Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe
Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach
ISSN 2083-8611 Nr 302 · 2016

**Kajetan Suchecki**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Ekonomii
Katedra Rynku i Konsumpcji
kajetan.suchecki@gmail.com

# WYDATKI NA TURYSTYKĘ W BUDŻECIE POLSKICH GOSPODARSTW DOMOWYCH

**Streszczenie:** W pracy przedstawiono miejsce wydatków na turystykę w strukturze budżetów polskich gospodarstw domowych, ich wybory i preferencje z tym związane. W artykule wykorzystano istniejącą literaturę przedmiotu oraz dane statystyczne GUS z lat 2007-2013. Za pomocą danych z opracowań GUS określono wydatki gospodarstw domowych na turystykę zorganizowaną i noclegi na poziomie 1,5%-1,8% w badanym okresie, a także oszacowano łączne wydatki na turystykę zorganizowaną i indywidualną w strukturze budżetu przeciętnego polskiego gospodarstwa domowego na poziomie niespełna 4%.

**Słowa kluczowe:** turystyka, gospodarstwa domowe, wydatki.

## Wprowadzenie

Turystyka jest coraz ważniejszym działem gospodarki narodowej. Polacy korzystają z usług turystycznych, zaspokajając swoje potrzeby w tym zakresie, dlatego w budżecie wielu polskich gospodarstw domowych wydatki na turystykę stanowią już ważną kilkuprocentową pozycję.

Celem niniejszego artykułu jest próba podjęcia dyskusji z zakresu uwarunkowań zmian wielkości wydatków polskich gospodarstw domowych na wyjazdy turystyczne w stosunku do ogółu ich wydatków. W pracy wykorzystano analizę literatury naukowej dotyczącej badanego obszaru, a także najnowsze (z 2013 r.) dane statystyczne GUS dotyczące budżetów polskich gospodarstw domowych oraz wydatków tych gospodarstw na turystykę. W pracy poszerzono kategorię wydatków turystycznych, które w opracowaniach GUS obejmują tylko wyjazdy

zorganizowane, o wyjazdy indywidualne, dzięki oszacowaniu tych wydatków. Tym samym uzyskano pełniejszy obraz wydatków na turystykę w budżecie polskich gospodarstw domowych.

## 1. Gospodarstwa domowe jako podmiot rynku

Gospodarstwo domowe, według definicji A. Hodoly'ego [1971, s. 21; Maciejewski 2016, s. 7], jest: „bazą ekonomiczną jednostki lub osób powiązanych ze sobą więzami rodzinnymi lub więzami innego rodzaju, członkowie gospodarstwa domowego zamieszkują razem (nawet jeśli są okresowo nieobecni, lecz pozostają całkowicie lub częściowo na utrzymaniu gospodarstwa), łączą swoje przychody (pieniężne i naturalne), zasoby dóbr materialnych oraz reprezentowaną przez siebie siłę roboczą w celu zaspokojenia potrzeb gospodarstwa domowego jako całości i poszczególnych jego członków, przy czym mowa o potrzebach szeroko pojętego spożycia". I. Drabik i S. Smyczek [2007, s. 45-46] uznają gospodarstwo domowe za: „względnie trwałą jednostkę gospodarującą dla celów spożycia i w sferze spożycia, która uprawia gospodarkę domową polegającą na rozporządzaniu uzyskiwanym dochodem, a czynnikiem decydującym o przynależności do gospodarstwa domowego jest wspólne zamieszkiwanie i gospodarowanie dochodami, decydowanie o wydatkach i zarządzanie majątkiem". Na zachowania gospodarstw domowych wpływają przede wszystkim ich struktura, organizacja oraz powiązania między osobami tworzącymi gospodarstwo domowe [Kędzior, Karcz, 1998, s. 14].

