

Tomasz Dziedzic

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie

Funkcje i użyteczność pomiarów ruchu turystycznego

Streszczenie

Artykuł dotyczy metodologicznych i użytkowych aspektów stosowania pomiarów ruchu turystycznego. Autor rozważa konsekwencje szacowania wielkości zbiorów zjawisk wysoce heterogenicznych. Zbiorami takimi są liczby turystów na danym obszarze powstałe w oparciu o obowiązującą definicję turysty. Zwraca uwagę, że w efekcie takich zabiegów tworzone są zbiory o charakterze abstrakcyjnym o stosunkowo niskiej wartości poznawczej i użytkowej. Przedstawiony jest przykład trzech regionów o silnie zróżnicowanym charakterze ruchu turystycznego przy analogicznym poziomie liczby definicyjnych turystów i odmiennych konsekwencjach dla gospodarki turystycznej. Kontekst analizy dotyczy w głównej mierze działań badawczych podejmowanych na poziomie jednostek statystycznych oznaczanych jako NUTS-2 i NUTS-4. W konkluzji autor podkreśla, że wielka złożoność i niejednorodność współczesnej turystyki wymaga zróżnicowanych miar i tworzenia konstrukcji wielu zbiorów o niższym poziomie agregacji niż ogólna „liczba turystów”. Wymaga także zdystansowania się w procedurach badawczych od presji mediów i przekazu uproszczonego. Większy nacisk powinien być położony na kwestie ekonomiczne, organizacyjne i ekologiczne

Słowa kluczowe: liczba turystów, ruch turystyczny, zbiór, heterogeniczność turystyki, użyteczność miary.

Wstęp

Przedstawione rozważania, analogie i wnioski odnoszą się tak do sfery teoretycznej, jak i praktycznej związanej z funkcją i użytecznością pomiarów ruchu turystycznego. Powoduje to pewną nieokreśloność kręgu potencjalnych zainteresowanych tą tematyką, z drugiej zaś strony nie eliminuje żadnej z grup odbiorców, dla których może być inspiracją do rozwiązywania problemów zawodowych. W tym także tych praktyków, którzy mają nieco mniejsze zaplecze teoretyczne. Stąd, autor w kilku miejscach odnosi się do kwestii istotnych z punktu widzenia całości wyводу i konkluzji, choć dość oczywistych dla osób od lat zajmujących się tymi problemami. Z tego powodu, ci ostatni proszeni są o wyrozumiałość.

Długą tradycję (tak długą jak gospodarka towarowa) ma liczenie ludzi jako konsumentów przeróżnych dóbr i usług. Liczeni są nabywcy aut i telewizorów, widzowie w kinach, pacjenci w szpitalach itp. Jednak użyteczność tych pomiarów nie jest już tak jednoznaczna, ani dla sprzedawców (producentów), ani dla badaczy społecznych. Pierwszych na ogół interesuje wartość zakupów i ich struktura. Drugich – społeczny zasięg (ranga) zjawiska i jego socjologiczno-ekonomiczne, a także psychologiczne konsekwencje. Informacja, że na pewnym obszarze w określonym czasie kupiono np. milion samochodów ma niezwykle

ograniczoną (by nie powiedzieć żadną) wartość poznawczą i użytkową. Dla producenta aut¹ kluczowa jest informacja o strukturze asortymentowej tej sprzedaży, cechach produktu decydujących o wyborach konsumenckich, opłacalności produkcji (relacji uzyskiwanych cen do ponoszonych kosztów) i efektywności promocji. Łączna liczba np. miliona samochodów może być uznawana za istotną przez pryzmat pewnych szacunków globalnych. Dla sensownej oceny społecznych skutków nabycia miliona samochodów należy się odnieść do szeregu innych zmiennych (np. wielkości populacji, wielkości segmentów możliwych nabywców, statystycznego zjawiska „pierwszego auta” itp.).

Przedstawiono bardzo pobieżna ocena wartości użytkowej i poznawczej wysoce zregulowanej miary nawet w przypadku produktów materialnych, łatwo definiowalnych i policzalnych wskazuje, że jej walory są ograniczone. W wielu innych sytuacjach rzecz komplikuje się bardziej, a stopień złożoności zjawiska przekłada się na nieokreśloność miary i niepewność oceny wielkości z niej wynikającej (czy naprawdę zmierzylśmy to, co chcieliśmy zmierzyć?).

Dla rozważań oceniających miary ruchu turystycznego w pewnym zakresie przydatna może być analogia ze sfery tzw. ochrony zdrowia i usług medycznych. W obu obszarach mamy do czynienia z usługami po stronie podaży i stanami (mniej lub bardziej przejściowymi) oraz z korzystaniem z usług po stronie konsumentów². Jednym ze zjawisk policzalnych i jedną z miar w sferze medycznej jest liczba pacjentów. Ale sens tej miary i posługiwanie się nią powstaje wtedy, gdy odnosi się do jakiejś kategorii usług/świadczeń, jakiegoś konkretnego powodu korzystania z danego typu usług (choroba, rodzaj chorób) i rodzaju placówek medycznych usługi te świadczących. Nie stosuje się w opisie statystycznym miary: wszystkie usługi medyczne udzielone w danym roku bądź wszyscy chorzy w danym roku. Wynika to z braku racjonalności takich miar na co nakłada się problem ze zdefiniowaniem statusu chorego³.

Z powyższego wypada wyciągnąć wniosek, że przy zjawiskach wewnątrznie silnie zróżnicowanych, wieloaspektowych, a zewnętrznych granicach często nieostrych, stosowanie miar o wysokim stopniu agregacji jest rozwiązaniem wadliwym i nie prowadzącym ani do lepszego rozpoznania tych zjawisk, ani lepszego nimi zarządzania. Wniosek ten nie przekreśla użyteczności analiz i wiedzy z nich płynących, gdy odnoszą się one do innych aspektów,

¹ W przypadku aut, przykładowa liczba miliona sprzedanych (miliona nabywców) może odnosić się do jednego producenta lub kilku bądź kilkunastu (jak na ogół bywa). W tym ostatnim wariancie wartość faktyczną dla wytwórcy ma przede wszystkim dynamika zmian na rynku, a więc czy rynek aut cechuje tendencja rosnąca, stagnacyjna, czy malejąca. Ważny jest także udział w rynku, a w zasadzie w jego segmentach istotnych dla danego producenta.

