

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO



**Podlaskie Obserwatorium
Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych**

SEKTOR TURYSTYCZNY



**Białystok
2009**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Sektor turystyczny



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



ZESPÓŁ AUTORSKI:

dr hab. Renata Przygodzka, prof. UwB
dr hab. Mirosława Kozłowska-Burdziak, prof. UwB
dr Katarzyna Dębkowska
dr Adam Sadowski
dr Joanna Ejdys
dr Urszula Widelska
mgr Anna Kononiuk

RECENZENT OPRACOWANIA:

prof. dr hab. Tadeusz Popławski

ISBN 978-83-926324-9-8

©COPYRIGHT BY WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY W BIAŁYMSTOKU,
BIAŁYSTOK 2009

Badanie zostało przeprowadzone w ramach projektu:

**„PODLASKIE OBSERWATORIUM RYNKU PRACY
I PROGNOZ GOSPODARCZYCH”,**

współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Działania 8.1 Rozwój pracowników
i przedsiębiorstw w regionie, Poddziałania 8.1.4 Przewidywanie zmiany gospodarczej

www.obserwatorium.up.podlasie.pl

DRUK:
BARWA PIOTR KULESZA
15-701 BIAŁYSTOK, UL. KOLEJOWA 12E
www.barwa.pl

Spis treści

Wstęp	4
1. Sektor turystyczny na świecie i w Polsce.....	6
2. Diagnoza stanu sektora turystycznego w województwie podlaskim	20
2.1. Działalność usługowa związana z zakwaterowaniem	20
2.2. Działalność usługowa związana z wyżywieniem.....	38
2.3. Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych.....	53
3. Analiza głównych determinant rozwojowych w świetle badań ankietowych	62
3.1. Metodologia badań ankietowych	62
3.2. Ogólna sytuacja ekonomiczna firm.....	67
3.3. Analiza czynników oddziałujących na sektor	73
3.4. Analiza otoczenia konkurencyjnego	89
3.5. Analiza stanu zatrudnienia	98
4. Analiza badań panelowych.....	108
4.1. Metodologia badań panelowych.....	108
4.2. Ocena sektora turystycznego w świetle badań panelowych.....	109
4.3. Analiza SWOT oraz identyfikacja kluczowych czynników rozwoju sektora turystycznego	115
4.4. Scenariusze rozwoju sektora turystycznego.....	120
5. Informacje w zakresie istniejących form, możliwości wsparcia sektora turystycznego ze środków krajowych i unijnych	124
Wnioski końcowe i rekomendacje	136
Aneks	144
Rodzaje obiektów zbiorowego zakwaterowania.....	144
Wykaz tabel	148
Wykaz wykresów	151
Bibliografia	154
Załącznik nr 1. Kwestionariusz badawczy przedsiębiorstw sektora turystycznego województwa podlaskiego w zakresie informacji o sektorze turystycznym na potrzeby projektu Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych	155
Załącznik nr 2. Scenariusz badania panelowego- wywiady grupowy z przedstawicielami sektora turystycznego.....	163

Wstęp

Oddawany do rąk Czytelnika „Raport” jest efektem badań wykonanych przez zespół ekspertów powołanych przez Instytut Badań i Analiz VIVADE sp. z o.o. oraz PM Group na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Białymstoku. Badania te realizowane w ramach Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych noszą nazwę „Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego”.

Zasadniczym celem prowadzonych badań było szczegółowe zaprezentowanie roli i znaczenia dwóch kluczowych w województwie podlaskim sektorów, a mianowicie branży spożywczej oraz turystycznej, przy czym badanie uwzględnia następujące przedsiębiorstwa:

1. w sektorze spożywczym:

- przetwarzanie i konserwowanie mięsa oraz produkcja wyrobów z mięsa (PKD 2007 10.1),
- przetwarzanie i konserwowanie owoców i warzyw (PKD 2007 10.3),
- produkcja napojów (PKD 2007 11);

2. w sektorze turystyki:

- zakwaterowanie (PKD 2007 55),
- działalność usługowa związana z wyżywieniem (PKD 2007 56),
- działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane (PKD 2007 79).

Ponadto założono realizację następujących celów szczegółowych:

1. Określenie stanu rozwoju sektora spożywczego i turystyki w województwie podlaskim.
2. Zdiagnozowanie głównych determinant rozwojowych sektora spożywczego oraz turystyki.
3. Przedstawienie prognoz przyszłości sektora spożywczego oraz turystyki w województwie podlaskim z uwzględnieniem jego zagrożeń i szans rozwojowych.
4. Dostarczenie obiektywnych i wyczerpujących informacji, niezbędnych przedsiębiorstwom w procesie planowania strategicznego i określania ich pozycji konkurencyjnej.
5. Wskazanie podmiotom sfery regulacji kierunków działań zmierzających do likwidacji bądź ograniczenia barier rozwoju sektora spożywczego oraz turystyki.
6. Dostarczenie informacji w zakresie istniejących form, możliwości wsparcia sektora spożywczego oraz turystyki ze środków krajowych i unijnych.