Można wyróżnić kilka typów gospodarstw domowych. Pierwszy z nich to gospodarstwa domowe rodzinne. Składają się z całości materialnych środków i działań niezbędnych do bytu oraz funkcjonowania rodziny, służących jak najlepszemu zaspokojeniu potrzeb całej rodziny oraz poszczególnych jej członków. Jest to pojęcie szersze niż rodzina, ponieważ to nie tylko grupa osób powiązana ze sobą więzami krwi, ale też zgromadzonym i wykorzystywanym dla funkcjonowania gospodarstwa domowego majątkiem.

W społeczeństwie wyróżnia się też gospodarstwa domowe nierodzinne, które tworzą grupy osób (minimum dwie osoby), których nie łączy pokrewieństwo, a jedynie wspólne zamieszkiwanie. Specyficzną formą gospodarstw domowych są gospodarstwa jednoosobowe (w przeciwieństwie do wieloosobowych, do których należą te rodzinne i nierodzinne). Gospodarstwo domowe jednoosobowe tworzy każda osoba, która utrzymuje się samodzielnie, czyli nie łączy swoich dochodów z dochodami innych osób, nawet jeśli zamieszkuje z nimi [Maciejewski, 2003, s. 15-25].

Klasyfikacja gospodarstw domowych może też uwzględniać główne źródło dochodów, z których korzysta gospodarstwo. Wyróżnić można gospodarstwa domowe pracowników (na stanowiskach robotniczych i nierobotniczych), rolników, pracujących na własny rachunek, emerytów i rencistów oraz utrzymujących się z innych źródeł [Podolec, Ulman, Wałęga, 2008, s. 77].

Gospodarstwo domowe należy raczej rozpatrywać pod względem cech społeczno-ekonomicznych, a nie biologicznych, jako jednostkę gospodarującą. Istotą funkcjonowania gospodarstwa domowego jest prowadzenie działalności gospodarczej przy wykorzystaniu środków, które są lub stają się własnością osobistą osób lub zespołów osób żyjących w gospodarstwach domowych [Maciejewski, 2003, s. 15-25]. Do środków tych należy zaliczyć: przychody i zasoby pieniężne, zasoby konkretnych dóbr materialnych oraz siłę roboczą członków gospodarstwa domowego. Do tej grupy, w przypadku niektórych gospodarstw domowych, zaliczyć też można własną produkcję określonych dóbr.

Gospodarstwo domowe dysponuje i zarządza tymi środkami, co pozwala na zakwalifikowanie go do podmiotów zarządzających, jednak należy je uznać za podmiot szczególny, ponieważ gospodarstwo domowe część środków, którymi dysponuje, przeznacza na bieżące potrzeby konsumpcyjne, a część akumuluje jako oszczędności, które mają posłużyć na swego rodzaju inwestycje w celu polepszenia wyposażenia gospodarstwa domowego. Tego typu inwestycje oraz zasoby dóbr materialnych służą też organizacji konsumpcji i stwarzają warunki, które odpowiadają potrzebom oraz możliwościom członków gospodarstwa. Członkowie gospodarstwa domowego wykonują również prace domowe (jako siła robocza) związane z konsumpcją [Maciejewski, 2013, s. 213-216].

## 2. Turystyka i produkt turystyczny

Turystyka jest zjawiskiem społecznym związanym z podróżami, które kreuje różnego rodzaju potrzeby. Ich zaspokojenie jest możliwe dzięki podaży usług turystycznych. Pojęcia „turystyka" nie można rozpatrywać w kategoriach jednowymiarowych. Potrzebne jest podejście interdyscyplinarne – ekonomiczne, socjologiczne, kulturowe czy geograficzne [Kruczek, 2009, s. 7].

Zgodnie z definicją Światowej Organizacji Turystyki (WTO), turystyka „obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż przez rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem" [*Terminologia turystyczna*…, 1995, s. 5-7). Rozróżnia się tym samym dwie kategorie podróżnych: odwiedzających i innych podróżnych. Odwiedzający to wszyscy podróżujący, których podróż wiąże się

z turystyką. Inni podróżni to osoby, których wyjazdy nie są związane z turystyką, tzn. wyjazd nie spełnia definicji wyjazdu turystycznego (np. pobyt trwa powyżej jednego roku). Odwiedzających dzieli się na dwie kolejne kategorie. Jeśli korzystają oni przynajmniej z jednego noclegu, to są turystami. Jeśli nie, można mówić o odwiedzających jednodniowych [Konieczna-Domańska, 2007, s. 15-16].

