

Renata Seweryn
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Wkład turystyki w PKB Polski na tle innych krajów Unii Europejskiej

Streszczenie

Celem artykułu badawczego jest ukazanie wkładu turystyki w produkt krajowy brutto Polski i innych państw Unii Europejskiej. Na podstawie danych World Travel & Tourism Council sporządzono mapę dynamiki wpływu turystyki na gospodarkę krajów UE w latach 2005-2015. Na jej podstawie pozytywnie zweryfikowano hipotezę, że Polska, w odróżnieniu od innych państw unijnych (choćby naszych sąsiadów – Słowacji), nie wykorzystuje w pełni możliwości, które daje turystyka w zakresie wzrostu gospodarczego. Nasz kraj zajmuje niską (w niektórych latach nawet ostatnią) pozycję z uwagi na rolę turystyki w gospodarce. W badanym okresie, mimo wzrostu wielkości turystycznego PKB, zmniejszył się jego wkład w PKB wytworzony w Polsce. Wnioskuje się zatem, że inne dziedziny naszej gospodarki wykazywały wyższą dynamikę przyrostu wartości dodanej brutto – stworzono im lepsze warunki funkcjonowania i rozwoju. Biorąc jednak pod uwagę, że pod względem ekonomicznych funkcji turystyki Polska plasuje się w grupie „penetrujących rynek”, można zakładać, że przy odpowiedniej polityce i stosownych nakładach istnieją szanse na przekształcenie tego sektora działalności w istotny czynnik rozwoju gospodarczego, a tym samym wzrostu jakości życia Polaków.

Słowa kluczowe: gospodarka turystyczna, przemysł turystyczny, efekty bezpośrednie, efekty wtórne, turystyczny PKB, Unia Europejska.

Kody JEL: F62, L83, Z31

Wstęp

W ujęciu ekonomicznym turystyka stanowi istotną dziedzinę działalności rynkowej. Daje ona szansę na odkrywanie i takie wykorzystanie posiadanych przez kraj walorów przyrodniczych i kulturowych, które przynosi korzyści gospodarcze. Jest ona także impulsem dynamizującym rozwój społeczno-ekonomiczny i wzrost produktu krajowego brutto (PKB), co przejawia się w jej zdolności do tworzenia nowych miejsc pracy, ograniczania bezrobocia, stymulowania inwestycji i wpływów do budżetu, redystrybucji dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych oraz podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności (przez zwiększony dostęp do wielu różnorodnych produktów, powstałych na potrzeby turystów lub(i) z dochodów uzyskanych z ich obsługi). Implikuje ona również rozwój innych branż gospodarki, często pozornie od niej odległych, ale w ten czy innych sposób, bezpośrednio lub(i) pośrednio z nią powiązanych (ochrony środowiska, telekomunikacji, rolnictwa, sektora finansowego itd.). Ponadto, eksport usług turystycznych (tzw. niewidzialny, gdyż produkt nie podlega rejestracji

na granicy) wpływa korzystnie na bilans płatniczy kraju. W artykule starano się zweryfikować hipotezę, że Polska nie wykorzystuje w pełni tych rozlicznych funkcji ekonomicznych turystyki. Bazując na danych WTTC pokazano pozycję naszego kraju na tle współczesnych krajów Unii Europejskiej pod względem dynamiki zmian wielkości bezpośrednich i całkowitych efektów turystyki oraz ich wkładu w tworzenie PKB. Analizy empiryczne poprzedziły rozważania na temat gospodarczego znaczenia turystyki, jego uwarunkowań i metod pomiaru.

Ekonomiczne znaczenie turystyki i jego uwarunkowania

Większość współczesnych przemian gospodarczych, społecznych i kulturowych to efekt ogólnych procesów cywilizacyjnych, zmierzających do podnoszenia jakości życia i zwiększania dobrobytu mieszkańców poszczególnych krajów i regionów. Na coraz większej liczbie obszarów mamy obecnie do czynienia z nowoczesnym społeczeństwem postindustrialnym „czasu wolnego i rozrywki” (zwanym też postkapitalizmem), w którym nowe źródła bogactwa, tj. wiedza i informacja, nie zużywają się, a przez to tworzą ogromny potencjał produktywności (Mączyńska 2003, s. 197-198). Gospodarka tych krajów i regionów charakteryzuje się innowacyjnością, następuje wzrost znaczenia usług (serwicyzacja) i inwestycji w aktywa niematerialne. Ma także miejsce rozwój nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT), gospodarki cyfrowej i społeczeństwa informacyjnego (Platonoff i in. 2004, s. 87). Cechy te kształtowane są głównie przez zjawiska wszechobecnej dziś globalizacji i integracji. Dodatkowym ich katalizatorem jest również turystyka, umożliwiająca wymianę myśli, koncepcji, doświadczeń, poznanie nowych rozwiązań i wzorców oraz wprowadzanie ich w życie dzięki dochodom uzyskanym z obsługi jej uczestników. Stąd rozwojem ruchu turystycznego zainteresowane są niemal wszystkie państwa i rejony świata.