Niniejszy „Raport” prezentuje wyniki badań sektora turystycznego województwa podlaskiego. Struktura „Raportu” dla łatwiejszej percepcji w zasadzie odpowiada celom szczegółowym. Tak więc rozdział pierwszy i drugi prezentują na podstawie analizy tzw. danych zastanych, stan sektora turystycznego w województwie podlaskim na tle ogólnych tendencji rozwojowych sektora w Polsce i na świecie. Szczególnie wyeksponowano problemy trzech branż, a mianowicie: zakwaterowania, usług zwianych z wyżywieniem oraz działalność organizatorów i pośredników usług turystycznych. Pewną słabością tego rozdziału jest niewątpliwie zbyt ogólny charakter niektórych analiz i sformułowań, który wynika z braku konkretnych i szczegółowych danych statystycznych. Te, które są gromadzone przez wojewódzkie urzędy statystyczne, niejednokrotnie mają charakter niepełny. Na przykład sprawozdawczość statystyczna nie obejmuje małych podmiotów, zatrudniających do

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

9 osób. Ponieważ wszystko wskazuje na to, że ich udział w sektorze turystycznym jest dominujący, stąd też trudno uznać, że zaprezentowany opis oraz kluczowe tendencje są wyczerpujące. Niemniej za pomocą analizy porównawczej ten problem usiłowano zminimalizować.

Treść rozdziału trzeciego koncentruje się na identyfikacji głównych determinant rozwojowych sektora turystycznego w województwie podlaskim. Rozdział ten bazuje na analizie bardzo szerokiego materiału pochodzącego z badań ankietowych przeprowadzonych wśród podlaskich przedsiębiorców. Ponieważ badaniami objęto reprezentatywną próbę (uwzględniającą zarówno strukturę branżową, jak i wielkość przedsiębiorstw oraz ich przestrzenne rozmieszczenie), dlatego też ich wyniki są dopełnieniem analiz opartych na materiale statystycznym. Ponadto, co ważne, diagnozę kluczowych uwarunkowań rozwojowych pozostawiono samym przedsiębiorcom, dzięki czemu wyniki są bardziej wiarygodne. Szczegółową metodologię przeprowadzonych badań zamieszczono w punkcie 3.1. Natomiast struktura pozostałej części rozdziału wynika z wyodrębnienia określonych części w kwestionariuszu badawczym, a te z kolei odzwierciedlają obszary oddziaływania na przedsiębiorstwo w ujęciu sektorowym, jak i wynikające z szerszej pojętego otoczenia. Szczególną uwagę poświęcono w tym rozdziale problemom polityki zatrudnienia, jaka jest realizowana w przedsiębiorstwach sektora turystycznego i w konsekwencji jej oddziaływaniom na podlaski rynek pracy.

Kolejny rozdział stanowi szczególną formę dopełnienia wcześniejszych części i prezentując wyniki badań panelowych przeprowadzonych wśród przedstawicieli trzech podlaskich branż sektora turystycznego, uzupełnia wcześniejsze badania, zwłaszcza w kontekście wyłonienia najważniejszych czynników oddziałujących na funkcjonowanie ich przedsiębiorstw. Stały się one podstawą, wraz z analizą słabych i mocnych stron sektora oraz ich szans i zagrożeń rozwojowych do budowania scenariuszy ich rozwoju.

Rozdział piąty ma charakter głównie informacyjny i zawiera przegląd najważniejszych form i możliwości wsparcia przedsiębiorstw sektora turystycznego zarówno ze środków krajowych, jak i unijnych.

Kończącą część „Raportu” stanowią „Wnioski i rekomendacje”, w których w sposób syntetyczny zaprezentowano najważniejsze aspekty i problemy funkcjonowania sektora turystycznego w województwie podlaskim, ich uwarunkowania rozwojowe oraz prognozy rozwoju.

Dołączony na końcu opracowania aneks zawiera wyjaśnienia używanych w raporcie pojęć związanych z rynkiem turystycznym oraz metodologię badań rynku turystycznego stosowaną przez GUS.

Wyrażamy nadzieję, że przeprowadzone badania oraz sposób ich prezentacji spełnia oczekiwania Zamawiającego, a ponadto stanie się ważnym źródłem informacji w procesie podejmowania decyzji podlaskich przedsiębiorców związanych z sektorem turystycznym.

Zespół Ekspertów

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

1. Sektor turystyczny na świecie i w Polsce

Według definicji Światowej Organizacji Turystyki (WTO) przy ONZ, turystyką nazywamy ogół działań osób, podróżujących i przybywających w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż przez okres jednego roku bez przerwy poza swoim codziennym środowiskiem i miejscem zamieszkania. Zapisy tej definicji w pewien sposób determinują działania, które muszą być podjęte aby turyście zapewnić godziwe miejsce pobytu (zakwaterowania), wyżywienie oraz obsługę przed i w trakcie wyjazdu i to są właśnie sfery których dotyczyć będzie niniejsze opracowanie. Niemniej należy zwrócić uwagę, iż w szczególności końcówka XX wieku z niespotykanym dotychczas na taką skalę postępem cywilizacyjnym, wzrostem stopnia zamożności społeczeństw, wydłużeniem czasu wolnego, wzrostem mobilności ludności, wzrostem tempa życia i pracy zawodowej oraz pojawieniem się częstych sytuacji stresowych przyczyniła się do zdynamizowania rozwoju turystyki. Ponadto czynnikami sprzyjającymi rozwojowi turystyki na świecie są również nowe bardziej liberalne ustawy i prawo, chociażby w zakresie zniesienia granic w obrębie państw Unii Europejskiej, czy też zniesienie wiz do wielu państwa świata. Czynniki powyżej wymienione oraz wiele innych o nie mniejszej sile sprawczej przyczyniły się do tego, iż liczba turystów zagranicznych jest dzisiaj liczona w setkach milionów, a dodając do tego całe rzesze turystów krajowych uzyskujemy obraz masowego zjawiska przemieszczania się miliardów ludzi w celach turystycznych.

