

1.2. Ekonomiczne znaczenie sektora turystycznego w Polsce

Od lat dziewięćdziesiątych turystyka pełni funkcję ekonomiczną we wzroście i rozwoju regionalnym i makroekonomicznym Polski. Jednak określenie jej precyzyjnego udziału jest trudne z wielu względów, chociaż na pewno nie politycznych, jak to było przed 1989 rokiem. W dalszym ciągu niejednocie definiuje się turystę w statystykach poszczególnych państw. Ponadto utrudniona jest ewidencja turystów (odwiedzających), a ich przepływy mogą być jedynie szacowane, ze względu na przykład na otwartość granic w dużej części Europy i powszechność prywatnych środków transportu. Podażowa część biznesu turystycznego także może być jedynie mniej lub bardziej dokładnie szacowana, ze względu na międzysektorowy charakter działalności gospodarczej w zakresie turystyki. Brak jednoznaczności i ostrych granic definicji tego, co jest przedsiębiorstwem turystycznym oraz sektorem turystycznym?¹⁴ Dodatkowo problem komplikuje struktura podmiotowa biznesu turystycznego w Polsce,

¹⁴ Znaczenie pojęcia „kapitał społeczny” przyjęto za F. Fukuyamą. Jest to „zespół nieformalnych wartości i norm, które uznają członkowie danej grupy”, w tym wypadku gminy czy regionu, które umożliwiają im współpracę. Podstawą współpracy jest zaufanie. Według F. Fukuyamy: „Jeżeli członkowie grupy oczekują od innych uczciwego postępowania, na którym można polegać, muszą ufać sobie nawzajem. Zaufanie jest jak smar, który usprawnia funkcjonowanie grup i organizacji” (F. Fukuyama, *Wielki wstrząs*, tłum. H. Komorowska, K. Dorosz, Politeja, Warszawa 2000).

¹⁵ Por. rozdział 2.2.

zdecydowanie zdominowana przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. W wypadku tej klasy przedsiębiorstw trudności dotyczą zarówno ich liczby w gospodarce polskiej, jak i udziału we wzroście gospodarczym. W określeniu aktualnego stanu przedsiębiorstw tworzących sektor turystyczny trzeba uwzględnić takie cechy klasy mikro, małych i średnich firm, jak:

- 1) liczba tych przedsiębiorstw w gospodarce polskiej, która jest jedynie szacunkowa¹⁶;
- 2) fakt, że tylko około 50% zarejestrowanych przedsiębiorstw prowadzi rzeczywiste działalność gospodarczą na rynku¹⁷;
- 3) relatywnie wysoki udział szarej strefy, w szczególności w zakresie oferowania usług turystycznych, wysokości przychodów i kosztów działalności mikro oraz małych przedsiębiorstw. Można bez większych błędów sądzić, że prezentowane ekonomiczne znaczenie sektora turystycznego w Polsce jest zaniżone. Dotyczy to zarówno rachunków narodowych, satelitarnych, jak i projektów strategii rozwoju turystyki¹⁸;
- 4) relatywnie wysoki udział przedsiębiorstw rodzinnych¹⁹. Natura tych przedsiębiorstw wpływa na trudności z oddzieleniem wartości dodanej wytworzonej przez właściciela od wytworzonej przez wspomagających przedsiębiorstwo członków jego rodziny.

W ocenie faktycznego ekonomicznego znaczenia sektora turystyki w gospodarce lista trudności i zastrzeżeń jest znacznie dłuższa. Nie jest to tylko problem polski, ale sygnalizowany także w innych krajach, w których udział małych i średnich przedsiębiorstw w podmiotowej strukturze gospodarek jest wysoki. Dotyczy to w zasadzie wszystkich krajów Unii Europejskiej. Od kilku lat wydaje się raporty z serii Obserwatory of European SMEs na podstawie wydawnictw Urzędu Statystycznego Wspólnot Europejskich EUROSTAT. Zakres analiz jest jednak ograniczony. Odrębną kwestią sporną jest podażowe wyodrębnianie turystyki dla celów analiz makroekonomicznych. EUROSTAT wyodrębnia 5 grup rodzajów działalności, obejmujących po kilka sekcji Polskiej Klasyfikacji Działalności. Działalność turystyczna sektora instytucjonalnego „przedsiębiorstw” jest zawarta w drugiej grupie – „przemysł”, jak również czwartej grupie – „usługi rynkowe” (są to między innymi „hotele i restauracje, transport, gospodarka magazynowa i łączność, działalność usługowa pozostała”).