W ujęciu makroekonomicznym każdy kraj można traktować jako przestrzeń spotkania popytu z podażą. W przypadku turystyki zderzenie to ma charakter szczególny. Dotyczy ono bowiem zetknięcia transferowanego z innych państw popytu z miejscową podażą dóbr i usług. Popyt zgłaszany przez przybywających do kraju recepcji odwiedzających (turystów i gości jednodniowych) cechuje się pewnymi specyficznymi właściwościami. Jest on m.in. heterogeniczny, bogaty pod względem motywów podróży, form podejmowanych aktywności i możliwości konsumpcyjnych jednostek. Jest to też popyt na całą wiązkę dóbr i usług, zaspokajającą pojawiające się lawinowo potrzeby uczestników ruchu turystycznego (jedna generuje kolejną, która wywołuje następną itd.). Pełne zaspokojenie tych wielu rozmaitych turystycznych i zwykłych codziennych (przeniesionych z miejsca stałego zamieszkania) potrzeb odwiedzających wymaga współlistnienia i współdziałania wielu producentów i innych instytucji (m.in. miejscowych władz i organizacji turystycznych), tworzących jednak pewną całość o wyraźnie zarysowanych powiązaniach wewnętrznych. Cechą tego kompleksu, określanego jako gospodarka turystyczna¹, jest przede wszystkim (oprócz wspomnianej

¹ Gospodarka turystyczna (*travel and tourism economy*) – rynek wytworzony przez szeroko pojęty popyt turystyczny oraz służącą jego zaspokojeniu podaż turystyczną, obejmującą nie tylko dobra i usługi służące bezpośrednio konsumpcji turystycznej, ale także te rodzaje działalności gospodarczej, które są ściśle bądź częściowo uzależnione od ruchu podróżnych i których rozwój nie byłby możliwy (lub byłby znacznie ograniczony), gdyby nie turystyka (*Tourism Satellite...* 2016).

już niemobilności oferowanych przez niego produktów) to, że podaż jego dóbr i usług jest sztywna w krótkim okresie (podczas gdy popyt ma charakter zmienny, w tym zwłaszcza sezonowy). W czasie spadku rozmiarów ruchu turystycznego ponoszone są więc bezproduktywne koszty, tym bardziej, że niesprzedana usługa zostaje bezpowrotnie stracona. Mimo to biznes turystyczny przyciąga przedsiębiorców często niewielkimi, przynajmniej początkowo, inwestycjami, szybkim terminem zwrotu nakładów (szczególnie w przypadku masowej turystyki zorganizowanej (Mika 2007, s. 408) i wysokim poziomem rentowności prowadzonej działalności. Stąd też rozwija się podaż turystyczna, przynosząc ludności terenów recepcji i ich gospodarce konkretne wymierne korzyści ekonomiczne.

Metodyka określania wpływu turystyki na gospodarkę

Bezwzględna wielkość dochodów z turystyki, chociaż bardzo sugestywna i obrazowa, niezbyt precyzyjnie ukazuje ekonomiczne znaczenie tego sektora w gospodarce kraju. Lepszą miarą w tym względzie jest udział wielkości produkcji wytworzonej przez turystykę w produkcie krajowym brutto. Obliczenie tego podstawowego syntetycznego miernika nie nastręcza trudności w sytuacji, gdy dana branża jest odrębną sekcją, działem, gałęzią, grupą, wydzieloną w krajowej klasyfikacji działalności gospodarczej. W odniesieniu do turystyki w obowiązującej obecnie w Polsce PKD 2007 taka sytuacja nie występuje (podobnie jak w wielu innych krajach świata, w tym w państwach Unii Europejskiej). Tym samym system podstawowych rachunków narodowych nie daje odpowiedzi na temat udziału turystyki w PKB. Istnieje jednak możliwość opracowania rachunku uzupełniającego (w stosunku do podstawowych), nazywanego przez statystyków satelitarnym (RST) (Dziedzic, Kachniewska 1997, s. 10). Obecnie rekomendowana przez ONZ metodologia RST (TSA: RMF 2008), będąca wspólnym stanowiskiem United Nations World Tourism Organization (UNWTO) i Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (Seweryn 2015, s. 391-392), zakłada zaliczenie do sektora turystyki całej sekcji I oraz wybranych działów, klas czy podklas z sekcji: H, N i R (Dziedzic, Skalska 2012, s. 21-22).

Szersze niż UNWTO i OECD podejście do gospodarczego znaczenia turystyki reprezentuje World Travel & Tourism Council (WTTC). Organizacja ta od ponad 20 lat, przy współpracy z Oxford Economics, przedstawia rachunek wpływu przemysłu turystycznego² i całej gospodarki turystycznej na PKB³ na świecie, w poszczególnych jego regionach i krajach. Metodologia WTTC sprowadza się do wydzielania trzech rodzajów efektów turystyki: bezpośrednich, pośrednich i indukowanych (Niemczyk, Seweryn 2008, s. 259). Pierwsze odzwierciedlają wewnątrzpaństwowe wydatki na turystykę, poniesione przez odwiedzających krajowych i zagranicznych, a także wydatki na usługi świadczone na ich rzecz przez instytucje rządowe (wydatki publiczne na usługi rekreacyjne i kulturalne). Jest to więc wartość dodana brutto w tzw. Charakterystycznych Rodzajach Działalności Turystycznej

² Przemysł turystyczny (*travel and tourism industry*) – sfera podaży stricte turystycznej, tj. przedsiębiorstw, instytucji i organizacji zajmujących się wytwarzaniem i obrotem dóbr i usług stricte turystycznych, tj. związanych z zakwaterowaniem, wyżywieniem, rekreacją, transportem itp. (*Tourism Satellite...* 2016).

³ Także wpływ na zatrudnienie i eksport.