Tabela 1. Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według regionów (w mln)

	2000	2005	2007	2008	Wzrost w latach 2000-2008
Świat ogółem	684,0	804,0	904,0	922,0	34,8
Europa	392,5	441,6	487,9	489,4	24,7
Północna Europa	43,7	52,8	58,1	57,0	30,4
Zachodnia Europa	139,7	142,6	154,9	153,3	9,7
Środkowo - Wschodnia Europa	69,4	87,5	96,6	99,6	43,5
Europa Południowa i Śródziemnomorska.	139,8	158,7	178,2	179,6	28,5
Azja i Pacyfik	110,1	153,6	182,0	184,1	67,2
Azja Północno - Wschodnia	58,3	85,9	101,0	101,0	73,2
Azja Południowo - Wschodnia	36,1	48,5	59,7	61,7	70,9
Oceania	9,6	11,0	11,2	11,1	15,6
Azja Południowa	6,1	8,1	10,1	10,3	68,9
Ameryki	128,2	133,3	142,9	147,1	14,7
Ameryka Północna	91,5	89,9	95,3	97,8	6,9
Karaiby	17,1	18,8	19,8	20,2	18,1
Środkowa Ameryka	4,3	6,3	7,8	8,3	93,0
Ameryka Południowa	15,3	18,3	20,1	20,8	35,9
Afryka	27,9	37,3	45,0	46,6	67,0
Afryka Północna	10,2	13,9	16,3	17,2	68,6
Afryka Subsaharyjska	17,6	23,4	28,7	29,5	67,6
Bliski Wschód	24,9	37,9	46,6	55,1	121,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie [19].

Właściwie w całym okresie drugiej połowy XX wieku oraz początkowych latach wieku XXI liczba przyjazdów turystów międzynarodowych systematycznie rosła osiągając w 2008 roku 922 milionów (wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 1,9%). Światowa Organizacja Turystyki szacuje, że na całym świecie wpływy z turystyki międzynarodowej osiągnęły w 2008 roku 944 miliardów dolarów i był to znaczny wzrost

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

w stosunku do 857 mld w roku 2007¹. W ujęciu realnym, tj. po skorygowaniu kursów wymiany i inflacji, wzrost wpływów z turystyki osiągnął 1,8%. W Europie wprowadzono zanotowano wzrost wpływów o 38 mld dolarów niemniej w ujęciu realnym oznaczało to spadek o 1%. Dla porównania w latach 2006 r. i 2007 r. średnie wzrosty wyniosły około 5% rocznie, a wzrost wpływów z turystyki zagranicznej w latach 2000-2008 był niemal dwukrotny. Dane wskazują więc wyraźnie, iż w roku 2008 nastąpiło załamanie w ruchu turystycznym na świecie. Tendencje te w dalszym ciągu miały miejsce i w początkowych miesiącach 2009 r. nastąpiło zmniejszenie się ruchu turystycznego o około 7%.

W największym stopniu tendencje spadkowe ujawniły się w segmencie podróży służbowych. W mniejszym stopniu ucierpiały wyjazdy krajowe i wyjazdy do nieodległych krajów. Zauważalną tendencją było skrócenie długości pobytu i w konsekwencji mniejsze wydatki związane z wyjazdami turystycznymi. Skrócenie długości pobytu w negatywny sposób odbiło się na wykorzystaniu bazy noclegowej i wysokości przychodów z wykorzystanych pokoi, gdyż znaczna część hotelarzy zdecydowała się na obniżenie cen.

Tabela 2. Wyniki działalności hoteli wg regionów (od stycznia do kwietnia)

	Wskaźnik wykorzystania (%)			Średnia cena (USD) za 1 sprzedany pokój		
	2009	2008	zmiana (%)	2009	2008	zmiana (%)
Europa	55,2	61,6	-6,4	121	162	-24,9
Europa (w Euro)				93	105	-11,2
Bliski Wschód	63,8	70,6	-6,8	224	238	-5,8
Azja i Pacyfik	58,3	68,4	-10,1	119	145	-18,8
Ameryka Północna	52,8	59,2	-6,4	100	110	-8,8
Ameryka Środkowa i Południowa	58,1	66,0	-7,9	110	124	-11,0

Źródło: [19].

W skali światowej największą liczbę przyjazdów turystów zagranicznych generuje Francja, do której w 2008 r. przyjechało ponad 79 mln turystów. Na kolejnych miejscach znajdują się Hiszpania, USA i Chiny, do których to państw w roku 2008 przyjechało odpowiednio 58, 57 i 53 mln turystów. Polska jeżeli chodzi o przyjazdy turystów zagranicznych znajduje się na 19 miejscu i w roku 2008 przyjęła zaledwie 13 mln turystów co oznaczało spadek w stosunku do roku poprzedniego o 13,5%.

Pierwsze miesiące roku 2009 przyniosły niestety dalsze znaczne spadki przyjazdów turystów zagranicznych, które w przypadku państw wskazanych jako liderzy, wahały się w granicach 9-14%. W przypadku Polski spadek liczby przyjazdów turystów zagranicznych został oszacowany na około 18,6%. Zauważyć należy, iż spadek przyjazdów turystów zagranicznych obserwowany na początku 2009 roku przyniósł wyraźne obniżenie cen usług noclegowych.