Potrzeby turystyczne zaspokajane są dzięki realizacji usług turystycznych, zwykle poprzez wyspecjalizowane przedsiębiorstwa powołane do życia właśnie w tym celu. Poza typowymi usługami turystycznymi świadczonymi przez przedsiębiorstwa turystyczne, do szeroko rozumianej działalności turystycznej należy zaliczyć także działalność noclegową, transportową, gastronomiczną czy informacyjną [Suchecki, 2015, s. 239-240].

Wielu autorów przyjmuje różne definicje produktu turystycznego. J. Kaczmarek, A. Stasiak i B. Włodarczyk [2005, s. 74] uznają, że produkt turystyczny to „zbiór użyteczności związanych z podróżami turystycznymi, czyli dostępne na rynku dobra i usługi turystyczne umożliwiające ich planowanie, odbywanie, przeżywanie oraz gromadzenie doświadczeń z nimi związanych". Może on być zarówno rzeczą, usługą, wydarzeniem, imprezą, obiektem, szlakiem czy obszarem.

Charakterystyka produktu turystycznego pozwala stwierdzić, że jest on produktem systemowym, czyli takim, który zaspokaja potrzeby z więcej niż jednego rodzaju potrzeb, a potrzeby te zgłaszane są przez konsumentów kompleksowo jako wiązki [Żabiński, 2009, s. 17-19; Żabiński, 2012, s. 23-26]. Tak naprawdę zawiera w sobie więcej niż jeden produkt. Zwykle cechuje je wysoki stopień zaawansowania technologicznego (internet jest ważnym kanałem informacyjnym i dystrybucyjnym w turystyce) [Wolny, 2013, s. 31-32; Kucia, 2016, s. 68-77]. Produkty turystyczne to produkty sieciowe powstające przy współudziale wielu różnych podmiotów (wczasy tworzą touroperator, przewoźnicy, hotelarze itd.). Są to produkty globalne, obejmujące swoim zasięgiem nawet cały świat i tworzone dla konsumentów kosmopolitycznych z górnych oraz średnich rynków. Mogą mieć charakter innowacyjny (nie zawsze w turystyce) oraz być produktami markowymi.

## 3. Popyt turystyczny – czynniki determinujące

Czynniki wyznaczające popyt turystyczny można badać, traktując turystykę jako zjawisko społeczno-gospodarcze (historyczne czynniki rozwoju turystyki), tworząc algorytm decyzyjny konsumenta usług turystycznych czy traktując za najważniejszą strukturę społeczno-demograficzną. Jednak te podejścia nie różnią się zasadniczo listą czynników wpływających na wielkość popytu turystycznego. Jedynie różnie określają siłę ich wpływu na tę wielkość [Konieczna-Domańska, 2007, s. 17].

Do tych czynników zaliczyć należy czas wolny, a także czynniki demograficzne, cywilizacyjne i ekonomiczne. Jednym z najważniejszych czynników wyznaczających wzrost ruchu oraz popytu turystycznego jest wzrost ilości czasu wolnego. Zasób czasu wolnego jest czynnikiem określającym mobilność społeczeństwa w zakresie uprawiania turystyki. Jest zależny od liczby dni wolnych w tygodniu, długości płatnych urlopów, świąt państwowych czy przyjętych zasad emerytalnych, a także trwania ferii i wakacji szkolnych [Konieczna-Domańska, 2007, s. 17-25].