² Fakt, że usługi medyczne są w znacznym stopniu wymuszone przez okoliczności i wiążą się z sytuacjami często nagłymi i nieplanowanymi, natomiast udział w turystyce i korzystanie z usług turystycznych z definicji ma charakter dobrowolny, z reguły zamierzony, a często planowany nie ma w tym przypadku znaczenia.

³ Po stronie podaży wiąże się to z usługami paramedycznymi, świadczonymi przez tzw. medycynę alternatywną lub usługami znachorów. Z kolei definicja chorego musiałaby się opierać albo na wariancie operacyjnym wąskim (ten, kto korzysta z usług leczniczych mających na celu likwidację stanu chorobowego), bądź szerokim (ten, kto podejmuje działania mające na celu likwidację stanu chorobowego, niekoniecznie korzystając z usług), albo w wariancie subiektywnym, czyli chorym jest ten, kto czuje się chory.

takich jak globalna wartość świadczonych lub zakupionych usług, bądź liczba pracowników świadczących takie usługi. Niekiedy jednak mamy do czynienia z bardzo dużym rozziwem pomiędzy kwalifikacjami i czynnościami poszczególnych grup pracowniczych, a przydatność tego wielkiego agregatu⁴ jest mocno ograniczona⁵.

Uwarunkowania definicyjne

Po długim okresie niełatwych dyskusji na forum Światowej Organizacji Turystyki przyjęto definicję odwiedzającego i odwiedzającego turystycznie. Dało to podstawy do kwalifikowania spełniających wyznaczone kryteria osób do tej kategorii, do obserwacji zachowań ludzi spełniających ustalone wymogi i do zabiegów statystycznych z tego wynikających. WTO (obecnie UNWTO) od wielu lat, opierając się na danych krajowych zbiera, przetwarza i publikuje wielkości klasyfikowane jako liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych (*international tourist arrivals*). Podkreślić należy, że ta kategoria nie jest tożsama z liczbą turystów, choć bardzo często – szczególnie w mediach i potocznych sformułowaniach – za taką jest uznawana. UNWTO nie stosując pojęcia „liczba turystów”, a „liczba przyjazdów turystycznych” bardziej eksponuje zachowania (częstotliwość zachowań) niż wielkość zbioru pod nazwą „turyści międzynarodowi”. Statystyki UNWTO – bazujące na obowiązującej nomenklaturze – nie zawierają kategorii „liczba turystów”. Można zakładać, że właśnie takie podejście ma uzasadnienie, szczególnie do ruchu między krajami. W układzie międzynarodowym wielkości te dają asumpt do generowania ocen o stanie i zmianach światowej turystyki w układzie globalnym, regionów świata i poszczególnych krajów, a także o jej społecznym znaczeniu. Szacowane wielkości przyjazdów turystycznych nie przekładają się bezpośrednio ani w konstrukcji teoretycznej, ani w praktyce na pojęcie „liczba turystów”. Mamy zatem do czynienia z definicją operacyjną: odwiedzającym/turystą jest ten, kto odbywa określoną podróż, np. turystyczną.

Przyjęta definicja odwiedzającego (odwiedzającego turystycznie), która naturalnie determinuje powstające statystyki powstała na bazie wyznaczonych dość szeroko warunków brzegowych. Określają one dobrowolny charakter podróży (poza miejsce stałego zamieszkania i pracy), minimalny i maksymalny jej czas i dowolny powód/motyw, o ile tylko nie jest on wyłącznie związany z zarabianiem pieniędzy⁶. Jedną z konsekwencji takiej regulacji

⁴ Pod pojęciem wielkiego agregatu autor rozumie zbiór zawierający elementy zakwalifikowane do tego zbioru tylko z uwagi na 1-2 cechy, bez uwzględnienia ich zróżnicowania pod kątem jakiegokolwiek inne cechy. Wielki agregat to zbiór, o którym mówimy, że zawiera wszystkie elementy obdarzone cechą A, B bądź A i B, a więc zbiór wyznaczony wielkim kwantyfikatorem. Cechy wyróżniające występują na tyle często, że powstające w ten sposób zbiory są liczne lub bardzo liczne. Przykładem wielkiego agregatu może być zbiór wszystkich osób z brązowym kolorem tęczy bez względu na płeć, rasę, wiek, miejsce zamieszkania i jakkolwiek inną cechę, lub zbiór tych, którzy choć raz w życiu mieli na nogach narty.

⁵ Czynnikiem sprzyjającym jego stosowaniu – prócz uwarunkowań formalnych i biurokratycznych (wspólne struktury zarządzania) jest silny związek funkcjonalny: w procesie świadczenia usługi (np. operacji) zaangażowane są różne grupy zawodowe.

⁶ Za obowiązującą autor uznaje definicję turysty przyjętą przez WTO/UNWTO. Por. *Terminologia turystyczna, Zalecenia WTO* (1995, s. 7-10).

jest wyeliminowanie turysty jako kategorii ontologicznej, jako cechy określającej mniej lub bardziej trwałą postawę człowieka i jego systemu wartości oraz zachowań, a sprowadzenie jej do stanu przejściowego. Przyjęto, że turystą (odwiedzającym) jest się w trakcie podróży. Zmarginalizowane zostało określenie – wcześniej rozpowszechnione – bycia turystą niezależnie od tego, czy się w danej chwili podróżuje, czy nie, innymi słowy bycia turystą jako pochodną pewnego rodzaju aktywności, analogicznie do bycia wędkarzem, sportowcem-amatorem, kierowcą samochodu. We wszystkich tych przypadkach osoba pozostaje z takim statusem, niezależnie od tego, czy w danej chwili wędkuje, uprawia sport bądź prowadzi auto, czy też nie, i oddaje się innym zajęciom (a przerwa w wykonywaniu czynności wyznaczającej jej status niezawodowy może być bardzo długa).