Pomimo znacznych spadków liczby przyjazdów turystów zagranicznych w ostatnich miesiącach dane z okresu wakacyjnego pozwalają sądzić, iż w kolejnych miesiącach i latach tendencje te odwrócą się i w dalszym ciągu będzie widoczny wieloletni trend wzrostowy, a prognozy Światowej Organizacji Turystyki wskazują, iż:

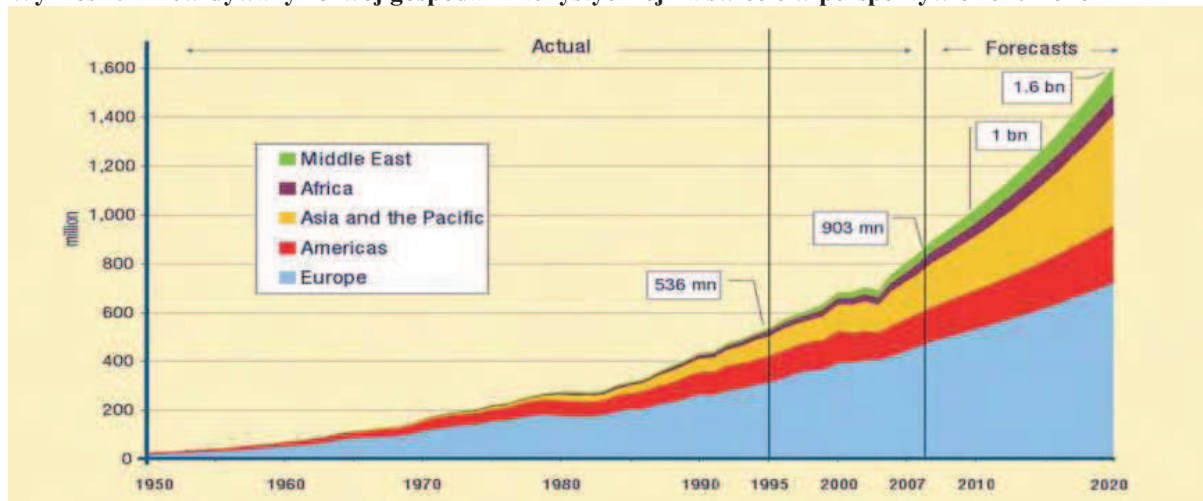
- liczba podróży na świecie w 2020 r. wyniesie 1561 milionów, a szacunkowe wpływy osiągną wartość 2 bilionów USD;
- Europa pozostanie najczęściej odwiedzanym regionem świata z 717 milionami podróży w 2020 r. i 46% udziałem w światowym rynku;

¹ Tak znaczny wzrost był w znacznym stopniu spowodowany osłabieniem dolara w stosunku do euro o 7% w 2008 r.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- największy wzrost przyjazdów odnotują: kraje Europy Środkowo-Wschodniej (223 mln) oraz południowo - wschodnich krajów basenu Morza Śródziemnego (212 mln);
- region Azji Wschodniej i Pacyfiku stanie się drugim po Europie najczęściej odwiedzanym miejscem na świecie z udziałem w wysokości 25%.

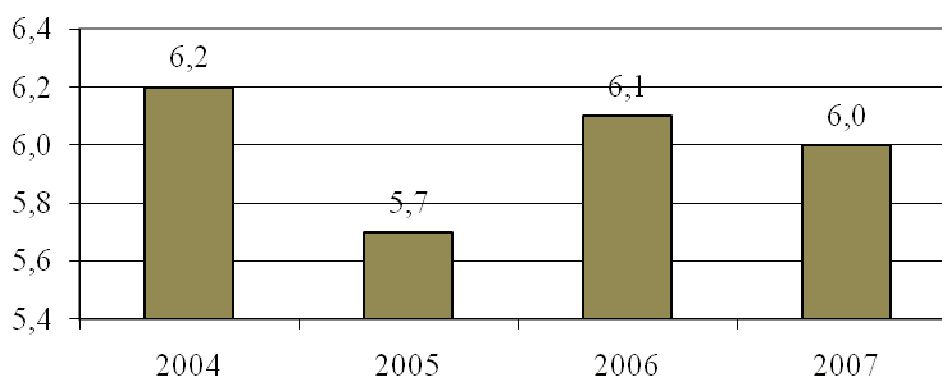
Wykres 1. Przewidywany rozwój gospodarki turystycznej na świecie w perspektywie roku 2020



Źródło: [18].

UNWTO's *Tourism 2020 Vision* przewiduje, że międzynarodowe przyjazdy osiągną wartość blisko 1,6 bln do roku 2020. Oczekuje się, że w perspektywie roku 2020 do największych regionów recepcji turystycznej będą należały: Europa (717 mln turystów) Azja Wschodnia i Pacyfik (397 mln turystów) oraz Ameryki (282 mln turystów).

Wykres 2. Udział gospodarki turystycznej w Polsce w PKB (procenty)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych IT.

Wzrost PKB i zatrudnienia w turystyce jest obecnie bardzo dynamiczny i prognozuje się bardzo szybkie tempo rozwoju tego sektora na świecie. Na istotną rolę turystyki w gospodarce światowej wskazują 10% udział gospodarki turystycznej w światowym PKB oraz 8% procentowy udział gospodarki turystycznej w światowym

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

zatrudnieniu. W Polsce udział gospodarki turystycznej w PKB oscyluje w granicach 6,0% (Wykres 2. Udział gospodarki turystycznej w Polsce w PKB).