(linie lotnicze, biura podróży, hotele, muzea, parki narodowe itp.). Efekty pośrednie to natomiast wartość dodana brutto generowana przez partnerów jednostek obsługi ruchu turystycznego, tj. przez przedsiębiorstwa, organizacje i instytucje ściśle z turystyką związane. Firmy turystyczne wydatkują bowiem dalej pieniądze uzyskane od turystów – m.in. na zakup surowców do przygotowania posiłków, środków czystości w hotelach czy usług IT dla biur podróży oraz na związane z turystyką inwestycje (np. w obiekty noclegowe, atrakcje). Ponadto, z podatków płaconych przez firmy turystyczne finansowane są wydatki rządowe na turystykę (inwestycje w nowe lotniska, promocję kraju, bezpieczeństwo, stan sanitarny itd.) (*Methodology...* 2016, s. 3). Z kolei indukowany wkład turystyki obejmuje wartość dodaną brutto w jednostkach częściowo z turystyką związanych, pochodzącą z wydatków pracowników zatrudnionych bezpośrednio lub(i) pośrednio w turystyce. Chodzi tu o przedsiębiorstwa produkujące i oferujące żywność, ubrania, o dostawców mediów, sprzętu, usług edukacyjnych itd. (Seweryn 2010, s. 251), które, gdyby nie początkowy wydatek turysty i tym samym płace obsługujących go bezpośrednio lub(i) pośrednio pracowników, nie odnotowałyby przychodów. Należy dodać, że efekty pośrednie i indukowane określane są łącznie jako wtórne (w odróżnieniu od pierwotnych, tj. bezpośrednich). Ponadto, o ile skutki bezpośrednie odzwierciedlają znaczenie przemysłu turystycznego, to wszystkie efekty razem (tzw. całkowite) odnoszą się do całej gospodarki turystycznej.

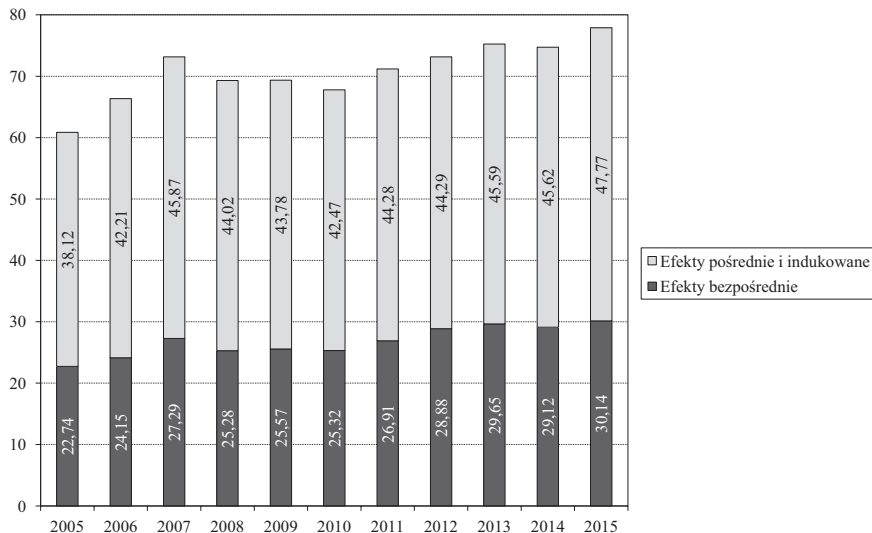
PKB generowane przez turystykę w Polsce w latach 2005-2015

Szacowana wg metodologii WTTC wartość PKB wytworzonego przez polski przemysł turystyczny w cenach realnych w 2015 roku to 30,14 mld złotych. Natomiast cała gospodarka turystyczna wygenerowała w 2015 roku aż 77,91 mld złotych (w cenach realnych). W latach 2005-2015 wielkość turystycznego PKB w naszym kraju nie zawsze wykazywała tendencję wzrostową (por. wykres 1). Największy przyrost odnotowano w 2007 roku – wzrost o 12,99% efektów bezpośrednich i o 10,25% efektów całkowitych. W roku następnym miał natomiast miejsce najbardziej znaczący w badanym okresie spadek – odpowiednio o 7,36% i o 5,28%. Kolejne zmniejszenie zaobserwowano w 2010 roku – o 0,96% efektów pierwotnych i o 2,25% efektów całkowitych. Od 2011 roku PKB generowane przez turystykę w Polsce sukcesywnie wzrastało, aczkolwiek przyrosty te były coraz mniejsze. W 2014 roku ponownie wystąpił spadek, ale w ostatnim roku analizy efekty bezpośrednie zwiększyły się o 3,50%, a całkowite – o 4,25%.

Udział turystyki w PKB wytworzonym w Polsce w latach 2005-2015 wykazywał podobne, choć nie analogiczne fluktuacje (por. wykres 2). Największy spadek miał miejsce również w 2008 r. – o 10,87% zmniejszył się udział przemysłu turystycznego, a o 8,87% całej gospodarki turystycznej. Tendencja ta utrzymywała się do 2011 roku, kiedy to wkład turystyki nieznacznie wzrósł (odpowiednio o 1,36% i 0,16%). W następnych dwóch latach także zaobserwowano przyrosty, ale w kolejnych wystąpiły już spadki (zwłaszcza w 2014 roku – o 5,00% zmniejszył się udział przemysłu turystycznego i o 3,92% gospodarki turystycznej).