Turystyka jest istotną dziedziną gospodarek w skali zarówno globalnej, jak i poszczególnych krajów. Powstało kilka koncepcji metodologicznych rachunku satelitarnego turystyki. Takie propozycje przedstawiły między innymi OECD (Organizacja

¹⁶ Rejestr przedsiębiorstw działających w Polsce według REGON-u obejmuje jedynie przedsiębiorstwa formalnie zarejestrowane, ale niekoniecznie aktywne na rynku. Liczba faktycznie działających firm publikuje GUS na podstawie tak zwanej ankiety strukturalnej, przesyłanej przez przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 9 pracowników. Publikacje GUS dotyczące liczby przedsiębiorstw zatrudniających do 9 pracowników są szacunkami określanymi na podstawie metody reprezentacyjnej.

¹⁷ Szczegółowy obraz aktywności przedstawianych przedsiębiorstw w okresie od 1991–2001 zob.: *Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce a integracja europejska*, M. Bednarczyk (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 33–37.

¹⁸ Por. także: P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 92.

¹⁹ Autorom nie jest znany faktyczny udział przedsiębiorczości rodzinnej w podaży usług turystycznych w Polsce. Pewne relacje w tym zakresie były badane w odniesieniu do województwa małopolskiego. Wnioski zostały przedstawione w II części pracy.

Współpracy Gospodarczej i Rozwoju), WTO (Światowa Organizacja Turystyki) oraz WTTC (Światowa Rada Podróży i Turystyki). W Polsce rachunek satelitarny turystyki jest przygotowywany według metodologii OECD. W skali analiz światowych ciągle poszukuje się jednolitej metodologii, zwłaszcza dotyczącej klasyfikacji działalności gospodarczej związanej z turystyką, ujednolicenia rejestracji i pozyskiwania informacji pierwotnych z biznesu turystycznego oraz ujednolicenia rachunków narodowych i regionalnych.

Pomimo zasygnalizowanych pułapek formalnych i metodologicznych, od co najmniej kilku lat są przygotowywane pewne statystyki dotyczące ekonomicznego znaczenia turystyki w gospodarkach świata, Unii Europejskiej czy Polski. Mają one charakter analiz makroekonomicznych, niezwykle rzadko – mikroekonomicznych. Powszechnie wskazuje się udział sektora usług turystycznych i/lub gospodarki turystycznej w wartości dodanej brutto (WDB)²⁰, produkcie krajowym brutto (PKB)²¹, udziale w eksporcie, inwestycjach czy rynku pracy oraz wydajności.

Wyjaśnienia wymagają dwa pojęcia: „sektor usług turystycznych” oraz „gospodarka turystyczna”. Pojęcie „sektor usług turystycznych” jest stosowane w analizach makroekonomicznych w znaczeniu sumy produkcji dóbr i usług ściśle związanych z obsługą turystyczną, to znaczy obejmuje działalność hoteli, usługi gastronomiczne oraz transport. W nomenklaturze WTTC jest nazywany także „przemysłem turystycznym”.

Sektorem usług turystycznych jest działalność przedsiębiorstw objętych następującymi grupami działalności Polskiej Klasyfikacji Gospodarczej:

a) hotelarstwo:

55.1. Hotele,

55.2. Pozostałe obiekty noclegowe turystyki i inne miejsca krótkotrwałego zakwaterowania;

b) gastronomia:

55.3. Restauracje,

55.4. Bary,

55.5. Działalność stołówek i catering;

c) transport i działalność wspierająca:

60.1. Transport kolejowy,

60.2. Transport lądowy pozostały,

61.1. Morski i przybrzeżny transport wodny,

62.1. Rozkładowy transport powietrzny,

62.3. Pozarozkładowy transport powietrzny,

²⁰ Termin „wartość dodana brutto” (WDB) jest pojęciem makro- i mikroekonomicznym. Jest stosowany powszechnie od lat dziewięćdziesiątych w statystykach gospodarczych. Tutaj przyjęto znaczenie i formułę liczenia tej kategorii za GUS, zgodne z EUROSTATem. Pojęcie to oznacza wartość nowo wytworzoną przez krajowe jednostki instytucjonalne rynkowe i nierynkowe. Wartość dodana brutto stanowi różnicę między produkcją globalną a zużyciem pośrednim poniesionym w związku z jej wytworzeniem. Jest wyrażana w cenach bazowych. (Ustawa z dnia 26 października 2000 r. o sposobie obliczania wartości rocznego produktu krajowego brutto, DzU, Nr 114, poz. 1188).