Wykorzystanie hoteli w różnych miastach świata nie wykazuje zdecydowanego zróżnicowania i w roku 2008 wynosiło ok 60-70%. Stosunkowo słabsze wykorzystanie było notowane w Europie (61,6%) i Ameryce Północnej (59,2%), zaś najlepsze wykorzystanie zanotowano na Bliskim Wschodzie (70,6%).

Wskaźnik wykorzystania pokoi w hotelach w przedstawionych miastach (tabela 3) pokazuje znaczne zróżnicowanie od około 47% w Reykjavíku do ponad 76% (w 2008 r.) Londynie. W tym czasie w Warszawie zanotowano wskaźnik wykorzystania na poziomie 63,8%. Zauważyć jednocześnie należy, iż spadek liczby przyjazdów turystów zagranicznych zdecydowanie wpłynął na wykorzystanie miejsc noclegowych w hotelach, które spadło o 6-10%.

Tabela 3. Wskaźnik wykorzystania pokoi w hotelach w wybranych miastach europejskich (procenty)

Wyszczególnienie	2009*	2008	Zmiana (%)
Reykjavík	43,4	47,3	-4,0
Oslo	57,3	63,5	-6,2
Sztokholm	57,6	62,2	-4,6
Kopenhaga	50,5	57,5	-6,9
Dublin	54,6	63,9	-9,4
Londyn	74,4	76,7	-2,3
Amsterdam	59,7	72,4	-12,7
Bruksela	60,6	67,9	-7,2
Luksemburg	61,0	67,4	-6,4
Frankfurt	56,5	63,0	-6,4
Berlin	58,7	61,5	-2,8
Paryż	69,6	75,4	-5,8
Wiedeń	54,6	63,6	-8,9
Genewa	55,2	66,9	-11,8
Zurych	60,8	68,8	-7,9
Praga	45,9	57,2	-11,3
Bratysława	38,2	56,8	-18,6
Budapeszt	41,8	55,5	-13,7
Warszawa	55,3	63,8	-8,5
Moskwa	57,1	63,9	-6,7
Lizbona	50,9	60,2	-9,2
Madryt	55,2	65,6	-10,4
Barcelona	54,7	64,7	-10,0
Mediolan	58,3	68,2	-9,9
Rzym	53,7	60,3	-6,6
Ateny	48,6	60,8	-12,2
Istanbul	59,3	68,8	-9,6

* - styczeń-kwiecień

Źródło: [19].

Pewne cechy usług turystycznych powodują, iż przemysł turystyczny podlega mocnym wahaniom sezonowym, co powoduje że w sezonie letnim zatrudnienie wzrasta o ok. 10%. Ponadto zatrudnienie w sektorze zakwaterowania turystycznego charakteryzuje się stosunkowo wysokim udziałem kobiet (60%) i pracowników o niskim wykształceniu, którzy stanowią około 36%. Jednakże te stosunkowo negatywne cechy zatrudnienia w sektorze usług noclegowych nie są w stanie przeważać szali korzyści na których można położyć fakt, iż regiony charakteryzujące się znacznym ruchem turystycznym mają z reguły niższą niż średnia krajowa stopę bezrobocia, a zatrudnienie w sektorze turystycznej bazy noclegowej stanowi ponad 1% całego rynku pracy

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR TURYSTYCZNY

w UE. Ponadto na podstawie danych krajowych stwierdzono, iż zatrudnienie ogółem w branży turystycznej wynosi około 12-14 mln osób co stanowi 6,2% ogólnego zatrudnienia i waha się od 3,4% w Czechach do 12% w Hiszpanii.

Tabela 4. Liczba zatrudnionych w hotelach i restauracjach oraz w zakwaterowaniu turystycznym na tle zatrudnienia w całej gospodarce w krajach europejskich 2007 roku (w tys.)

	Cała gospodarka	w tym	
		Hotele i restauracje	Zakwaterowanie turystyczne
EU-27*	218 553	9 178	2309
Austria	4 028	259	94
Belgia	4 380	151	-
Bułgaria	3 253	163	38
Chorwacja	1 614	95	-
Cypr	378	24	12
Czechy	4 922	182	47
Dania	2 804	82	22
Estonia	655	23	-
Finlandia	2 492	84	17
Francja	25 642	875	256
Grecja	4 510	312	78
Hiszpania	20 356	1 451	337
Holandia	8 464	359	72
Irlandia	2 112	127	-
Islandia	168	6	2
Litwa	1 534	34	-
Luksemburg	-	-	-
Łotwa	1 118	31	.
Malta	156	13	8
Niemcy	38 210	1 433	375
Norwegia	2 434	67	23
Polska	15 241	291	90
Portugalia	5 170	289	59
Rumunia	9 353	137	34
Słowacja	2 358	102	27
Słowenia	985	39	-
Szwajcaria	4 122	154	-
Szwecja	4 541	143	37
Turcja	21 207	990	-
Węgry	3 926	163	37
Wielka Brytania	28 441	1 247	-
Włochy	23 222	1 154	238

*) po doszacowaniu brakujących

- brak danych

Źródło: [16].