Jeśli przyjmiemy, że turystą jest ten, kto odbywa podróż, na gruncie definicji UNWTO turystą (odwiedzającym) jestem wtedy i tylko wtedy, kiedy odbywam podróż. To dość istotne przewartościowanie w stosunku do ujęcia wielu uczonych, którzy jak np. M. Boyer wywiedli – na bazie postaw, przeżyć i zachowań – pojęcie podróży przedłużonej⁷. Ktoś, kto wszedł w tę fazę już turystą nie jest, zakończył bowiem podróż rzeczywistą, tj. faktyczne poruszanie się w przestrzeni i zmianę miejsca pobytu/pobytów. Tym samym, zgodnie z definicją, rzecz sprowadza się do faktycznej lub w znacznym stopniu prawdopodobnej konsumpcji produktów uznawanych za charakterystyczne produkty turystyki i na tej podstawie włączania lub wyłączenia z „wielkiego agregatu” nazywanego liczbą turystów.

Celem autora nie jest podważanie bądź negowanie obowiązującej definicji turysty. Warunkiem koniecznym takich zamierzeń mogłaby (powinna) być jakaś nowa, odmienna propozycja, a taką autor nie dysponuje. Chodzi jednak o podkreślenie konsekwencji, które płyną ze stosowania określonych rozwiązań pojęciowo-metodologicznych dla teorii i praktyki badania zjawisk turystycznych. Innymi słowy, nie negując istniejącej definicji dostrzegać należy jej ułomność, przez co budowa na jej podstawie kategorii statystycznej (jednorodnej) i operowanie nią obarczone jest wadą, z tejże definicji wynikającą. Odnosi się to szczególnie do tworzenia takich wielkości na poziomie wojewódzkim (NUTS⁸-2) oraz powiatowym i miejskim (NUTS-4). Na poziomie ponadwojewódzkim (NUTS-1) z reguły w Polsce nie dokonuje się takich szacunków, podobnie jak w podregionach (NUTS-3). Na poziomie lokalnym (NUTS-5, gminy) często sytuacja w zakresie ruchu turystycznego jest bardziej jednorodna, a związek między liczbą turystów a ich zachowaniami bardziej jednoznaczny.

Bardzo duża heterogeniczność turystyki tak po stronie podażowej, jak i popytowej jest zjawiskiem dostrzeganym przez analityków, jednostki badawcze i organizacje monitorujące zachowania społeczne i ich skutki. Usługi turystyczne świadczone są przez tak różne rodzaje

⁷ Więcej na temat ujęcia M. Boyera i faz podróży (w tym podróży przedłużonej) (w:) Przeclawski (1996, s. 37).

⁸ NUTS – *Nomenclature of Units for Territorial Statistics*; jednostka terytorialna dla celów statystycznych, ustalana przez Eurostat (tj. Urząd Statystyczny Unii Europejskiej) we współpracy z krajowymi urzędami statystycznymi. Por. strony www Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej (ukie.gov.pl) oraz Centrum Informacji Europejskiej (cie.gov.pl).

przedsiębiorstw, jak firmy hotelarskie, transportowe, restauracje, zrzeszenia przewodników, placówki muzealne, biura podróży, biura obsługi ruchu turystycznego, kompleksy rekreacyjne, centra informacji turystycznej, towarzystwa ubezpieczeniowe, witryny internetowe, sklepy z pamiątkami itd. Równie zróżnicowany jest zakres usług, z których korzystają osoby spełniające definicyjne kryterium bycia turystą, a co wynika z celu i charakteru podróży, czasu jej trwania, odczuwanych potrzeb, możliwości finansowych, wcześniejszych doświadczeń i tego, co robią inni⁹. Prócz zróżnicowania asortymentowego mamy także ogromne zróżnicowanie znaczenia ekonomicznego; niekiedy może być to zakup jednej usługi, za stosunkowo niewielką kwotę (np. bilet do muzeum w trakcie odwiedzin u znajomych i gościny u nich¹⁰). W innym przypadku nabycie kilku lub kilkunastu bardzo różnych usług o wartości wielu tysięcy złotych (lub euro). Przyjęta definicja i tworzona na jej bazie ogólna kategoria statystyczna – liczba turystów, a także liczba podróży – nie bierze pod uwagę tej immanentnej cechy turystyki, jaką jest heterogeniczność ograniczając się wyłącznie do kryterium czasowego odbywania dobrowolnej podróży.

Kategorie statystyczne uwzględniające wybrane cechy elementów zbioru na ogół tworzone są na bazie ich jednorodności, z uwagi na jedno lub kilka kryteriów. Niekiedy cechy są współwystępujące (w wysokim stopniu), a kryteria wzajemnie spójne. W takim jednak przypadku nie bez znaczenia jest określenie, która z cech-zmiennych tworzy zbiór będący punktem odniesienia dla drugiego zbioru¹¹, gdyż stopień zależności może być diametralnie różny. Innym aspektem wyodrębnienia jest waga/znaczenie cechy wyznaczającej dany zbiór dla występowania innych cech oraz ich skutków społecznych (socjologicznych i ekonomicznych), niekiedy ekologicznych. W przypadku zbioru „turyści” tworzonego na podstawie kryteriów wyznaczonych przez obowiązującą definicję jednorodność ogranicza się do odbywania podróży (zgodnej z definicją). Heterogeniczność turystyki i bardzo zróżnicowane rozkłady innych cech powodują, że wartość poznawcza wynikająca z istnienia takiego zbioru (i jego wielkości) jest bardzo ograniczona, by nie powiedzieć wątpliwa. Podobne wątpliwości może budzić waga/znaczenie wyznaczonej dla tego zbioru cechy.

Niekiedy twierdzi się, że ten zbiór pod nazwą „liczba turystów” jest nie jedyną, ale jedną z wielkości obrazującą turystykę i stanowi statystyczny wyznacznik syntetyzujący zjawisko, mimo wewnętrznego zróżnicowania. Z reguły towarzyszy temu argument o istnieniu i wykorzystywaniu innych miar i wielkości wzbogacających obraz sytuacji. Powoduje to

⁹ Nierzadko stajemy się konsumentami jakiegoś dobra lub usługi nie dlatego, że odczuwamy taką potrzebę, było to naszym zamierzeniem, wpisywało się w plany wyjazdu, ale wyłącznie na skutek czegoś, co można by nazwać mimikrą ekonomiczną: dopasowujemy się do czasowego otoczenia (współtowarzyszy podróży i/lub osób także będących turystami na odwiedzanym terenie) i kupujemy to co one.