²¹ Termin „produkt krajowy brutto” (PKB) jest tutaj stosowany w znaczeniu przyjętym przez polski GUS zgodnie z zaleceniami EUROSTATu. Oznacza końcowy rezultat działalności wszystkich podmiotów gospodarki narodowej. Produkt krajowy brutto równa się sumie wartości dodanej brutto wytworzonej przez wszystkie krajowe jednostki instytucjonalne powiększonej o podatki od produktów i pomniejszonej o dotacje do produktów. Jest przedstawiany i liczony w cenach rynkowych. (Ustawa z dnia 26 października 2000 r. o sposobie obliczania wartości rocznego produktu krajowego brutto, DzU, Nr 114, poz. 1188).

63.3. Działalność agencji turystycznych, pilotów i przewodników wycieczek; pozostała działalność związana z turystyką, gdzie indziej nie sklasyfikowana.

„Gospodarka turystyczna” natomiast ma szerszy zakres i obejmuje nie tylko dobra i usługi ściśle związane z konsumpcją turystów, ale także produkcję dóbr i usług ściśle lub częściowo uzależnioną od ruchu turystycznego. Według zaleceń WTO, w zakres działalności związanej z turystyką wchodzi 10 spośród 17 sektorów gospodarki²².

Gospodarką turystyczną będzie:

- 1) cały sektor usług turystycznych;
- 2) część sprzedaży ogólnej związanej z turystyką z następujących dziedzin gospodarki:
 - a) produkcja i sprzedaż sprzętu sportowo-rekreacyjnego, na przykład rowerów, nart, namiotów;
 - b) działalność muzeów, parków rozrywki, ośrodków rekreacyjnych i tym podobnych;
 - c) produkcja i sprzedaż środków transportu, sprzedaż paliw;
 - d) budownictwo obiektów turystycznych i infrastruktury;
 - e) przetwórstwo i sprzedaż żywności;
 - f) produkcja odzieży i obuwia;
 - g) usługi finansowe i ubezpieczeniowe;
 - h) edukacja kadr turystycznych, kursy, szkolenia – także dla turystów;
 - i) pozostałe, to jest sprzedaż map, pamiątek, toreb i walizek, filmów fotograficznych i tym podobnych.

W tabeli 1.1. przedstawiono wartość dodaną sektora usług turystycznych w rozbiciu na składowe w latach 1997–2003.

Tabela 1.1. Wartość dodana sektora usług turystycznych w rozbiciu na składowe w latach 1997–2003 (ceny bieżące, mln PLN).

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hotelarstwo	2711	3431	4195	4577	4737	4500	5059
Gastronomia	1241	1554	1898	2559	2721	2782	2940
Transport	7418	6173	6422	7888	7922	9389	9536
Sektor usług turystycznych	11 370	11 159	12 515	15 025	15 381	16 670	17 534
Cała gospodarka	412 870	485 177	535 829	633 092	667 194	682 861	711 728

Źródło: *Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych*, PART, Warszawa 2003.

²² Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, Instytut Turystyki, Warszawa 1995.

Tabela 1.2. Dynamika wartości dodanej sektora usług turystycznych w rozbiciu na składowe w latach 1997–2003 (ceny bieżące, poprzedni rok = 100).

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hotelarstwo	127	122	109	103	95	112	187
Gastronomia	125	122	135	106	102	106	237
Transport	83	104	123	100	119	102	129
Sektor usług turystycznych	98	112	120	102	108	105	154
Cała gospodarka	118	110	118	105	102	104	172

Źródło: Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, PART, Warszawa 2003.

Tabela 1.3. Udział sektora usług turystycznych w PKB w rozbiciu na składowe w latach 1997–2003.