W skali europejskiej Polska nie należy do potentatów turystycznej bazy noclegowej, gdyż nasze hotele stanowią zaledwie 1,2% ogółu tego typu obiektów w UE. Dla porównania można wskazać, iż kraje wiodące w rozwoju turystyki (Niemcy, Wielka Brytania, Włochy) posiadają ponad 54% wszystkich obiektów hotelowych UE. Pod względem liczby obiektów hotelarskich w UE zajmujemy odległą 12 pozycję i wprawdzie wyprzedzamy Słowenię, Słowację czy też znaną z licznych walorów turystycznych Bułgarię to należy mieć na względzie fakt, iż jesteśmy stosunkowo dużym krajem ze znaczną liczbą atrakcyjnych miejsc i obszarów turystycznych, jednakże nie przekłada się to na większą liczbę obiektów noclegowych.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Fakt, iż posiadamy stosunkowo mało obiektów noclegowych o podwyższonym standardzie (hotele i inne obiekty typu hotelowego) wynika z tego, iż stosunkowo niedawno otworzyliśmy się na świat i zaczynamy korzystać z faktu, iż turystyka na świecie jest bardzo dynamicznie rozwijającą się dziedziną aktywności gospodarczej i społecznej. Jednakże sytuacja jeśli chodzi o liczbę obiektów hotelarskich w Polsce poprawia się w sposób bardzo dynamiczny. Tylko w okresie lat 2002-2007 liczba tego typu obiektów zwiększyła się o ponad 65%. W tym samym czasie w starych państwach UE obserwowaliśmy relatywną stagnację z nielicznymi przypadkami spadku liczby hoteli. W nowych państwach członkowskich liczba obiektów hotelarskich generalnie rosła w bardzo szybkim tempie niemniej obserwowaliśmy w tym względzie również spadki, które były szczególnie widoczne na Węgrzech i w Czechach.

Tabela 5. Hotele i podobne obiekty w krajach UE w latach 2002-2007

Wyszczególnienie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Struktura w 2007 r.	Wzrost/ spadek w latach 2002/2007
Ogółem	204675	204457	205252	194199	201168	202353	100,0	-1,1
Austria	14 914	14 708	14 435	14 267	14 051	14 204	7,0	-4,8
Belgia	2 010	1 957	1 922	1 899	1 955	2 013	1,0	0,1
Bułgaria	755	849	1016	1230	1348	1526	0,8	102,1
Cypr	813	829	803	785	753	735	0,4	-9,6
Dania	477	471	480	480	473	477	0,2	0,0
Estonia	193	230	267	317	341	346	0,2	79,3
Finlandia	971	992	961	938	923	909	0,4	-6,4
Francja	18 768	18 617	18 598	18 689	18 361	18 135	9,0	-3,4
Grecja	8 329	8 689	8 899	9 036	9 111	9 207	4,5	10,5
Hiszpania	16 739	17 102	17 402	17 607	18 304	17 827	8,8	6,5
Irlandia	5009	4821	4 554	4 407	4 296	4 087	2,0	-18,4
Litwa	247	270	317	331	338	348	0,2	40,9
Luksemburg	305	307	297	292	277	273	0,1	-10,5
Łotwa	223	261	278	337	321	318	0,2	42,6
Malta	-	161	194	178	173	160	0,1	-0,6
Niderlandy	2 933	2 908	3 129	3 135	3 099	3 196	1,6	9,0
Niemcy	38 162	37 547	36 884	36 593	36 201	35 941	17,8	-5,8
Polska	1 478	1 547	2 139	2 200	2 301	2 443	1,2	65,3
Portugalia	1 806	1 934	1 954	2 012	2 028	2 031	1,0	12,5
Republika Czeska	5 087	4 374	4 311	4 279	4 314	4 559	2,3	-10,4
Rumunia	2765	2989	3301	3608	4125	4163	2,1	50,6
Słowacja	816	838	873	885	922	1 249	0,6	53,1
Słowenia	393	381	350	344	358	396	0,2	0,8
Szwecja	1 737	1 765	1 833	1 857	1 888	1 893	0,9	9,0
Wlk. Brytania	44 657	44 126	44 625	32 926	39 107	39 860	19,7	-10,7
Węgry	2 167	2 261	1 952	1 983	2 032	1 999	1,0	-7,8
Włochy	33 334	33 480	33 518	33 527	33 768	34 058	16,8	2,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie [20].

Zmiany liczby hoteli w UE miały w różnych państwach odmienną dynamikę (Tabela 6. Dynamika zmian liczby hoteli w krajach UE w latach 2002-2007). Generalnie w większości państw starej UE obserwowaliśmy coroczne niewielkie spadki (Austria, Belgia, Irlandia, Niemcy, Finlandia) lub też utrzymywanie się stałej liczby obiektów hotelowych (Dania, Portugalia, Włochy), co odbiło się na spadku liczby obiektów lub też utrzymaniu

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

ich na stałym poziomie. O wiele dynamiczniej zmieniała się liczba obiektów noclegowych w nowych państwach UE. W najbardziej równomierny sposób wzrastała liczba obiektów hotelarskich w Estonii i Bułgarii, gdzie corocznie notowano wzrost na poziomie 10-20%. Podobnie sytuacja przebiegała na Litwie i na Łotwie, jednakże w tych państwach proces ten zahamował się w 2006 roku co może sugerować, iż nastąpiło względne nasycenie rynku. W przypadku Czech zaobserwowaliśmy gwałtowne załamanie w latach 2002-2005 jednakże kolejne lata pokazały, iż nastąpiło ożywienie w branży hotelarskiej i liczba hoteli zaczęła wzrastać, ze szczególną intensywnością w roku 2007. Podobne załamanie miało miejsce na Węgrzech w roku 2004, niemniej ostatnie lata wskazują na stabilizację sytuacji i powolne odbudowywanie bazy hotelarskiej. Całkowicie odmiennie wyglądała sytuacja w Polsce, gdzie w roku 2004 zanotowano bardzo gwałtowny przyrost liczby hoteli, zaś w latach kolejnych obserwowaliśmy powolny przyrost na poziomie 3-6%.