Wykres 1

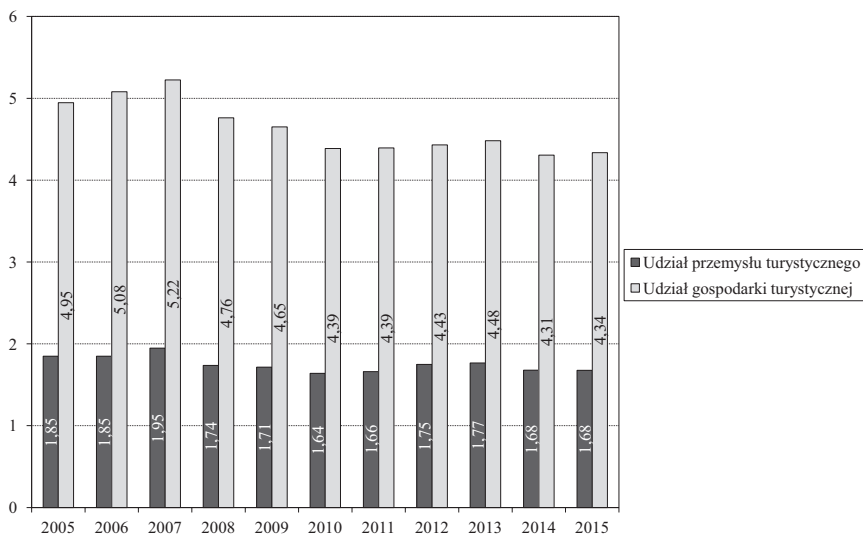
PKB generowane przez turystykę w Polsce w latach 2005-2015 (w mln PLN w cenach realnych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych WTTC (World... 2016).

Wykres 2

Udział turystyki w PKB Polski w latach 2005-2015 (w %)



Źródło: jak w wykresie 1.

Na podstawie porównania danych zaprezentowanych na wykresach 1 i 2 można wywnioskować, że w latach 2005-2015 inne dziedziny polskiej gospodarki rozwijały się szybciej, wykazując wyższą niż turystyka dynamikę wzrostu wartości dodanej brutto. Świadczy o tym fakt, że w 2009 roku, mimo wzrostu wartości realnej turystycznego PKB, zmniejszył się jego wkład w PKB wytworzony w Polsce. Również w latach 2011-2013 przyrosty PKB wygenerowanego przez turystykę były większe niż przyrosty jego udziału w PKB wytworzonym w Polsce. I wreszcie, w ostatnim analizowanym roku, mimo relatywnie dużego przyrostu efektów bezpośrednich i całkowitych, nastąpił spadek udziału tych pierwszych (o 0,05%), a tylko niewielki wzrost udziału tych drugich (o 0,67%) w PKB naszego kraju.

Ekonomiczne znaczenie turystyki w Polsce na tle innych krajów UE w latach 2005-2015

W rankingu wielkości efektów generowanych przez przemysł turystyczny (wyrażonych w cenach realnych w przeliczeniu na dolary) Polska plasowała się w latach 2005-2015 na 12. miejscu wśród 28 państw należących obecnie do Unii Europejskiej. Analogiczne miejsce (12.) nasz kraj zajmował pod względem wielkości efektów całkowitych, z wyjątkiem lat: 2005-2006 i 2010-2012, kiedy to lokowaliśmy się o jedno miejsce niżej. Zdecydowanie gorzej wyglądał wkład turystycznego PKB do PKB Polski. Otóż udział efektów bezpośrednich dawał nam dopiero 25. pozycję (w latach 2006, 2010, 2011, 2014 i 2015 nawet 26., a w latach 2008 i 2009 – o jedno miejsce niżej). Natomiast pod względem wkładu efektów całkowitych Polska plasowała się wśród krajów unijnych na ostatnim miejscu, z wyjątkiem lat 2005 i 2010, kiedy zajmowaliśmy najlepsze pod tym względem w badanym okresie 26. miejsce oraz lat 2006-2008 i 2011-2013, kiedy była to 27. pozycja. Nie ulega zatem wątpliwości, że niemal wszystkie inne państwa UE lepiej potrafią wykorzystać gospodarcze funkcje turystyki, stwarzając jej korzystniejsze warunki rozwoju.

Dla dokładniejszego porównania znaczenia turystyki w Polsce w relacji do innych współczesnych krajów UE w latach 2005-2015 wykorzystano zmodyfikowaną mapę dynamiki rynku. Jako narzędzie oceny pozycji konkurencyjnej danego podmiotu na tle innych (w tym przypadku Polski na tle UE) bazuje ona na prostym i czytelnym sposobie prezentacji, charakterystycznym dla metod portfelowych. Te ostatnie umożliwiają graficzne przedstawianie, w przestrzeni dwuwymiarowej, przewidywanych rezultatów wzajemnego oddziaływania na siebie czynników kontrolowanych (z reguły odwzorowanych za pomocą osi odciętych) i niekontrolowanych (uwzględnianych na osi rzędnych). Relacje między tymi czynnikami w układzie współrzędnych tworzą tzw. macierz strategiczną (Kotler 2005, s. 94). W niniejszym opracowaniu siatka ta umożliwia ocenę pozycji różnych krajów UE ze względu na dynamikę zmian znaczenia turystyki dla ich gospodarki. Na osi poziomej oznaczono średnie tempo zmian (obliczone jako średnia geometryczna łańcuchowych indeksów dynamiki) wielkości PKB przemysłu turystycznego/gospodarki turystycznej w mld dolarów, a na pionowej – średnie tempo zmian procentowego udziału przemysłu turystycz-

nego/gospodarki turystycznej w PKB danego państwa. Tak sporządzona mapa pozwoliła na wyznaczenie czterech grup krajów:

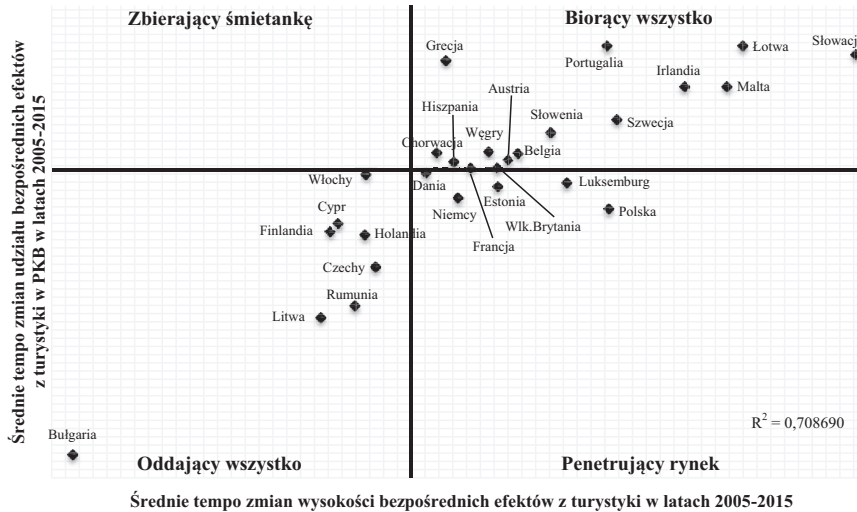
- oddający wszystko – państwa, które nie tylko tracą turystów (lub przyjeżdżają oni rzadziej, zostają krócej i wydają mniej) na rzecz innych krajów UE i świata, ale w których turystyka ma także coraz mniejsze znaczenie w gospodarce; w przyszłości należałoby rozważyć możliwości i szanse rozwoju ruchu turystycznego na ich terenie;
- penetrujący rynek – mimo wzrostu wielkości turystycznego PKB (zdobywania nowych gości, wzrostu częstotliwości odwiedzin, długości pobytu i wysokości ich wydatków), w krajach tych udział turystyki jako sektora gospodarczego zmniejsza się, co oznacza, że inne branże rozwijają się szybciej; turystyka ma w nich jednak szansę, przy odpowiedniej polityce i nakładach, przekształcić się w istotny czynnik rozwoju ekonomicznego;
- zbierający śmietankę – mimo spadku wielkości turystycznego PKB (liczby turystów lub(i) częstotliwości ich przyjazdów, długości pobytu i wysokości ich wydatków), w państwach tych rola turystyki jako dziedziny działalności gospodarczej zwiększa się, co oznacza spadek wysokości ich całkowitego PKB lub malejące znaczenie innych branż; jeśli turystyka ma nadal zapewnić w nich stosowne dochody należy ją wspierać;
- biorący wszystko – kraje, które najlepiej wykorzystują turystykę i możliwości rynkowe, które ona stwarza – wzrasta tak wielkość turystycznego PKB (zdobywają one nowych klientów lub(i) częstotliwość i długość ich odwiedzin wzrasta, wydają oni więcej), jak i jego udział w tworzeniu krajowego PKB (znaczenie turystyki rośnie); państwa takie muszą dużo inwestować w turystykę, aby nadażyć za rozwojem rynku i odpiąć ataki rosnącej konkurencji (Gierszewska, Romanowska 2003, s. 2005).

Mapę dynamiki rynku w odniesieniu do bezpośrednich efektów z turystyki dla 28 obecnie członkowskich krajów UE w latach 2005-2015 zaprezentowano na wykresie 3.

Na podstawie wykresu 3 jego podstawie można stwierdzić, że żadne z państw nie należało w badanym okresie do grupy „zbierających śmietankę”. Takie kraje, jak: Włochy, Cypr, Finlandia, Holandia, Czechy, Rumunia, Litwa, a zwłaszcza Bułgaria, nie tylko traciły turystów, ale i przemysł turystyczny odgrywał coraz mniejszą rolę w ich gospodarce. W zupełnie odwrotnej sytuacji znajdowały się: Chorwacja, Hiszpania, Grecja, Węgry, Austria, Belgia, Słowenia, Szwecja, Portugalia, Irlandia, Malta, Łotwa, Słowacja oraz Francja i Wielka Brytania. Większość z nich to państwa, w których turystyka od dawna posiadała i nadal posiada istotne znaczenie. Niektóre (jak Malte, Chorwację i Grecję) można nawet określić jako monokultury turystyczne, tj. takie, których stabilność gospodarcza uzależniona jest od warunków i procesów zachodzących na międzynarodowym rynku turystycznym. Trzecia grupa państw, do której należą: Dania, Niemcy, Estonia, Luksemburg i Polska, to te, które odnotowały wprawdzie w badanych latach przyrost bezpośrednich efektów z turystyki, ale udział przemysłu turystycznego w PKB wykazał w ich przypadku tendencję spadkową. Łatwo zauważyć, że największą dynamiką wzrostu efektów pierwotnych z turystyki i jednocześnie największą dynamiką spadku ich udziału w PKB charakteryzowała się w tej grupie Polska (odpowiednio średnioroczne tempo zmian 2,86% i -0,97%). Zatem w naszym kraju turystyka w najmniejszym stopniu, w porównaniu z innymi, przyczyniała się do tworzenia PKB, a tym samym rozwoju gospodarczego i wzrostu jakości życia mieszkańców.