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hotelarstwo	0,66	0,71	0,78	0,72	0,71	0,66	0,71
Gastronomia	0,30	0,32	0,35	0,40	0,41	0,41	0,41
Transport	1,80	1,27	1,20	1,25	1,19	1,37	1,34
Sektor usług turystycznych	2,75	2,30	2,34	2,37	2,31	2,44	2,46
Cała gospodarka	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, PART, Warszawa 2003.

Tabela 1.4. Udział subsektorów turystycznych w tworzeniu wartości dodanej w latach 1997–2003.

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Hotelarstwo	23,8	30,7	33,5	30,5	30,8	27,0	28,8
Gastronomia	10,9	13,9	15,2	17,0	17,7	16,7	16,8
Transport	65,2	55,3	51,3	52,5	51,5	56,3	54,4
Sektor usług turystycznych	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, PART, Warszawa 2003.

Tabela 1.5. Dynamika wartości dodanej sektora usług turystycznych w rozbiciu na składowe w latach 1997–2003 (ceny bieżące, poprzedni rok = 100).

Rok	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Sektor usług turystycznych	2,75	2,30	2,34	2,37	2,31	2,44	2,46
Pozostała działalność	2,72	2,24	2,23	2,14	2,03	2,02	2,03
Gospodarka turystyczna	4,98	4,54	4,57	4,51	4,34	4,46	4,49
Cała gospodarka	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Źródło: Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, PART, Warszawa 2003.

Tabela 1.6. Udział gospodarki turystycznej i przemysłu turystycznego w PKB w Polsce w latach 2001–2003 (w %).

Wyszczególnienie	2001		2002		2003	
Przemysł turystyczny	1,96	2,31*	1,99	2,44*	2,06	2,46*
Gospodarka turystyczna	8,32	4,34*	8,25	4,46*	8,48	4,49*

* Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, PART, Warszawa 2003, s. 11, 13.

Źródło: Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2001–2003, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Departament Turystyki, Warszawa, 2005, *op.cit.*, s. 47.

Międzysektoralny charakter działalności turystycznej wpływa na dość zróżnicowaną diagnozę udziału sektora turystyki w gospodarce Polski. Skalę rozbieżności wskazano dla lat 2001–2003 i tylko dla parametru udziału sektora/gospodarki turystycznej w PKB Polski. Jak wynika z tabel 1.1.–1.6., rozbieżności w szacunkach makroekonomicznego znaczenia sektora/gospodarki turystycznej w polskiej gospodarce są znaczące, najczęściej jest to różnica dwukrotna: przeszacowania lub niedoszacowania. Zwłaszcza prognozy WTCC są zdecydowanie korzystniejsze, trudno powiedzieć, czy bardziej optymistyczne, czy realne. Tendencje wskazane przez WTCC przyjęto zresztą w rządowym Projekcie Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013 na podstawie diagnozy strategicznej dotyczącej kierunków zmian w turystyce światowej (por. tabele 1.7.–1.11.).

Tabela 1.7. Prognozy WTTC do roku 2014 – kierunki zmian w turystyce światowej – kierunki zmian w światowym popycie turystycznym (w %).

Wyszczególnienie	Wzrost
Popyt turystyczny w ujęciu wartościowym na dobra i usługi:	
– przemysłu turystycznego	57
– całej gospodarki turystycznej	64
Popyt w zakresie inwestycji turystycznych	75

Źródło: Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2005.

Tabela 1.8. Prognozy WTTC do roku 2014 – kierunki zmian w turystyce Europy Środkowej i Wschodniej (w %).

Wyszczególnienie	Wzrost
Popyt w turystyce biznesowej	75
Wydatki prywatnych rezydentów krajowych	96
Wydatki w zagranicznej turystyce przyjazdowej	110
Wydatki w inwestycjach turystycznych	140
Przemysł turystyczny	13
Gospodarka turystyczna	19

Źródło: Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2005.

Tabela 1.9. Prognozy WTTC do roku 2014 – kierunki zmian w turystyce Europy Środkowej i Wschodniej.

Wyszczególnienie	Mld USD
Wartość popytu na dobra i usługi oferowane przez przemysł turystyczny wyniesie	62
Wartość popytu w gospodarce turystycznej	255

Źródło: *Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2005.