Tabela 6. Dynamika zmian liczby hoteli w krajach UE w latach 2002-2007

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007
	Zmiana w % rok poprzedni = 100				
Ogółem	99,9	100,4	94,6	103,6	100,6
Austria	98,6	98,1	98,8	98,5	101,1
Belgia	97,4	98,2	98,8	102,9	103,0
Bułgaria	112,5	119,7	121,1	109,6	113,2
Cypr	102,0	96,9	97,8	95,9	97,6
Dania	98,7	101,9	100,0	98,5	100,8
Estonia	119,2	116,1	118,7	107,6	101,5
Finlandia	102,2	96,9	97,6	98,4	98,5
Francja	99,2	99,9	100,5	98,2	98,8
Grecja	104,3	102,4	101,5	100,8	101,1
Hiszpania	102,2	101,8	101,2	104,0	97,4
Irlandia	96,2	94,5	96,8	97,5	95,1
Litwa	109,3	117,4	104,4	102,1	103,0
Luksemburg	100,7	96,7	98,7	94,9	98,6
Łotwa	117,0	106,5	121,2	95,3	99,1
Malta	-	120,5	91,8	97,2	92,5
Niderlandy	99,1	107,6	100,2	98,9	103,1
Niemcy	98,4	98,2	99,2	98,9	99,3
Polska	104,7	138,3	102,9	104,6	106,2
Portugalia	107,1	101,0	103,0	100,8	100,1
Republika Czeska	86,0	98,6	99,3	100,8	105,7
Rumunia	108,1	110,4	109,3	114,3	100,9
Słowacja	102,7	104,2	101,4	104,2	135,5
Słowenia	96,9	91,9	98,3	104,1	110,6
Szwecja	101,6	103,9	101,3	101,7	100,3
Wlk. Brytania	98,8	101,1	73,8	118,8	101,9
Węgry	104,3	86,3	105,6	102,5	98,4
Włochy	100,4	100,1	100,0	100,7	100,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie [20].

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 7. Miejsca noclegowe w hotelach i podobnych obiektach w krajach UE

Wyszczególnienie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Liczba miejsc na obiekt w 2002 r.	Liczba miejsc na obiekt w 2007 r.
	w tys.							
Ogółem	10 686	10 895	11 139	11 198	11 541	11 715	52,2	57,9
Austria	569	566	571	571	573	574	38,2	40,4
Belgia	123	122	122	121	124	125	61,2	62,1
Bułgaria	133	144	171	201	212	231	176,2	151,4
Cypr	90	91	92	91	89	88	110,7	119,7
Dania	66	67	69	70	71	73	138,4	153,0
Estonia	16	18	23	25	26	29	82,9	83,8
Finlandia	118	120	120	118	118	119	121,5	130,9
Francja	1 235	1 236	1 241	1 266	1 258	1 254	65,8	69,1
Grecja	606	645	668	682	693	701	72,8	76,1
Hiszpania	1 395	1 452	1 512	1 580	1 615	1 642	83,3	92,1
Irlandia	140	146	145	149	148	157	27,9	38,4
Litwa	12	14	19	20	22	22	48,6	63,2
Luksemburg	14	15	14	14	14	15	45,9	54,9
Łotwa	14	15	18	19	20	21	62,8	66,0
Malta	-	39	41	37	40	40	236,0	250,0
Niderlandy	117	180	190	192	192	200	39,9	62,6
Niemcy	1 608	1 611	1 609	1 621	1 631	1 644	42,1	45,7
Polska	128	134	165	170	178	190	86,6	77,8
Portugalia	226	246	254	264	264	265	125,1	130,5
Republika Czeska	246	225	230	232	236	248	48,4	54,4
Rumunia	197	202	208	261	226	228	71,2	54,8
Słowacja	54	55	56	57	58	67	66,2	53,6
Słowenia	28	29	30	30	31	33	71,2	83,3
Szwecja	181	185	190	198	201	207	104,2	109,4
Wlk. Brytania	1 200	1 062	1 223	1 062	1 256	1 245	26,9	31,2
Węgry	155	159	158	162	159	154	71,5	77,0
Włochy	1 918	1 970	2 000	2 029	2 087	2 143	57,5	62,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie [20].

Całkowicie odmiennie kształtuje się liczba miejsc noclegowych w poszczególnych państwach UE (Tabela 7. Miejsca noclegowe w hotelach i podobnych obiektach w krajach UE). Generalnie w opisywanym okresie w skali całej UE obserwowaliśmy powolny wzrost liczby miejsc noclegowych co było również widoczne w liczbie miejsc przypadających na jeden obiekt i generalnie tendencja taka była zauważalna w większości państw starej UE. W przypadku państw nowych mieliśmy zazwyczaj do czynienia z sytuacją odwrotną i liczba miejsc noclegowych przypadających na jeden obiekt spadała co oznacza iż nowe obiekty powiększające bazę noclegowa w hotelarstwie były zazwyczaj mniejsze od już funkcjonujących. Niemniej należy zauważyć, iż całkowicie odmiennie wyglądają obiekty hotelarskie w poszczególnych państwach. Najmniejsze obiekty hotelarskie możemy spotkać w Wielkiej Brytanii, Irlandii i Austrii gdzie średnio oferuje się około 30-40 miejsc noclegowych. Przeważająca grupa państw oferuje w obiektach hotelowych 60-80 miejsc co sytuuje je w okolicach średniej dla całej opisywanej grupy. Niemniej w Europie znajdujemy również grupę państw, gdzie obiekty hotelowe oferują ponad 100 miejsc, a liderem wśród nich jest Malta gdzie średnio obiekt taki dysponuje 250 miejscami. Polska w tym względzie lokuje się w Europie powyżej średniej i typowy polski hotel dysponuje

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

blisko 80 miejscami. Zauważając, iż średnia liczba miejsc przypadających na obiekt w Polsce spada można przypuszczać, iż w dłuższym horyzoncie czasowym będziemy zbliżali się do średniej unijnej.