Niezwykle istotny w kształtowaniu wielkości popytu usług turystycznych jest czynnik demograficzny, choć należy pamiętać, że jest on ściśle związany z czynnikami ekonomicznymi. Na wielkość popytu wpływają: struktura wiekowa, struktura według grup zawodowych, wykształcenia, miejsca zamieszkania, stanu cywilnego (większa skłonność osób wolnych do uprawiania turystyki), a także wielkości rodziny. Inne czynniki cywilizacyjne, które wpływają na wielkość popytu na usługi turystyczne, to tryb życia dzisiejszego społeczeństwa. Im więcej czasu oraz wysiłku człowiek wkłada w pracę zawodową, naukę, poszerzanie kwalifikacji, a przy okazji mieszka w zatłoczonym mieście, tym bardziej odczuwa potrzebę regeneracji sił, zarówno fizycznych, jak i psychicznych swojego organizmu. Istotny jest też rozwój modelu współczesnego życia, pęd za modą na podróżowanie, potrzeba prestiżu, naśladownictwo [Konieczna-Domańska, 2007, s. 17-25].

Czynniki ekonomiczne, które można uznać za najważniejsze, wpływające na wielkość popytu na usługi turystyczne, to dochody, ceny i czynniki podażowe. Dochody ludności w największej mierze kształtują jej siłę nabywczą. Turystyka pojawia się w strukturze wydatków człowieka po zaspokojeniu potrzeb konsumpcyjnych niezbędnych dla życia. Dopiero wysoki poziom dochodów pozwala gospodarstwom domowym na zaspokojenie konsumpcji swobodnej, a więc także konsumpcji turystycznej. Wraz ze wzrostem stopy życiowej członków gospodarstw domowych, turystyka staje się stałym elementem wzorca konsumpcyjnego. Zaczyna też być traktowana jako niezwykle ważna potrzeba, przez co przejściowy spadek dochodów nie musi oznaczać od razu spadku popytu na usługi turystyczne. Do najistotniejszych czynników kształtujących wielkość popytu na usługi turystyczne należą, oczywiście, ceny tych usług. Gospodarstwa domowe o niższych dochodach (te, których dochody tylko w niewielkim stopniu przekraczają próg dający możliwość udziału w konsumpcji usług turystycznych) są bardziej wrażliwe na wzrost cen. Jeśli nastąpi duży wzrost cen, może dojść nawet do całkowitej rezygnacji z turystyki. W przypadku gospodarstw domowych o wysokich dochodach, wzrost cen może nie wpłynąć na wielkość popytu. Istotniejsza jest ilość czasu wolnego czy utrwalony model konsumpcji. Do czynników podażowych zaliczyć należy istnienie dóbr i usług umożliwiających uprawianie turystyki, jak infrastruktura na obszarze turystycznym, istnienie transportu, np. coraz bardziej popularne tanie linie lotnicze [Konieczna-Domańska, 2007, s. 17-25].

## 4. Wydatki polskich gospodarstw domowych na wyjazdy turystyczne

Dane zaprezentowane w tej części pracy są danymi zebranymi przez Główny Urząd Statystyczny w latach 2007-2013, a dotyczące szczegółowych wydatków turystycznych zebrano od października 2012 r. do września 2013 r. i są to najnowsze dostępne dane dotyczące turystyki i wypoczynku w polskich gospodarstwach domowych [GUS, 2014a]. W niniejszym artykule przyjęto, że gospodarstwo domowe było aktywne turystycznie, jeśli przynajmniej jeden członek tego gospodarstwa uczestniczył w turystycznym wyjeździe za granicę (a więc obejmowało zarówno turystów, jak i odwiedzających jednodniowych) lub w wyjeździe na terenie kraju, obejmującym minimum jeden nocleg (tylko turyści, bez odwiedzających jednodniowych).

W tabeli 1 zaprezentowano strukturę wydatków gospodarstw domowych w latach 2007, 2009, 2011 i 2013. Spośród danych GUS wyszczególniono wydatki na turystykę zorganizowaną i usługi noclegowe. W badanym okresie utrzymują się na podobnym poziomie. W 2007 r. było to 1,5% ogółu wydatków polskich gospodarstw domowych, a w latach 2009-2013 – 1,8% wszystkich wydatków, co przy nominalnym wzroście wydatków polskich gospodarstw domowych jest równoznaczne ze wzrostem wydatków na turystykę w liczbach bezwzględnych.