¹⁰ W przypadku podróży niedalekich od miejsca zamieszkania, a odbywanych własnym samochodem, także koszt transportu może nie być przez turystę uwzględniany jako koszt podróży; nie idzie za nim także przepływ pieniędzy do obszaru odwiedzanego za tankowanie, gdyż go nie było.

¹¹ Przykładem może być współwystępowanie cech bycia w podróży i bycia gościem hotelowym. W uproszczeniu można założyć, że wszyscy goście hotelowi są w podróży, mamy zatem 100% współzależność obu cech, jeśli punktem odniesienia jest zbiór nocujących w hotelu. Badania empiryczne wśród turystów polskich podróżujących po kraju wskazują, że osób nocujących w hotelach jest kilkanaście procent. Por. np. Waciak (2009), dostępne: <http://www.intur.com.pl>

jednak pytanie, która z miar jest kluczowa, a która ma znaczenie drugo- lub trzeciorzędne, a odpowiedź może być różna w zależności od celów pytającego.

W sferze poznawczej i stopnia skwantyfikowania zjawisk działalnością nieco bardziej rozwiniętą od turystyki jest transport. W zakresie transportu pasażerskiego nie operuje się jednak wielkim agregatem w postaci „liczby pojazdów” bądź „liczby przetransportowanych”, gdyż pomijając trudności (szczególnie w tym drugim przypadku) w policzeniu (a nawet oszacowaniu) zbioru w sposób ewidentny rzuca się w oczy jego bezużyteczność. W to miejsce wprowadzone są miary uwzględniające podział gałęziowy transportu, rodzaje (publiczny-prywatny, zbiorowy-indywidualny) i zasięg, a także agregaty bardziej szczegółowe, jak np. liczba wagonów sypialnych bądź pasażerów klasy biznes. Może to być pewną wskazówką co do kierunku zmian w obszarze turystyki.

Wieloznaczność następstw i nieadekwatność pomiarów

Stosowana zgodnie z definicją cecha wyróżniająca (bycie turystą/odbywanie lub odbycie podróży turystycznej), a służąca do określania wielkości zbioru, ma także i ten mankament, że generuje konstrukcję abstrakcyjną, w swojej całości nie mającą styku z żadną grupą podmiotów rzeczywistych. W przypadku liczby pasażerów np. linii lotniczych układ „wielkiego agregatu” też ma skazę ogólności i dla samych przewoźników, a także analityków, jest tylko jedną z wielu i wcale nie kluczową miarą, to jednak odnosi się do jakiegoś przedsiębiorstwa lub grupy przedsiębiorstw, ma więc bezpośredni związek z pewnym bytem realnym (w sensie ekonomicznym i/lub prawnym¹²).

Konsekwencją przyjęcia obowiązującej definicji turysty także jest powstanie zbioru abstrakcyjnego. Elementy zbioru (turyści) nie mają żadnych cech wspólnych poza odbywaniem podróży zgodnej z definicją. Fakt, że mamy do czynienia ze zjawiskami o bardzo różnej intensywności w poszczególnych okresach i miejscach dodatkowo pomniejsza wartość poznawczą i użyteczność tworzenia takiego zbioru oraz posługiwanie się nim.

Abstrakcyjność zbioru pogłębia fakt jego wyznaczników czasowych, tj. okresu, do którego odnosi się pomiar. Jeśli odwiedzający (turyści) pojawiają się na pewnym terenie jednocześnie, np. z okazji jakiegoś wydarzenia, zbiór można oceniać jako konkretny (nie abstrakcyjny), a wiążą się z nim równie konkretne skutki logistyczne, ekonomiczne i ekologiczne. Im pomiar (i mierzone zjawisko) jest bardziej rozciągnięte w czasie, tym fluktuacja natężenia zjawiska może być większa, a efekty poznawcze płynące z miary „liczba turystów” w ciągu na przykład roku, mniejsze.

Abstrakcyjność zbioru „liczba turystów”, tj. brak powiązań wszystkich elementów zbioru z otoczeniem (jego częścią) w zbliżonym (bądź takim samym) stopniu powoduje, że nie-

¹² Jeśli mówimy np. o liczbie pasażerów obsłużonych łącznie przez wszystkie porty lotnicze danego kraju, a status właścicielski jest różny, zagregowanie wyniku z położenia na terenie jednego państwa, a więc bytu prawnego i należy przyjąć – realnego.

kiedy bardzo duże zmiany w jego wielkości nie są przez to otoczenie odczuwalne. W innych zaś przypadkach, mimo że wielkość zbioru się nie zmieniła, następuje zmiana zachowań, a przez to skutków dla przynajmniej części otoczenia. Przykładem może być spadek liczby korzystających z turystycznej bazy noclegowej (i wpływów z tego tytułu), przy utrzymywaniu się szacowanej liczby turystów na tym samym poziomie bądź zmniejszenie się szacunkowych wielkości liczby turystów przy wzroście liczby klientów w hotelach, restauracjach, w transporcie i innych przedsiębiorstwach obsługujących turystów. Można zatem powiedzieć, że definicyjna liczba turystów w wyniku abstrakcyjności zbioru jest miarą niczego, a więc jest miarą nieadekwatną do oceny zjawisk turystycznych.

Z punktu widzenia podmiotów składających się na gospodarkę turystyczną kluczowa jest wielkość popytu na oferowane przez nie rodzaje usług, struktura ruchu turystycznego według cech rzutujących na popyt oraz dotarcie z informacją o produkcie do segmentów docelowych. Żadna z tych kwestii nie ma bezpośredniego i ścisłego związku z liczbą turystów/odwiedzających szacowaną na podstawie definicyjnego kryterium odbywania podróży turystycznej.

