań, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa.
- Fundusz sołecki w pytaniach i odpowiedziach*, Wydawnictwo Stowarzyszenie Liderów Lokalnych Grup Obywatelskich, pozyskano z: <http://siecobywatelska.pl>, dostęp 15.03.2014.
- Górka J. 2010: *Uwarunkowania aktywności rekreacyjnej i turystycznej mieszkańców wsi Wielkopolski*, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, Konin, s. 91-102. <http://mac.gov.pl/projekty/fundusz-solecki-nowelizacja/opis-projektu>, dostęp 06.06.2014. <http://www.witrynawiejska.pl>, dostęp 24.03.2014. <https://www.polskaszerokopasmowa.pl>, dostęp 24.03.2014.
- Ingłot-Brzęk E. 2011: *Brak dostępu do internetu jako wskaźnik wykluczenia społecznego. Nierówność społeczna a wzrost gospodarczy*, „Zeszyt Naukowy Katedry Teorii Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Wydziału Ekonomii Uniwersytetu Rzeszowskiego”, nr 19.
- Jakość życia i spójność społeczna 2011*. GUS, Wstępna analiza wyników badań ankietowych, <http://www.stat.gov.pl>, dostęp 19.03.2013.
- Kachniewska M. 2011: *Wpływ nowych technologii na rynek usług pośredników turystycznych*. „Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej SGH”, t. 32.

- Konieczna-Domańska A. 2008: *Biura podróży na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 106-131
- Krajowe i zagraniczne podróże Polaków w 2008 roku*, www.d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments, s. 4, dostęp 15.03.2014.
- Łaciak J. 2004: *Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w 2003 r.*, Instytut Turystyki, Warszawa, s. 25-45, 63-77.
- Middleton V. 1996: *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo PAPT, Warszawa.
- Migracje zagraniczne ludności. Narodowy spis powszechny ludności i mieszkań 2011*. 2013: GUS, Warszawa.
- Murawska A. 2012: *Zmiany w poziomie i jakości życia ludności na obszarach wiejskich*, „Journal of Agribusiness and Rural Development”, 3(25).
- Niemczyk A., Seweryn R. 2012: *Kryzys XXI wieku a zmiany w popycie na usługi turystyczne (na przykładzie Krakowa)*, „Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej”, nr 35.
- Niezgoda A. 2012a: *Popyt turystyczny – uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” nr 697, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 82.
- Niezgoda A. 2012b: *Uwarunkowania popytu turystycznego*, [w] *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, M. Kachniewska, E. Nawrocka, A. Niezgoda, A. Pawlicz (red.), Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa.
- Podróże Polaków w 2007 roku. Podstawowe wyniki badań*. 2008: Instytut Turystyki, Warszawa.
- Podróże Polaków w 2013 roku. Podstawowe wyniki badań*. 2014: MSiT, Warszawa.
- Potencjał obszarów wiejskich szansą rozwoju*. 2013: Biuletyn Forum Debaty Publicznej, nr 23, Kancelaria Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, luty 2013.
- Przeclawski K. 1997: *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wydawnictwo Albis, Kraków.
- Sytuacja społeczno-demograficzna gospodarstw domowych w latach 2000-2011. Zróżnicowanie miasto-wieś*. 2013: GUS, Warszawa.
- Turyści kupują online*. 2014: „Rynek Turystyczny”, nr 3/2014.
- Ustawa z dnia 20 lutego 2009 r. o funduszu sołeckim*, Dz.U. 2010.217.1427 z późn. zm.
- Wilkin J., Nurzyńska I. 2012: *Polska wieś 2012. Raport o stanie wsi*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa.
- Wodejko S. 1997: *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo Prywatna Wyższa Szkoła Handlowa, Warszawa.
- www.kpmg.com/PL/pl/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/mot_2.pdf
- www.tur-info.pl/p/ak_id,38369,,kolonia,biuro_podrozy,parafia,pit,szara_strefa,organizator_turystyki,grzegorz.html, dostęp 30.03.2014.

Agata Balińska

*TOURIST ACTIVITY IN THE CONTEXT OF THE RURAL POPULATION
SOCIO-ECONOMIC TRANSFORMATION – ACTUAL AND POTENTIAL TOURIST DEMAND
OF RURAL RESIDENTS*

Summary

The article presents the issues of tourist activity in the rural population. Research shows that the share of rural population in tourism is lower than the national average. The article uses secondary data (desk research method) and the results of their empirical research conducted among residents of three villages (by a probing method). The study showed significant differences in wealth and determinants of tourist demand, and pointed to the existence of potential demand for tourism services among the rural population.

Adres do korespondencji:

Dr Agata Balińska

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa

ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa

email: agata_balinska@sggw.pl