**Tabela 1.** Struktura wydatków polskich gospodarstw domowych w latach 2007-2013 z wyszczególnieniem wydatków na turystykę zorganizowaną i usługi noclegowe (w %)

| Wyszczególnienie | 2007 | 2009 | 2011 | 2013 |
|---|---|---|---|---|
| Żywność i napoje bezalkoholowe | 26,6 | 25,1 | 25,0 | 24,9 |
| Wydatki mieszkaniowe i media | 18,4 | 19,6 | 20,7 | 20,7 |
| Transport | 9,3 | 9,7 | 9,6 | 9,6 |
| Rekreacja i kultura (bez turystyki) | 6,3 | 6,5 | 6,6 | 5,1 |
| Odzież i obuwie | 5,7 | 5,2 | 5,1 | 5,1 |
| Wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego | 5,5 | 5,4 | 4,8 | 4,7 |
| Łączność | 5,0 | 4,5 | 4,2 | 5,1 |
| Zdrowie | 4,9 | 5,0 | 5,0 | 5,1 |
| Alkohol i używki | 2,7 | 2,7 | 2,7 | 2,6 |
| Gastronomia | 1,7 | 1,9 | 2,1 | 2,5 |
| Turystyka zorganizowana i noclegi | *1,5* | *1,8* | *1,8* | *1,8* |
| Edukacja | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,2 |
| Kieszonkowe | 1,3 | 1,6 | 1,7 | 1,6 |
| Inne wydatki konsumpcyjne | 5,3 | 5,3 | 5,2 | 5,8 |
| Inne wydatki niekonsumpcyjne | 4,4 | 4,5 | 4,3 | 4,2 |

Źródło: Na podstawie: [*Budżety gospodarstw domowych w 2007 r.,* 2008, s. 74; *Budżety gospodarstw domowych w 2009 r.,* 2010, s. 86; *Budżety gospodarstw domowych w 2011 r.,* 2012, s. 99; *Budżety gospodarstw domowych w 2013 r.,* 2014, s. 116].

Według danych GUS [*Turystyka i wypoczynek...*, 2014, s. 136] za 2013 r. (tab. 2) gospodarstwa domowe wydawały miesięcznie średnio 14,60 zł na osobę na turystykę zorganizowaną, co daje 175,20 zł na rok, a także 4,40 zł na osobę miesięcznie na usługi noclegowe, które w większości, zgodnie z definicją, dotyczą wyjazdów turystycznych (52,80 zł na rok). W skali średnich miesięcznych wydatków gospodarstw domowych w przeliczeniu na jedną osobę (1081,70 zł) wydatki na turystykę zorganizowaną i hotele to 1,8%, jednak ten procent nie uwzględnia wszystkich wydatków turystycznych w przypadku wyjazdów organizowanych samodzielnie. Według danych GUS [*Budżety...*, 2014, s. 72], wydatki na usługi noclegowe stanowią tylko 16% wszystkich wydatków ponoszonych w związku z organizacją wyjazdu. Łącznie 30% to wydatki na transport, 19% na wyżywienie, 19% na zakupy, 7% na usługi kulturalne i rozrywkowe, a 10% stanowią inne wydatki. Na podstawie tych danych (przy założeniu, że usługi hotelowe dotyczą wyjazdów turystycznych w 100%) można uznać, że wydatki miesięczne gospodarstw domowych na wyjazdy turystyczne to średnio 27,50 zł na osobę. Tym samym wydatki na turystykę zorganizowaną i indywidualną łącznie stanowią 3,9% w budżecie gospodarstw domowych. Przy 38,5 mln mieszkańców Polski daje kwotę 1,624 mld zł miesięcznie i 19,488 mld zł rocznie.