Dla zarządzania przestrzenią publiczną istotne są potoki podróźnych, struktura środków transportu, miejsca koncentracji i czasowe wariacje tych zjawisk. Znaczenie ma wielkość przepustowa dworców i lotnisk, potencjał przewozowy transportu publicznego, liczba miejsc parkingowych, liczba pojazdów prywatnych poruszających po wybranych szlakach komunikacyjnych, koncentracja ruchu w miejscach atrakcyjnych turystycznie itp. Dla obszarów odpowiadającym NUTS-2 żadna z tych wielkości nie jest prostą pochodną i nie ma bezpośredniego powiązania z ogólną liczbą turystów¹³. Podobnie dla instytucji (komórek) i osób odpowiedzialnych za rozwój turystyki we władzach regionalnych. Rzeczywistą miarą efektywności ich działania jest wzrost wpływów ze sprzedaży usług turystycznych, łącznie i w poszczególnych segmentach rynku, co – przynajmniej teoretycznie – powinno bazować na lepszym produkcie i lepszej promocji. Może się to wiązać ze zwiększeniem liczby turystów, ale jak wiadomo wcale nie musi. Ocena taka wymaga jednak wnikliwego monitorowania tej sprzedaży, mozolnego zbierania danych, przetwarzania i analizowania. Pokusa, by żmudną segmentacyjną analizę zastępować jedną szacowaną wielkością (wielkim agregatem), bywa poważna. Tym poważniejsza, im bardziej parametr ten ma trend rosnący. Przy wartościach malejących często poszukuje się bardziej zniuansowanych ocen, mających na celu wyjaśnienia i/lub wskazanie, że „sytuacja jest zróżnicowana, a w niektórych obszarach mamy wzrost”.

Tylko z punktu widzenia przekazu medialnego i relacji biurokratycznych jedna wielkość, uznawana za „liczbę magiczną” pełni funkcję *quasi* informacyjną. *Quasi*, tzn. nie przekazuje

¹³ Np. wiedza o tym (na podstawie badań), że 60% turystów w województwie małopolskim porusza się własnymi samochodami, a tych turystów w ciągu roku jest 10 mln nie przekłada się na informacje o potokach ruchu na A-4 lub drodze Kraków-Zakopane. Liczba turystów może się zmniejszyć, a ruch na tych niewralgicznych małopolskich szosach zwiększyć bądź odwrotnie

wiedzy o rzeczywistych procesach i stanach, a zastępuje ją hasłem, pozornie zrozumiałym¹⁴ dla wszystkich i łatwym do ekspozycji.

Dość często jako argumentu na rzecz tworzenia i posługiwania się liczbą turystów (jako wielkim agregatem) wysuwa się jej przydatność dla porównania ruchu turystycznego na danym terenie z innym terenem, a także dla potencjalnych inwestorów rozważających zaangażowanie w tworzenie infrastruktury turystycznej. Obie te funkcje wydają się chybione. W przypadku danych porównawczych miara, jaką jest ogólna liczba turystów mimo tej samej wielkości nominalnej może oznaczać bardzo różne skutki społeczno-ekonomiczne, zaś innym razem skutki mogą być zbliżone, a wielkości różne i decyduje o tym wiele innych parametrów powodujących odmienną strukturę ruchu, zachowania turystów i profity dla gospodarki turystycznej regionu. Te same uwagi mogą dotyczyć zmian w układzie szeregu czasowego dla tego samego obszaru: ogólna liczba turystów nie zmienia się, lecz następuje rekompozycja cech strukturalnych i skutków społeczno-ekonomicznych, bądź liczba turystów wzrasta, ale ich zachowania zmieniają się niekorzystnie (np. maleje sprzedaż charakterystycznych produktów turystycznych CPT¹⁵, maleją ogólne wpływy od turystów itp.). W rozmowach z potencjalnymi inwestorami także należy oczekiwać, że będą oni chcieli uzyskać przede wszystkim możliwie dużo informacji o cechach ruchu turystycznego na danym obszarze i wiedzy o jego strukturze. Ogólna informacja, że województwo odwiedza trzy, cztery lub sześć milionów definicyjnych turystów nie ma bardziej istotnego znaczenia, w przeciwieństwie do informacji o tym, po co i skąd przyjeżdżają, czym i którędy, na jak długo, czy są bogaci, czy raczej biedni, na co wydają pieniądze, jaki jest wizerunek regionu i miejsca potencjalnej inwestycji.

Istotnym elementem różnicującym zachowania uczestników ruchu turystycznego jest stałe miejsce zamieszkania lub pracy odwiedzających/podróżujących. Proporcje wielkości tej grupy, która zamieszkuje dany obszar recepcyjny (województwo, powiat) do grupy odwiedzających przybyłych z zewnątrz są ważne dla zarządzania i organizacji tej sfery, a także mogą przekładać się na poważne skutki ekonomiczne w postaci dodatkowych impulsów popytowych na CPT (lub ich braku) w stosunku do popytu generowanego wyłącznie przez mieszkańców regionu. Można traktować to jako konsekwencje o charakterze makroekonomicznym dla wyodrębnionego obszaru recepcyjnego. Z kolei proporcje te nie są ważne dla właścicieli i zarządzających obiektami, z których korzystają odwiedzający. Dla właściciela hotelu, wyciągu narciarskiego bądź administratora zabytku – o ile nie mówimy o promocji i docieraniu w jej ramach do segmentów docelowych – obszar „pochodzenie pieniędzy/

¹⁴ Zrozumienie pozorne wynika z opierania się miary na definicyjnym pojęciu turysty, która to definicja nie jest powszechnie znana, a odbiorca informacji odnosi ją do swojego intuicyjnego rozumienia pojęcia. Pojęcia definicyjne i intuicyjne mogą istotnie różnić się między sobą, co do zakresu desygnatów. Wprawdzie brak jest badań empirycznych na ten temat, ale z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że osoba wyjeżdżająca na weekend na własną działkę ani przez siebie, ani przez innych (poza specjalistami) nie będzie nazywana turystą. Z kolei za takich będą na ogół uznawani odwiedzający w niedzielę Puszcę Kampinoską mieszkańcy Warszawy.