Wykres 3

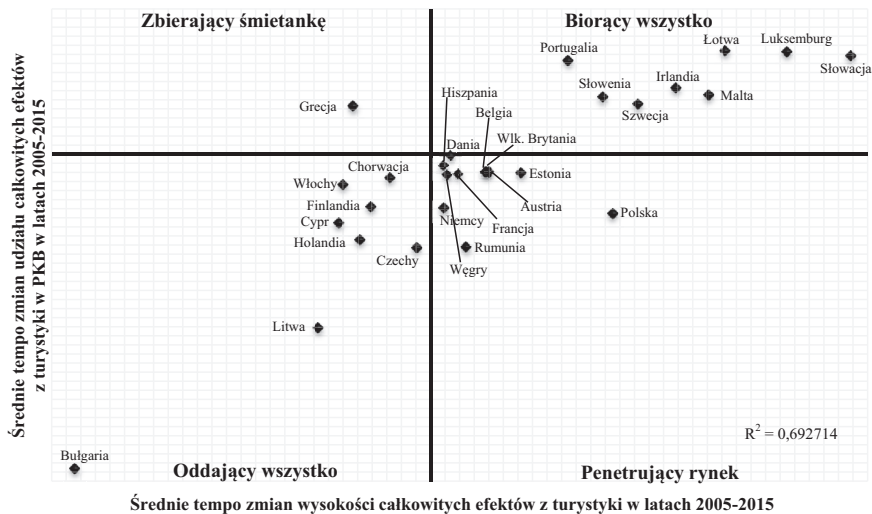
Mapa dynamiki bezpośredniego wpływu turystyki na gospodarkę krajów UE w latach 2005-2015



Źródło: jak w wykresie 1.

Wykres 4

Mapa dynamiki całkowitego wpływu turystyki na gospodarkę krajów UE w latach 2005-2015



Źródło: jak w wykresie 1.

Zbliżone wyniki uzyskano biorąc pod uwagę całkowite efekty z turystyki i ich znaczenie dla PKB krajów unijnych w latach 2005-2015 (por. wykres 4).

W grupie „oddających wszystko”, oprócz państw należących do niej za sprawą bezpośrednich efektów z turystyki, znalazła się Chorwacja, która w przypadku znaczenia przemysłu turystycznego plasowała się w grupie zupełnie przeciwnej, tj. „biorących wszystko”. Oznacza to, że jest to kraj pod względem całkowitego wkładu turystyki do gospodarki najbardziej przegrany. Na krajowym rynku brakuje dóbr i usług, które zaspokajałyby potrzeby jednostek ściśle lub(i) częściowo związanych z turystyką. Pojawiają się więc tzw. „wycieki”, które prowadzą do zaniku fazy obrotu. Jeśli bowiem przedsiębiorstwa turystyczne czy jakiegokolwiek inne z nimi związane albo miejscowe władze lub też lokalna ludność zatrudniona bezpośrednio bądź pośrednio przy obsłudze turystów, nie są w stanie nabyć poszukiwanych przez siebie produktów na danym obszarze, kupują je u producentów i oferentów poza tym obszarem. Ma zatem miejsce import, a tym samym pieniądź przywieziony przez turystów, zamiast krążyć w chorwackiej gospodarce, odpływa na zewnątrz – do innych krajów eksporterów. Wywołuje to „ubytki” efektów pośrednich i indukowanych (Seweryn 2012, s. 126-128).

Z kolei Rumunia, która pod względem efektów bezpośrednich znajdowała się w grupie „oddających wszystko”, z uwagi na wyniki całej gospodarki turystycznej przesunęła się do grupy „penetrujących rynek”. Odnotowała więc w analizowanych latach wprawdzie dodatnie tempo przyrostu efektów całkowitych, ale ich udział w krajowym PKB pozostał analogiczny jak przy wynikach przemysłu turystycznego, tj. ujemny (inne branże rumuńskiej gospodarki okazały się bardziej dochodowe).

Dokładnie w odwrotnej sytuacji znalazła się Grecja, która z grupy „biorących wszystko” pod względem efektów bezpośrednich, przesunęła się do „zbierających śmietankę” z uwagi na korzyści całkowite. Można zatem stwierdzić, że mimo spadkowego tempa wielkości całkowitych efektów z turystyki, tempo przyrostu udziału gospodarki turystycznej w greckim PKB pozostało dodatnie. Tym samym wnioskuje się, że w związku z kryzysem coraz większa część PKB Grecji generowana jest przez wyższe efekty mnożnikowe malejącego (w niektórych latach badanego okresu, zwłaszcza w 2012 r. – spadek aż o 13,6%) przyjazdowego ruchu turystycznego (European... 2016).

Takie kraje, jak: Hiszpania, Węgry, Francja, Austria, Wielka Brytania i Belgia przesunęły się natomiast z grupy „biorących wszystko” do „penetrujących rynek”. O ile zatem państwa te bardzo dobrze wykorzystywały w analizowanych latach możliwości ekonomiczne rynku turystycznego, rozwijając się szybciej niż konkurenci, zarówno pod względem wielkości bezpośrednich efektów z turystyki, jak i ich znaczenia w generowaniu krajowego PKB, to wzrost wielkości efektów całkowitych nie przekładał się na wzrost ich udziału w PKB (wręcz przeciwnie nastąpił spadek tego udziału). Oznacza to, że inne środki finansowe krążą w gospodarce tych krajów dłużej niż te, przywiezione przez turystów.