**Tabela 2.** Miesięczne wydatki gospodarstw domowych na turystykę zorganizowaną i noclegi w 2013 r. w wybranych grupach gospodarstw domowych (w zł)

| **Wydatki na** | **Gospodarstwa domowe** | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ogółem | Pracowników umysłowych | Pracowników fizycznych | Rolników | Pracujących na własny rachunek | Emerytów | Rencistów |
| **Turystykę zorganizowaną** | 14,6 | 30,0 | 6,8 | 3,0 | 28,5 | 9,4 | 4,5 |
| **Usługi hotelowe** | 4,4 | 9,1 | 1,7 | 1,2 | 11,7 | 2,2 | 1,1 |

Źródło: Na podstawie: [*Budżety gospodarstw domowych w 2013 r.*, 2014, s. 136].

Poziom wydatków jest też uzależniony od typu gospodarstwa domowego. Najwięcej na turystykę wydają gospodarstwa domowe pracowników umysłowych oraz pracujących na własny rachunek. Niewiele wydają gospodarstwa domowe rolników, rencistów i pracowników fizycznych. Nieznacznie więcej wydają gospodarstwa domowe emerytów.

Na podstawie danych przedstawionych w tab. 3 można stwierdzić, że ponad połowa polskich gospodarstw domowych jest aktywna turystycznie, jednak liczba ta nieznacznie maleje. W 2009 r. było to prawie 56% ogółu gospodarstw, a w 2013 r. niecałe 53%. Większość aktywności turystycznej gospodarstw do-

mowych przejawiała się poprzez wyjazdy krajowe (zarówno krótkookresowe, jak i długookresowe). Jedynie w przypadku co dziewiątego gospodarstwa domowego przynajmniej jeden z jej członków wyjeżdżał turystycznie za granicę i w większości były to wyjazdy wielodniowe (powodem mogą być koszty transportu, które w wyjazdach zagranicznych większy udział niż w wyjazdach krajowych).

**Tabela 3.** Polskie gospodarstwa domowe wyjeżdżające na wyjazdy turystyczne

| Wyszczególnienie | Odsetek gospodarstw domowych wyjeżdżających w 2009 r. (w %) | Odsetek gospodarstw domowych wyjeżdżających w 2013 r. (w %) | Średnia liczba wyjazdów na jedno gospodarstwo wyjeżdżające w 2009 r. | Średnia liczba wyjazdów na jedno gospodarstwo wyjeżdżające w 2013 r. |
|---|---|---|---|---|
| **Ogółem wyjazdy krajowe i zagraniczne** | 55,8 | 52,9 | 2,8 | 2,7 |
| **Wyjazdy krajowe** | | | | |
| **Krótkie (2-4 dni)** | 30,9 | 27,1 | 3,0 | 3,1 |
| **Długie (pow. 4 dni)** | 33,8 | 32,0 | 1,4 | 1,3 |
| **Wyjazdy zagraniczne** | | | | |
| **Jednodniowe** | 1,3 | 0,9 | 1,7 | 1,8 |
| **Wielodniowe** | 12,2 | 13,8 | 1,3 | 1,3 |

Źródło: Na podstawie: [*Turystyka i wypoczynek w…*, 2014, s. 44].

W tabeli 4 zaprezentowano przeciętny koszt wyjazdu turystycznego z uwagi na cel wyjazdu w podziale na typ wyjazdu (krótkie, długie, krajowe, zagraniczne)[1]. Spośród krótkich wyjazdów krajowych najdroższe są te w celach służbowych i w celu zwiedzania – przekraczają 350 zł. Relatywnie dużo kosztują wyjazdy w celach religijnych – niecałe 200 zł. Przeciętnie najtańsze są krótkie wyjazdy do rodziny – 88 zł (można przyjąć, że dużą część kosztów pokrywają osoby przyjmujące – gospodarze). Blisko 1500 zł to przeciętny koszt dłuższego wyjazdu w celach zdrowotnych (np. do sanatorium). Około 1000 zł kosztuje dłuższy niż cztery dni wyjazd służbowy. Także w przypadku długich krajowych wyjazdów, te w celu odwiedzin najbliższych są najtańsze (ok. 240 zł). Najdroższe są wyjazdy zagraniczne. Wykupione wczasy to średni wydatek ok. 2500 zł, a zagraniczne wyjazdy służbowe kosztują powyżej 3400 zł.