¹⁵ CPT – charakterystyczne produkty turystyczne, produkty powstające w Charakterystycznych Rodzajach Działalności Turystycznej. Por. Dziedzic (2003, s. 21-22).

klientów” ma rangę znikomą. Nie ma też znaczenia, czy nabywcą jest definicyjny turysta, czy odwiedzający 1-dniowy, a stanowią oni często pokaźny odsetek korzystających np. z wyciągów narciarskich, wypożyczalni sprzętu sportowo-turystycznego bądź kupujących bilety wstępu do atrakcji turystycznych.

Rozkłady cech, o których mowa mogą przybierać bardzo różne charakterystyki w poszczególnych regionach i zmienne w czasie, a ich związek statystyczny ze zmiennością ogólnej liczby turystów na ogół jest luźny, co ma swoje źródło w heterogeniczności zjawiska i zastosowaniu wielkiego kwantyfikatora przy konstrukcji definicji turysty. Poniżej przedstawione są hipotetyczne 3 regiony/województwa Polski i naszkicowane pewne cechy rzutujące na zjawiska turystyczne. Nie są one (regiony) wprawdzie bytami empirycznymi tylko fikcyjnymi, ale autor zakłada wysokie prawdopodobieństwo zaistnienia takich cech, ich kompozycji i wpływu na wielkość analizowanych wskaźników. Założeniem o charakterze apriorycznym jest tylko przyjęta – taka sama dla każdego z regionów – liczba turystów.

Region A – region będący obszarem recepcji ruchu turystycznego o charakterze wypoczynkowym ze stosunkowo długim średnim pobytem i rozbudowaną bazą kwater prywatnych i agroturystycznych. Region posiada obiekt światowej sławy (wpisany na listę UNESCO) i przyciąga wielu turystów z całego kraju, a także z zagranicy. Funkcjonuje tu dość duże (jak na polskie warunki) lotnisko obsługujące zagraniczny ruch wyjazdowy i przyjazdowy. Dochody mieszkańców są poniżej średniej dla całego kraju, a regionalny PKB lokuje go w dolnej połowie tabeli wśród polskich województw.

Region B – w regionie przeważa ruch krótkookresowy, zarówno mieszkańców województwa, jak i turystów spoza regionu, stosunkowo słabo rozwinięta jest baza noclegowa kwater prywatnych, a pobyty w nich – podobnie, jak w obiektach noclegowych zbiorowego zakwaterowania – są krótkie. Region posiada bardzo duży ośrodek miejski, którego mieszkańcy masowo wyjeżdżają na weekendy korzystając z bezpłatnych noclegów we własnych domkach lub należących do rodziny bądź znajomych. Regionalne lotnisko obsługuje ruch na niskim poziomie, niewielu cudzoziemców korzysta też z tego transportu przy odwiedzinach miasta/regionu. Pokażną część odwiedzających stanowią odwiedzający 1-dniowi. Region nie posiada znaczącej atrakcji turystycznej. Dochody mieszkańców odpowiadają średniej krajowej, a PKB województwa sytuuje region w środku tabeli.

Region C - w regionie przeważa ruch krótkookresowy, zarówno mieszkańców województwa, jak i turystów spoza regionu, choć udział wyjazdów dłuższych (szczególnie mieszkańców regionu) powoduje, że średni czas pobytu w obiektach zbiorowego zakwaterowania jest istotnie dłuższy niż w regionie B. Wśród turystów większy niż regionie A i B jest odsetek podróżujących w celach biznesowych. Lotnisko należy do większych w kraju, obsługuje ruch głównie międzynarodowy, a przylatujący cudzoziemcy stanowią ok. 1/5 pasażerów i przybywają w celach biznesowych oraz odwiedzin krewnych bądź znajomych. W regionie stosunkowo dobrze rozwinięta jest baza całorocznych ośrodków

wypoczynkowych i pensjonatów, z których korzystają głównie jego mieszkańcy. Oni też głównie odwiedzają największą atrakcję regionu. Pod względem dochodów mieszkańców i PKB region zajmuje miejsce w pierwszej trójce polskich województw. Po części przekłada się to na znaczną ruchliwość przestrzenną w postaci wyjazdów 1-dniowych z korzystaniem przy tej okazji z szeregu CPT.

Tabela 1

Wybrane hipotetyczne wielkości wskaźników regionalnego ruchu turystycznego (konstrukcja teoretyczna)

Miara	Region A	Region B	Region C
Liczba turystów w regionie w ciągu roku (w tys.)	3 000	3 000	3 000
Liczba korzystających z ONZZ (w tys.)	100	200	400
Liczba sprzedanych noclegów w ONZZ (w tys.)	1 000	350	1200
Liczba turystów korzystających z innej odpłatnej bazy noclegowej (w tys.)	1 400	800	1 000
Liczba turystów korzystających z nieodpłatnych noclegów (w tys.)	1 500	2 000	1 600
Liczba pasażerów na lotnisku (w tys.)	1 800	350	2 400
Liczba biletów wstępu na najczęściej odwiedzanej atrakcji regionu (w tys.)	150	30	100
Łączne szacunkowe wydatki turystów (w mln PLN)	6 000	3 600	5 500
Odsetek turystów spoza regionu	80	50	50
Przychody gospodarki turystycznej w regionie (w mln PLN)	24 000	10 000	17 000

Źródło: opracowanie własne.