Najlepiej turystykę do rozwoju gospodarki „spożytkował” w badanym okresie Luksemburg, który z grupy „penetrujących rynek” pod względem efektów bezpośrednich przesunął się do „biorących wszystko” z uwagi na efekty całkowite. Należy zatem skonstatować, że w kraju tym pieniądze od turystów najczęściej zmieniają właściciela, przyczyniając się do tworzenia

takich efektów mnożnikowych, które mimo zmniejszającego się znaczenia przemysłu turystycznego w tym państwie, pozwalają na dodatnie tempo zmian wkładu całej gospodarki turystycznej do PKB.

Jeśli chodzi o Polskę, to w przypadku efektów całkowitych zajęła ona analogiczną pozycję, jak w odniesieniu do korzyści bezpośrednich, plasując się wśród „penetrujących rynek”. Zatem nawet największy w tej grupie państw przyrost wartości dodanej brutto całej gospodarki turystycznej (średniorocznie o 2,50%) okazał się niewystarczający do tego, aby wzrosło jej znaczenie w generowaniu PKB naszego kraju (spadek udziału o 1,31%). Ewidentnie inne branże polskiej gospodarki wykazywały więc w badanym okresie wyższą niż turystyka dynamikę wzrostu, lepiej przyczyniając się do rozwoju ekonomicznego i wzrostu jakości życia Polaków.

Podsumowanie

Przeprowadzone analizy pozwalają stwierdzić, że o ile pod względem wysokości wpływów z turystyki nasz kraj plasuje się całkiem dobrze na tle innych państw UE, to z uwagi na wkład turystyki w PKB sytuacja Polski wygląda zdecydowanie gorzej. Mapa dynamiki rynku wskazuje, że w badanym czasie (2005-2015) turystyka wykazywała ujemne tempo zmian, podczas gdy wzrastały (mimo krótkotrwałych spadków) wpływy z turystyki, co warto podkreślić – liczone w miliardach dolarów. Tym samym założona na wstępie hipoteza, że nasz kraj nie wykorzystuje w pełni możliwości, które daje turystyka w zakresie rozwoju gospodarczego, weryfikuje się pozytywnie. Oczywiście, nie pretendujemy do przekształcenia się w monokulturę turystyczną, choćby z uwagi na fakt, że nie mamy ku temu sprzyjających przesłanek – daleko nam do atrakcyjnych kurortów Morza Śródziemnego, kuszących turystów piękną pogodą i ciepłą wodą, czy też do doskonałych walorów zimowego wypoczynku we włoskich, szwajcarskich lub francuskich Alpach. Niemniej jednak uzyskane wyniki pozwalają ewidentnie wnioskować, że skoro inne dziedziny gospodarki naszego kraju wykazują wyższą dynamikę wzrostu wartości dodanej brutto i skoro takie państwa, jak np. Słowacja, Łotwa czy Szwecja są w stanie uzyskać dodatnie tempo wpływu turystyki na gospodarkę, to sektor ten nie ma jeszcze w Polsce dostatecznie sprzyjających warunków rozwoju. Wprawdzie coraz częściej dostrzega się już jego ekonomiczne znaczenie. Czyta się bowiem dużo o tym, że turystyka zajmuje drugie miejsce w ekonomice światowej (po przemyśle elektronicznym i komputerowym), wyprzedzając przemysł petrochemiczny i samochodowy (Marcuniuk-Kluska 2014, s. 85-86), jest trzecim ogólnoswiatowym produktem eksportowym, za paliwami i substancjami chemicznymi, a przed żywnością i artykułami motoryzacyjnymi (*Tourism Highlights* 2016, s. 2), w UE jest trzecim pod względem znaczenia obszarem działalności gospodarczej, ustępując miejsca jedynie sektorowi handlu i dystrybucji oraz budownictwu (Juul 2015, s. 5), daje możliwości uzyskiwania dochodów przez miejscową ludność i samorząd terytorialny, stanowi jedną z najważniejszych dziedzin gospodarki krajowej i lokalnej, generując pokaźne wpływy do budżetów, jej rozwój zapewnia korzyści także innym branżom, pozornie od niej odległym. Ale w dalszym ciągu

rząd w swojej polityce wewnętrznej kładzie nacisk na inne rodzaje działalności, jako na podstawowe źródła wzrostu gospodarczego. Ekonomiczna siła turystyki pozostaje natomiast przez wiele osób spoza turystycznego środowiska po prostu niedoceniana. A przecież większość instrumentów ekonomicznych, wpływających na jej rozwój znajduje się właśnie poza decyzjami administracji odpowiedzialnej za ten sektor (tj. Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz działającej w jego ramach Polskiej Organizacji Turystycznej). Wydaje się zatem, że w prowadzonej polityce warto uwzględnić nie tylko działania zmierzające do stworzenia optymalnych warunków rozwoju przedsiębiorczości w turystyce i wspierania jej przejawów, ale także następującą dewizę: „Ucz korzyści gospodarczych z turystyki swoich partnerów, decydentów i sponsorów” (Kruczek, Walas 2004, s. 7). Przy takiej strategii i oczywiście stosownych nakładach, turystyka w naszym kraju ma szansę przekształcić się w istotny czynnik rozwoju gospodarczego, a tym samym wzrostu jakości życia mieszkańców.