Odnosnie do świata i Europy WTTC nie przewiduje dużych zmian w wielkości zatrudnienia. Jednak w ciągu 10 lat (od 2004 do 2014 roku) zatrudnienie w przemyśle turystycznym wzrośnie o około 18–19%, a w gospodarce turystycznej o około 20–21%.

Tabela 1.10. Prognoza zatrudnienia w roku 2014 (w mln).

Wyszczególnienie	Europa Środkowa i Wschodnia	Europa	Świat
Zatrudnienie w przemyśle turystycznym	3,7	14	88
Zatrudnienie w gospodarce turystycznej	16	43	260

Źródło: *Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2005.

Tabela 1.11. Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej w Polsce (w %).

Udział gospodarki turystycznej w PKB Polski w okresie 2001–2003	4,31–5
Udział liczby pracujących w gospodarce turystycznej w okresie 2001–2003	6,4–7
Udział turystyki w eksporcie ustalony na podstawie szacunków wydatków cudzoziemców w Polsce w okresie 2001–2003	5,5–9,1
Udział wartości dodanej poszczególnych działalności gospodarki turystycznej w produkcji globalnej Polski	52

Źródło: *Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, 2005.

Dobrym wskaźnikiem ekonomicznego znaczenia sektora turystycznego w gospodarce polskiej jest udział wartości dodanej wytworzonej przez sektor w produkcji globalnej. Na przykład w roku 2000 wskaźnik udziału wartości dodanej w produkcji globalnej dla całej gospodarki wynosił 44%²³, natomiast wartość tego wskaźnika w odniesieniu do charakterystycznej działalności turystycznej kształtowała się na poziomie 58%. W przybliżeniu, sektor turystyczny w większym stopniu aniżeli inne przemysły

²³ Por. *Rachunek satelitarny turystyki dla Polski*, Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Instytut Turystyki, Warszawa 2003, s. 52–53.

przyczyniał się do tworzenia PKB²⁴ w tym roku. Zatem sektor turystyczny w Polsce ma charakter prorozwojowy.

Znaczenie turystyki w rozwoju Unii Europejskiej jest określone bezpośrednio w Rezolucji Rady Europy z 21 maja 2002 roku na temat przyszłości europejskiej turystyki (2002/C 135/01), chociaż nie zostały określone konkretne organy instytucjonalne odpowiedzialne za kreowanie polityki w tym zakresie. Rada uznała, że turystyka

jest jednym z podstawowych sektorów gospodarki europejskiej ze względu na wkład do PKB w każdym z członkowskich krajów, z powodu generowanego poziomu zatrudnienia, przyczyniania się do osiągania celów ustanowionych w Lizbonie [to znaczy w Strategii Lizbońskiej – przyp. M.B.] i Cardiff, jak i do osiągnięcia prawdziwego rynku usług wewnętrznych. Prowadzi [...] do wysokiego poziomu zatrudnienia, społecznego dobrobytu, zrównoważonego wzrostu, wyższej jakości życia i lepszej integracji europejskiej, jak i społecznej oraz gospodarczej integracji, przyczyniając się znacząco do osiągnięcia celów konwergencji²⁵.

Komisja Europejska uwzględnia interdyscyplinarność turystyki oraz jej wielopłaszczyznowość oddziaływania na rozwój społeczno-kulturalno-ekonomiczny. W Polsce w budowanej *Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013* przyjęto wskazane przez Komisję Europejską założenia rozwoju turystyki:

- brak spójnych badań i danych turystycznych (turystyczny rachunek satelitarny);
- brak wykształconej kadry dla niektórych zawodów w branży głównie ze względu na warunki pracy;
- rozwój transportu;
- jakość usług;
- zrównoważony rozwój i ochrona środowiska;
- rozwój produktów turystycznych;
- ICT jako czynnik konkurencyjności²⁶.

Unia Europejska we wspomnianej już Strategii Lizbońskiej określiła kierunki polityki rozwoju obszaru europejskiego rynku wewnętrznego. Jej podstawą jest rozwój małych i średnich przedsiębiorstw, co zostało potwierdzone uchwaleniem Karty Małego Przedsiębiorstwa. Karta zawiera postanowienia Unii w zakresie zorientowania rozwoju na małe i średnie przedsiębiorstwa, które w większości krajów Unii mają znaczący udział w tworzeniu wartości dodanej (por. tabela 1.12.). Z rzetelności trzeba jednak dodać, że udział małych i średnich przedsiębiorstw we wzroście gospodarczym większości krajów Unii maleje.