Niezależnie od – wykazanej na przykładzie wielkości przedstawionych w tabeli 1 – poznawczej ułomności miary w postaci ogólnej liczby turystów w regionie, pozostaje pytanie, czy nie jest ona przydatna przy szacowaniu wpływów finansowych z aktywności turystycznej? Praktyka szacowania wartości popytu sprowadza się na ogół do wycinkowych badań ankietowych i ekstrapolowania takich wyników na szerszą zbiorowość¹⁶. Należy jednak uwzględnić fakt bardzo dużego zróżnicowania poziomu wydatków w zależności od celu i rodzaju wyjazdu, długości pobytu, wykorzystywanej bazy noclegowej, możliwości finansowych i wielu innych czynników. W przypadku ruchu krajowego badanego na poziomie NUTS-2 odwołanie się do ogólnej liczby turystów ma pewien walor praktyczny, gdyż pozwala na stosunkowo łatwe oszacowanie wydatków łącznych na podstawie średniej ważonej rozkładów wydatków deklarowanych. Analogiczna analiza segmentacyjna jest w takim przypadku procedurą bardziej pracochłonną i o ile w niektórych segmentach mogłaby dawać

¹⁶ Dobrze jest, gdy te ekstrapolacje zestawione ze stroną podażową (wpływy ze sprzedaży w CPT w CRDT) dają zbliżone rezultaty.

wyniki bardziej dokładne, to w innych margines błędu byłby bardzo duży¹⁷. Powoduje to, że miara pod nazwą „liczba turystów” może być użyteczna, ale jako narzędzie służące do szacowania wydatków, z braku innych lepszych i jako weryfikacja (uzupełnienie) metody podażowej, nie zaś jako samodzielna miara będąca syntezą i esencją badań nad ruchem turystycznym.

Podsumowanie

Przedstawione wyżej problemy badawcze i praktyczne skłaniają do kilku wniosków, które można sformułować następująco:

- 1) Bardzo duża heterogeniczność turystyki w ujęciu społecznym i gospodarczym powoduje nieadekwatność jednego parametru dla pomiaru zjawiska.
- 2) Przyjęcie za taką miarę definicyjną liczby turystów i obdarzenie jej wielkim kwantyfikatorem skutkuje powstaniem zbioru wprawdzie nie pustego, ale abstrakcyjnego, tj. osadzonego wyłącznie w czasoprzestrzeni (administracyjnie wyznaczony obszar i zjawisko o wielce zróżnicowanej intensywności w okresie roku) oraz definicji wyznaczającej warunki brzegowe.
- 3) Skumulowana wiedza empiryczna i teoretyczna o zjawiskach turystycznych powinna prowadzić do przekonania o konieczności budowania i stosowania szeregu miar odnoszących się do różnych aspektów zjawiska „turystyka”. Miar, dla których metody wartościowe będą co najmniej równie ważne jak metody ilościowe oraz miar ilościowych ocenianych równoważnie (przynajmniej kilku) bez uznawania jakiegś z nich za tę, która najlepiej oddaje istotę całości zjawiska i jest liczbą bez mała magiczną. Inne dziedziny wiedzy (w tym nauki) bardziej zaawansowane (w zakresie teorii, metodologii i narzędzi) już wcześniej poszły tą drogą. Społeczno-ekonomiczne znaczenie turystyki jest współcześnie na tyle duże, że nie powinno być potrzeby podpierania się wielką, lecz całkowicie niejednoznaczną liczbą. W to miejsce może być kilka nominalnie mniejszych, ale o większej wadze poznawczej i użytkowej, a wspólnym mianownikiem powinny być wskaźniki wartościowe (przychody i wydatki, rentowność oraz inwestycje) oraz udział w PKB i rynku pracy.
- 4) Zamiast niemałych pieniędzy przeznaczanych na badania na poziomie NUTS-2 (a także NUTS-4 i NUTS-5), których – zgodnie z założeniami – celem priorytetowym jest „oszacowanie liczby turystów w regionie”, środki te mogłyby być skierowane na inne zadania, np. finansowanie lub współfinansowanie regionalnych rachunków satelitarnych turystyki. Uwaga ta dotyczy szczególnie województw (NUTS-2), które powtarzają ba-

¹⁷ Np. dla segmentu korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania, gdzie wielkość ta jest policzalna, a w przypadku wątpliwości istnieje możliwość doszacowania i znając rozkład wydatków w tym segmencie uzyskać możemy kwotę o stosunkowo dużym stopniu wiarygodności. Komfortu tego nie ma, gdy szacowane byłyby wydatki np. nocujących u krewnych bądź znajomych, gdyż liczba takich turystów (jako odrębna, samoistna kategoria służąca do szacowania wydatków segmentu) byłaby niezwykle trudna do uzyskania, co przekładałoby się na rzetelność oceny łącznych wydatków w tej grupie.

- dania każdego roku (ten sam schemat badawczy, zakres, metodologia). Sumy te pozwoliłyby realizować prace nad regionalnym RST w bardzo rzetelnym zakresie¹⁸.
- 5) Nieadekwatność miary „liczba turystów” jako wielkiego agregatu nie oznacza, że pojęcie to nie może być stosowane z pożytkiem z pewnymi ogranicznikami – przestrzennymi, czasowymi i dotyczącymi różnych cech uczestników ruchu turystycznego, tj. cech przekształcających zbiór abstrakcyjny w zbiór nieabstrakcyjny. I tak, za miarę adekwatną wypada uznać liczbę turystów odwiedzających jakąś atrakcję¹⁹ lub pojawiających się na możliwie ściśle zdefiniowanej ograniczonej przestrzeni w tym samym czasie, bądź intensywność ruchu mierzoną liczbą turystów (albo wszystkich odwiedzających) na jakimś szlaku.
 - 6) W układzie makrospołecznym w miejsce szermowania milionami turystów (wyjeżdżających i/lub przyjeżdżających) za miarę obrazującą miejsce turystyki w systemie zachowań (poniekąd i wartości) sugerować by należało – zdaniem autora – stopień uczestniczenia społeczeństwa w turystyce (w wyjazdach turystycznych) oraz rozszerzenie obszaru badawczego z poziomu ogólnopolskiego na poziom regionalny i lokalny. Regionalne zróżnicowanie wartości tego wskaźnika, jego poziom i uwarunkowania stanowić mogą nie tylko niebagatelny zasób wiedzy socjologicznej, ale także informacji przekładających się na praktykę marketingową (gdzie, co i w jaki sposób promować)²⁰.
 - 7) Nie przypadkiem aspekt ilościowy (liczba turystów) pomijany jest w wielu analizach renomowanych instytucji badawczych. Przykładem mogą wskaźniki i miary, którymi posługuje się *Oxford Economics* i korzystające z tej metodologii ośrodki i branże (np. *World Travel & Tourism Council*²¹), a także metodologia zalecana przy tworzeniu RST. Innym pouczającym wzorem mogą być badania niemieckie nad segmentem turystyki rowerowej, w których dokonano bardzo wnikliwej analizy zjawisk, posłużono się wieloma miarami, określono wartość kilkudziesięciu wskaźników, ale całkowicie pominięto (jako wielkość bezużyteczną) liczbę turystów rowerowych w Niemczech, jak i w poszczególnych landach (*Fahrradtourismus...* 2009). Precyzyjnie natomiast określono wpływy podatkowe powstające z racji uprawiania przez Niemców tej formy aktywności.
 - 8) Stwierdzenie jednego z szefów Regionalnej Organizacji Turystycznej, że „musimy znać liczbę turystów w województwie, bo tego wymagają od nas władze (w domyśle – regio-