Bibliografia

- Dziedzic E., Skalska T. (2012), *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa.
- Dziedzic E., Kachniewska M. (1997), *Rachunek satelitarny turystyki*, „Rynek Turystyczny”, nr 18-19.
- European Commission (2016), *Database*, Eurostat, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> [dostęp: 23.07.2016].
- Gierszewska G., Romanowska M. (2003), *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
- Juul M. (2015), *Tourism and the European Union. Recent Trends and Policy Developments*, European Parliamentary Research Service, Brussels.
- Kotler Ph. (2005), *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- Kruczek Z., Walas B. (2004), *Promocja i informacja turystyczna*, PROKSENIA, Kraków.
- Marciuniuk-Kluska A. (2014), *Turystyka jako determinanta rozwoju obszarów wiejskich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”, nr 101, seria: „Administracja i Zarządzanie”, nr 28.
- Mączyńska E. (2003), *Ustrój gospodarczy w Polsce. Pułapki modelowe*, (w:) Mączyńska E., Pysza P. (red.), *Spoleczna gospodarka rynkowa. Idee i możliwości praktycznego wykorzystania w Polsce*, „Ekonomia i Świat Współczesny”, PTE, Warszawa.
- Methodology WTTC / Oxford Economics 2016 Travel & Tourism Economic Impact Research* (2016), Oxford Economics, Oxford.
- Mika M. (2007), *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, (w:) Kurek W. (red.), *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Niemczyk A., Seweryn R. (2008), *Mnożnik turystyczny w Polsce jako regionie Zjednoczonej Europy (próba pomiaru)*, (w:) Gołębski G. (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań.
- Platonoff A.L., Sysko-Romańczuk S., Moszoro B. (2004), *Innowacyjność polskich firm w gospodarce opartej na wiedzy*, „Ekonomia i Organizacja Przedsiębiorstw”, nr 1.
- Seweryn R. (2010), *Economic Results of Tourism Development in the Malopolska Region*, (w:) Strišš J. i in. (Eds.), *Marketing Development in Theory and Practice*, Faculty of Management Science and Informatics and Institute of Management by University of Zilina, Zilina.

- Seweryn R. (2012), *Kreowanie wartości dla klienta przez obszar recepcji turystycznej*, Seria specjalna: Monografie, nr 220, Wydawnictwo UE w Krakowie, Kraków.
- Seweryn R. (2015), *Wkład turystyki w tworzenie miejsc pracy w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej po 1989 roku*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, nr 41(1).
- Tourism Highlights* (2016), UNWTO, Madrid.
- Tourism Satellite Accounting Confirms Travel & Tourism as the World's Foremost Economic Activity* (2016), <http://www.prnewswire.co.uk/news-releases/tourism-satellite-accounting-confirms-travel--tourism-as-the-worlds-foremost-economic-activity-156832065.html> [dostęp: 14.07.2016].
- World Travel & Tourism Council (2016), *Research*, <http://www.wttc.org/research> [dostęp: 23.07.2016].

The Contribution of Tourism to GDP of Poland and Other European Union Countries

Summary

The aim of the article is to show the contribution of tourism to the Gross Domestic Product of Poland and other European Union member states. Based on the information provided by the World Travel & Tourism Council, the map of the dynamics of the impact of tourism on the economy of EU countries in the years 2005-2015 was drafted. On the basis of this map, there was positively verified the hypothesis that Poland, unlike other EU countries (even our neighbours – Slovakia), does not fully exploit the possibilities for the economic growth offered by tourism. Poland is in a low position (in some years, even the last one) in terms of the role of tourism in the economy. In the analysed period, despite an increase in the size of the tourist GDP, its contribution to Polish GDP decreased. It is concluded, therefore, that other areas of Polish economy showed a higher dynamics of growth of the gross value added – better conditions of functioning and developing were created for them. However, given that in terms of the economic functions of tourism Poland ranks in the group of “penetrating the market”, it can be assumed that with the right policy and appropriate investment there are chances to transform this sector of the economy in an important factor of the economic development and thus to improve the quality of life of Poles.

Key words: tourism economy, tourist industry, direct effects, second-round effects, tourist GDP, European Union.

JEL codes: F62, L83, Z31

Вклад туризма в ВВП Польши на фоне других стран Европейского Союза

Резюме

Цель исследовательской статьи – указать вклад туризма в валовой внутренний продукт Польши и других государств-членов Европейского Союза.

На основе данных World Travel & Tourism Council составили карту динамики влияния туризма на экономику стран-членов ЕС в 2005-2015 гг. На ее основе положительно оценили гипотезу, что Польша, иначе нежели другие государства-члены ЕС (хотя бы наши соседи – Словакия), не использует полностью возможностей, которые сулит туризм с точки зрения экономического роста. Польша занимает низкое (в некоторые годы даже последнее) место с точки зрения роли туризма в экономике. В изучаемый период, несмотря на рост объема туристского ВВП, его вклад в произведенный в Польше ВВП уменьшился. Следовательно, сделан вывод, что другие области польской экономики демонстрировали более высокую динамику прироста добавленной стоимости брутто – им создали лучшие условия функционирования и развития. Учитывая однако, что по экономическим функциям туризм Польши попадает в группу «входящих на рынок», можно считать, что при соответствующей политике и надлежащих капвложениях есть шансы преобразовать этот сектор деятельности в существенный фактор экономического развития, тем самым повышению качества жизни поляков.

Ключевые слова: туристская экономика, индустрия туризма, непосредственные эффекты, косвенные эффекты, туристский ВВП, Европейский Союз.

Коды JEL: F62, L83, Z31

Artykuł nadesłany do redakcji w maju 2017 roku

© All rights reserved

Afiliacja:

dr hab. Renata Seweryn, prof. UEK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Wydział Zarządzania

Katedra Turystyki

ul. Rakowicka 27

31-510 Kraków

e-mail: renata.seweryn@uek.krakow.pl