²⁴ Por. przypis nr 7.

²⁵ Por. P. Pawelec, *Polityka Unii Europejskiej wobec turystyki* [w:] Załącznik nr 1 pt. „Uwarunkowania formalno-prawne strategii”, *Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.

²⁶ *Ibidem*, s. 8–9.

Tabela 1.12. Klasyfikacja krajów grupy E-19 według poziomu udziałów sektora MSP w tworzeniu realnej wartości dodanej w roku 2001.

Udział sektora MSP w tworzeniu realnej wartości dodanej	Kraje
Powyżej 70%	Grecja (+), Włochy (-), Luksemburg (+)
60–69%	Belgia (-), Portugalia (-)
50–59%	Austria (+), Dania (-), Niemcy (-), Holandia (-), Norwegia (-), Hiszpania (-), Szwecja (+)
40–49%	Finlandia (-), Francja (-) Szwajcaria (-)
Poniżej 40%	Islandia (+), Irlandia (-), Wielka Brytania (+)

(-/+) – spadek lub wzrost udziału MSP w porównaniu z rokiem 1990.

Źródło: P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, s. 102.

W strukturze podmiotowej przemysłu turystycznego w Polsce dominują małe i średnie przedsiębiorstwa. Jednak analizy mikroekonomiczne tego przemysłu są niedoskonałe. Podejmowane były jedynie sporadycznie, przez pojedynczych naukowców w Polsce i dotyczą większych przedsiębiorstw turystycznych. Brak menedżerskich analiz sektora turystycznego, użytecznych dla właścicieli i/lub zarządów. Ponadto brakuje w dotychczasowych publikacjach uwzględniania specyfiki sektora turystycznego zdominowanego podmiotowo przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa z określonymi systemami zarządzania. Dlatego w niniejszym opracowaniu uwaga jest skierowana na te podmioty przemysłu i gospodarki turystycznej. Dla uproszczenia analiz, sektor turystyczny zostanie ograniczony do formalnych granic mikroekonomicznej definicji przemysłu turystycznego, to znaczy obejmującego działalność gospodarczą charakterystyczną dla turystyki. Jednak termin „sektor” jest traktowany w znaczeniu menedżerskim, to jest M. Portera. Uwzględnia się termin „branży/sektora turystycznego” w porterowskim²⁷ znaczeniu otoczenia konkurencyjnego mikro, małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych, prowadzących grę konkurencyjną na rynku usług turystycznych. Kategoria ta ma znaczenie przede wszystkim w wyborach właścicielskich i menedżerskich zachowań konkurencyjnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Na zakres wyboru, to jest określonej strategii konkurowania, czyli budowy przewagi konkurencyjnej tych przedsiębiorstw istotny wpływ ma struktura sektora. W klasycznej już teorii konkurencji i analizach sektorowych M. Porter rozróżnia zróżnicowanie strategii ze względu na zakres koncentracji, fazy rozwoju sektora i stopień podatności na konkurencję międzynarodową. M. Porter wyróżnił takie rodzaje sektorów, jak²⁸:

- 1) rozproszone,
- 2) pojawiające się,
- 3) dojrzałe,
- 4) globalne.

²⁷ Według M. Portera sektorem jest grupa przedsiębiorstw wytwarzających wyroby będące substytutami (M. Porter, *Strategia konkurencji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1992, s. 23).

²⁸ M. Porter, *Strategia konkurencji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1992, s. 185–288.

W wyróżnionych rodzajach sektorów brak jednoznacznego kryterium wyodrębnienia. Jest to tylko typologia ich rodzajów. Powstaje pytanie, które subsektory w sektorze turystycznym są rozproszone, a które skoncentrowane?