¹⁸ Inną sferą, w której efekty poznawcze i praktyczne mogłyby być bardziej dostrzegalne jest rzetelna i wielostronna inwentaryzacja bazy noclegowej turystyki w regionie i jej monitorowanie. W tym zakresie od wielu lat zwraca się uwagę na pewne niedostatki w działalności GUS.

¹⁹ W wariacie prostym może to być liczba osób, która z atrakcji korzysta przez fakt zakupu biletów lub – o ile korzystanie jest bezpłatne – znajduje się na terenie obiektu. W wersji metodologicznie bardziej ambitnej może to być liczba osób odwiedzających atrakcję, także z uwzględnieniem odwiedzających 1-dniowych, rodzajem podróży, w trakcie której ma miejsce odwiedzenie atrakcji, rynku emisyjnego (obszaru pochodzenia odwiedzającego) i innych cech.

²⁰ Dla regionalnych (niekiedy także lokalnych – w przypadku największych polskich miast) badań poziomu aktywności turystycznej najkorzystniej byłoby wykorzystać formułę centralnych badań ogólnokrajowych. Dałoby to jednoczesną i pełną wiedzę wszystkim zainteresowanym. Władze regionalne z powodu ograniczeń biurokratycznych mogły takie badanie prowadzić tylko wśród własnych mieszkańców, choć zainteresowane są/byłyby przede głównie taką wielkością u wszystkich innych.

²¹ Por. doroczne opracowania WTTC dot. oszacowania wielkości popytu w przemyśle turystycznym i w gospodarce turystycznej publikowane przez tę organizację, a także np. *Aviation – The Real World Wide Web* (2008).

nalne), opinia publiczna i media” wyjaśnia powody, dla których powstaje tak silna presja na posługiwanie się tą miarą i wynikającą z niej wielkością. Wydaje się przy tym, że tak dla władzy, jak i dla opinii publicznej nie jest to potrzeba autonomiczna i samoistna. Dla władzy taka kategoria pojęciowa i wielkość jest niezbędna w kontaktach z mediami. Dla opinii publicznej wydaje się uzasadniona, poprawna i wiarygodna, gdyż media (bez wyjątku) się właśnie nią posługują.

- 9) Warto mieć na uwadze opinię Umberto Eco, która choć nieco publicystyczna i trochę przejawiona oddaje ducha współczesnych relacji między nauką, opinią publiczną a mediami. „W gruncie rzeczy ludzie traktują ich (uczonych – przypisek TD) jak magów, którzy jeśli nie potrafią wywołać natychmiast sprawdzalnych efektów, uznawani są za oszustów, podczas gdy magowie wywołujący efekty niesprawdzalne lecz efektowne będą występować w talk-showach” (Eco 2007, s. 130). Ten kontekst nadaje pojęciu „liczba magiczna” pełne znaczenie.
- 10) Dotychczas nie zaproponowano ani nie wdrożono metody o wysokim stopniu wiarygodności (oraz racjonalnej pod względem kosztów i pracochłonności) dla szacowania ogólnej liczby odwiedzających (turystów) w województwach, powiatach i dużych miastach. W świetle powyższych uwag, ocen i wątpliwości powstaje pytanie o poznawczy sens działań nad doskonaleniem takiej metody.

Bibliografia

- Aviation – The Real World Wide Web* (2008), Oxford Economics, Onward Publishing Inc., London.
- Eco U. (2007), *Rakiem, Gorąca wojna i populizm mediów*, rozdz. *Nauka, technologia i magia*, WAB, Warszawa.
- Fahrradtourismus in Deutschland* (Kurzfassung) (2009); Pressemitteilung „*Das Wachstumspotential im Fahrradtourismus weiter ausschöpfen*“, Deutscher Tourismusverband.
- Łaciak J. (2009), *Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w 2008*, opracowanie Instytutu Turystyki wyników badań na zlecenie MSiT, Warszawa.
- Przeclawski K. (1996), *Człowiek a turystyka*, Albis, Kraków.
- Dziedzic E. (red.) (2003), *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2000*, IT na zlecenie MGPIPSs., Warszawa.
- Terminologia turystyczna* (1995), zalecenia WTO, ONZ-TO, Warszawa.
- <http://www.cie.gov.pl>
- <http://www.ukie.gov.pl>

The functions and utility of measuring tourist traffic

Summary

The article concerns methodological and utilitarian aspects of measuring tourist traffic. The author discusses the consequences of estimating the size of sets that comprise highly heterogeneous phenom-

ena. Such sets are figures representing the number of tourists in a given region, calculated with respect to the current definition of a 'tourist'. He argues that such operations produce abstract sets of low cognitive and utility value. This is illustrated by an example of three regions with highly diverse tourist traffic, with a number of defined 'tourists' being on a similar level, and dissimilar consequences for the tourist economy. The context of the analysis concerns primarily the research activity undertaken on the level of statistical units designated as NUTS-2 and NUTS-4. In conclusion, the author stresses that the great complexity and heterogeneity of modern tourism requires diverse measurements and forming many sets with a lower aggregation level than the general 'number of tourists'. It also requires keeping a greater distance from the pressure exerted by the media and simplistic means of communication. More emphasis should also be placed on economic, organisational and ecological issues.

Key words: number of tourists, tourist traffic, set, heterogeneity of tourism, measurement utility.

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Tomasz Dziedzic

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji

ul. Stokłosa 3

02-787 Warszawa

tel.: 22 457 23 84

e-mail: it@intur.com.pl