[1] Na temat wydatków na wyjazdy turystyczne zob. również: [Kolny, 2013, s. 171-173; Kolny, 2015, s. 100-101].

**Tabela 4.** Wydatki na jedną osobę z rozróżnieniem charakteru i celu wyjazdu (wybrane kategorie) w gospodarstwach domowych w Polsce w 2013 r.

| **Wyjazdy krajowe krótkookresowe (2-4 dni)** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ***Cel służbowy*** | ***W celu zwiedzania*** | ***W celu odwiedzin*** | ***W celach religijnych*** | |
| 361,00 zł | 348,00 zł | 88,00 zł | 188,00 zł | |
| **Wydatki krajowe długookresowe (pow. 4 dni)** | | | **Zagraniczne (jedno- i wielodniowe)** | |
| ***W celach zdrowotnych*** | ***W celach służbowych*** | ***Wyjazdy do rodziny*** | ***W celach służbowych*** | ***Wykupione wczasy*** |
| 1 445,00 zł | 989,00 zł | 241,00 zł | 3 427,00 zł | 2 496,00 zł |

Źródło: Na podstawie: [*Turystyka i wypoczynek*…, 2014, s. 70-71].

## Podsumowanie

Wydatki polskich gospodarstw domowych na turystykę zorganizowaną i noclegi to niespełna 2% ogółu wydatków i od kilku lat utrzymują się na stałym poziomie. Wliczając wydatki na turystykę indywidualną, pozycja turystyka stanowi już prawie 4% budżetów polskich gospodarstw domowych, co w skali krajowej daje kwotę 19,5 mld zł. Tym samym rynek turystyczny jest niezwykle atrakcyjny dla przedsiębiorstw, choć trudny i ryzykowny.

Ponad połowa polskich gospodarstw domowych jest aktywna turystycznie. Dominują jednak krótkie i długie wyjazdy krajowe, które są znacznie tańsze niż wyjazdy zagraniczne. Co czwarte gospodarstwo domowe nie ujmuje w swoim budżecie wydatków na turystykę z powodu braku środków finansowych. Nie przekraczają one poziomu dochodów umożliwiającego konsumpcję swobodną. Inne powody rezygnacji z wyjazdów to brak chęci, brak czasu lub też problemy zdrowotne uniemożliwiające lub utrudniające wyjazd.

Tylko 13% gospodarstw domowych jest aktywnych turystycznie, jeśli chodzi o wyjazdy zagraniczne. Są one relatywnie droższe. Koszt pojedynczego wyjazdu zagranicznego przekracza 2000 zł, natomiast wyjazdy krajowe są nawet dwunastokrotnie tańsze (w przypadku wyjazdów do czterech dni, dłuższe są tańsze trzykrotnie).

Struktura wydatków turystycznych polskich gospodarstw domowych powinna zostać uwzględniona w przygotowywanej przez przedsiębiorstwa turystyczne ofercie.

Procentowy udział wydatków turystycznych polskich gospodarstw domowych utrzymuje się na podobnym poziomie, jednak nominalnie rośnie, dlatego rynek usług turystycznych staje się coraz bardziej atrakcyjny dla touroperatorów i innych przedsiębiorstw turystycznych.

## Literatura

*Budżety gospodarstw domowy w 2007 r.*, GUS, Warszawa 2008, http://bs.net.pl/upload/File/pdf6/PUBL_budzety_gospodarstw_domowych_w_2007.pdf (dostęp: 26.05.2016).