Badania makroekonomiczne nad koncentracją w gospodarce polskiej były prowadzone od początku lat dziewięćdziesiątych. Natomiast w sektorze turystycznym są niejako produktem ubocznym prac w ramach rachunku satelitarnego turystyki, a więc mają charakter również makroekonomiczny, a nie menedżerski. Wobec tego wyniki mogą jedynie ukierunkowywać wybory strategiczne inwestorów, właścicieli i kierownictwa przedsiębiorstw. W ostatnim rachunku satelitarnym turystyki, za rok 2000, wyodrębniono sektory o najwyższym wskaźniku koncentracji i rozproszeniu.

Do subsektorów²⁹ turystycznych o najwyższym wskaźniku koncentracji należą³⁰:

- pasażerskie przewozy lotnicze;
- międzymiastowe pasażerskie przewozy kolejowe;
- działalność pośrednicko-organizatorska;
- produkcja łodzi sportowych i wypoczynkowych.

Natomiast subsektory turystyczne najbardziej rozproszone to³¹:

- usługi gastronomiczne;
- wynajem autokarów.

O ile w zakresie koncentracji sektora turystycznego można było wykorzystać badania makroekonomiczne³², o tyle w zakresie faz rozwoju poszczególnych subsektorów niezbędne są badania menedżerskie. Takich jednak brakuje również w światowym, nie tylko polskim doświadczeniu badań nad sektorem turystycznym. Trudno zatem precyzyjnie wyodrębnić subsektory dojrzałe i subsektory pojawiające się w sektorze turystycznym. Intuicyjnie można wskazać, że wymienione wyżej jako rozproszone oraz jako skoncentrowane subsektory turystyczne są dojrzałe, przy czym po roku 2000 „pasażerskie przewozy lotnicze” mają wiele cech sektora globalnego. W sektorze turystycznym w szybkim tempie rozwijają się przedsiębiorstwa oparte na zaawansowanej technologii informacyjno-informatycznej. Są to firmy o charakterze struktury subsektora tak zwanego pojawiającego się (w nazewnictwie M. Portera). Przykładami są przedsiębiorstwa systemów elektronicznej rezerwacji oraz wszystkie firmy e-biznesu działające w zakresie usług turystycznych.

Tabela 1.13. Prognozy PKB, zatrudnienia i stopy bezrobocia w latach 2005–2006, 2007–2013 i 2014–2020.

Wyszczególnienie	2005–2006	2007–2013	2014–2020
PKB w cenach bieżących w mld PLN na koniec okresu	1 014,1	1 686,1	2 372,5
Przeciętne zatrudnienie w gospodarce narodowej w tys. na koniec okresu	14 135	14 632	15 083
Stopa bezrobocia (w %) na koniec okresu	17,5	14,4	11,9

Źródło: Założenia NPR na lata 2007–2013, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, *Wstępny Projekt Narodowego Planu Rozwoju 2007–2013*, Warszawa 2005.

²⁹ Termin „subsektor” został użyty jako określenie formalnej części sektora turystycznego.

³⁰ *Rachunek satelitarny turystyki...*, *op.cit.*

³¹ *Ibidem.*

³² U podstaw rozproszenia/koncentracji wymienionych subsektorów turystycznych leżą czynniki ekonomiczne, nie menedżerskie.

Tabela 1.14. Prognoza tempa zmian podstawowych wskaźników ekonomicznych w latach 2005–2006, 2007–2013 i 2014–2020 (w %).

Wyszczególnienie	2005–2006	2007–2013	2014–2020
Wzrost PKB	4,9	5,5*	5,0
Wzrost konsumpcji	3,9	5,3	5,0
Eksport	11,5	7,6	6,6
Import	12,0	8,3	6,4

* Prognoza była optymistyczna, gdyż na rok 2007 przyjęto już bardziej realistyczny wzrost PKB na poziomie 4,6%.

Źródło: *Wstępny Projekt Narodowego Planu Rozwoju 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.

Tabela 1.15. Prognoza wpływów z turystyki przyjazdowej do Polski w latach 2005, 2013 i 2020 (w mld USD).

Wyszczególnienie	2005	2013	2020
Wpływy z turystyki przyjazdowej	6,0	8,7	11,2
Wydatki turystów zagranicznych	3,8	5,9	8,0
Wydatki odwiedzających jednodniowych	2,2	2,8	3,2

Źródło: Prognozy Instytutu Turystyki; cyt. za: *Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2005.