*Budżety gospodarstw domowych w 2009 r.*, GUS, Warszawa 2010, http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/wz_budzety_gospodarstw_domowych_w_2009.pdf (dostęp: 26.05.2016).

*Budżety gospodarstw domowych w 2011 r.*, GUS, Warszawa 2012, http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/WZ_budzety_gospodarstw_domowych_w_2011.pdf (dostęp: 26.05.2016).

*Budżety gospodarstw domowych w 2013 r.*, GUS, Warszawa 2014, http://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5486/9/8/1/budzety_gospodarstw_domowych_2013_poprawki_08-05-2015.pdf (dostęp: 17.05.2016).

Drabik I., Smyczek S. (2007), *Funkcjonowanie mikropodmiotów – przedsiębiorstw i gospodarstw domowych – na jednolitym europejskim rynku*, WSZMiJO, Katowice.

Hodoly A. (1971), *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*, KiW, Warszawa.

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2005), *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa.

Kędzior Z., Karcz K. (1998), *Modele zachowań gospodarstw domowych i przedsiębiorstw (lata 2000-2010)*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.

Kolny B. (2015), *Przestrzenne zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku usług zagospodarowujących czas wolny*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach", nr 232, s. 91-102.

Kolny B. (2013), *Rynek usług zagospodarowujących czas wolny – diagnoza i perspektywy rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.

Konieczna-Domańska A. (2007), *Gospodarka turystyczna. Zagadnienia wybrane*, Kanon, Warszawa.

Kruczek Z. (2009), *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*, Proksenia, Kraków.

Kucia M. (2016), *Źródła informacji śląskich e-konsumentów − wyniki badań*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach", nr 254, s. 68-77.

Maciejewski G. (2003), *Poziom zamożności polskich gospodarstw domowych*, WSZiNS, Tychy.

Maciejewski G. (2013), *Gospodarstwa domowe w epoce postmodernizmu*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach", nr 136, s. 209-217.

Maciejewski G. (2016), *Gospodarstwo domowe jako podmiot sprawczy rozwoju innowacyjnej gospodarki*, „Konsumpcja i Rozwój", nr 3(16), s. 5-19.

Podolec B., Ulman P., Wałęga A. (2008), *Aktywność ekonomiczna a sytuacja materialna gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.

Suchecki K. (2015), *CSR w turystyce – analiza społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw turystycznych i konsumentów usług turystycznych na wybranych przykładach* [w:] A. Krzysztofek (red.), *Metody wspierania biznesu we współczesnym świecie*, AT Wydawnictwo, Kraków, s. 237-244.

*Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO* (1995), ONZ – WTO, Instytut Turystyki, Warszawa.

*Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 roku* (2014), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-i-wypoczynek-w-gospodarstwach-domowych-w-2013-r-,3,3.html (dostęp: 7.05.2016).

Wolny R. (2013), *Rynek e-usług w Polsce – funkcjonowanie i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.

Żabiński L. (2009), *Sfera i marketing produktów systemowych. Podstawy identyfikacji, węzłowe kierunki badań* [w:] L. Żabiński (red.), *Marketing produktów systemowych/sieciowych. Podstawy teoretyczne, zarys metodyki badań*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice, s. 15-47.

Żabiński L. (2012), *Środowisko, sfera i marketing produktów systemowych. Pojęcia i problemy podstawowe* [w:] L. Żabiński (red.), *Marketing produktów systemowych*, PWE, Warszawa, s. 23-48.

## SPENDING ON TOURISM IN THE BUDGET OF POLISH HOUSEHOLDS

**Summary:** The work is expected to show a place of tourism spending in the structure of Polish households' budgets, their choices and preferences associated with it. The article uses the existing literature and GUS statistics of 2007-2013. Using the data from the GUS studies identified household expenditure on organized tourism and accommodation – 1,5%-1,8% in researched period, as well as the estimated total expenditure on organized tourism in the structure of the budget of the average Polish household, less than 4%.

**Keywords:** tourism, households, spending.