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych (Tabela 8. Stopień wykorzystania miejsc w hotelach i podobnych obiektach) potwierdza fakt znany z ekonomiki turystyki, iż miejsca zakwaterowania są wykorzystywane tylko w pewnym zakresie i jest to uwarunkowane możliwościami świadczenia usług noclegowych. Generalnie w większości analizowanych państw wykorzystanie miejsc noclegowych kształtowało się na poziomie około 40% niemniej zauważalne są wyraźne odstępstwa od tej średniej. W najmniejszym stopniu wykorzystywane były miejsca noclegowe w Bułgarii, gdzie stopień ich wykorzystania zbliża się dopiero do 29%. Na przeciwnym krańcu znajdują się Cypr, Hiszpania i Malta gdzie wykorzystanie miejsc noclegowych osiągnęło poziom blisko 60%.

Nowe państwa członkowskie UE wykorzystują miejsca noclegowe w sposób mniej efektywny i wskaźnik wykorzystania kształtuje się poniżej średniej dla całej analizowanej grupy, niemniej obserwujemy wyraźny wzrost tego wskaźnika, który w wielu przypadkach osiąga poziom 35-40%.

W podobny sposób wskaźnik kształtował się dla Polski, gdyż w roku 2002 wykorzystanie miejsc noclegowych było na poziomie zaledwie 30 %, zaś w roku 2007 osiągnęło blisko 37% i zbliża się do średniej dla analizowanych państw.

Tabela 8. Stopień wykorzystania miejsc w hotelach i podobnych obiektach (netto w procentach)

Wyszczególnienie	2003	2004	2005	2006	2007
Austria	41,8	40,5	42,1	42,0	41,4
Belgia	34,3	32,8	33,8	34,6	36,3
Bułgaria	-	-	-	-	28,9
Cypr	51,6	51,3	56,8	55,0	56,3
Dania	38,3	39,3	41,0	42,8	43,6
Estonia	44,4	44,0	44,8	44,1	41,5
Finlandia	35,6	35,4	36,2	38,1	39,4
Francja	52,2	58,2	58,7	47,1	48,5
Grecja	51,7	45,8	47,8	49,1	46,7
Hiszpania	52,7	56,3	52,6	54,7	54,6
Irlandia	-	43,3	45,0	46,0	45,9
Litwa	-	25,2	29,4	32,8	35,8
Luksemburg	24,9	27,9	29,2	29,6	31,3
Łotwa	31,6	-	36,9	35,9	36,1
Malta	54,3	54,4	55,7	52,6	58,7
Niderlandy	43,0	41,8	43,0	46,4	47,8
Niemcy	33,2	34,0	34,8	35,7	36,5
Polska	30,7	32,1	34,2	35,1	36,7
Portugalia	39,2	38,2	39,4	41,4	42,2
Republika Czeska	35,2	36,7	35,6	35,6	35,7
Rumunia	-	-	-	-	34,7
Słowacja	38,6	34,6	34,9	35,6	33,7
Słowenia	46,0	46,4	48,4	48,7	48,6
Szwecja	34,1	34,1	34,8	35,9	37,0
Wlk. Brytania	44,6	45,1	44,3	46,4	48,3
Węgry	27,8	29,5	30,7	31,5	33,0
Włochy	42,2	38,1	38,4	39,0	39,5

Źródło: [20].

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Reasumując wzrost liczby hoteli oraz oferowanych miejsc noclegowych w połączeniu ze wzrostem wykorzystania miejsc noclegowych wskazuje na większą efektywność działań, a jednocześnie na większe zainteresowanie turystów przyjazdami do tych obszarów.

Wprawdzie w ostatnich latach w sposób dynamiczny rosła liczba hoteli i innych obiektów hotelarskich to nie znalazło to odzwierciedlenia w równie znaczącej dynamice wzrostu liczby udzielanych noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania ogółem. Widzimy wyraźne zróżnicowanie starych i nowych państw członkowskich UE. W starych państwach członkowskich generalnie obserwowaliśmy znaczną stagnację, gdyż w większości przypadków nie zaobserwowano istotnych zmian w liczbie udzielanych noclegów. Oznacza to, że dane państwa generują stosunkowo stabilną grupę odbiorców usług turystycznych. Stosunkowo wyższe wzrosty w państwach starej piętnastki zanotowano jedynie w państwach basenu Morza Śródziemnego co oznacza, iż strumienie ruchu turystycznego mają większe ciężenie do tamtych obszarów.

Tabela 9. Udzielone noclegi w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania – w tys.

Wyszczególnienie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Zmiana liczby udzielanych noclegów %	Struktura w 2007 r w %.
Ogółem			2150044	2248720	2304517	2313729	-	100,0
Austria	93 771	95 240	95 258	97 031	98 130	100 664	7,4	4,4
Belgia	29 093	29 019	28 494	28 381	29 371	29 850	2,6	1,3
Bułgaria	10 285	12 522	14 160	16 071	17 355	17 977	74,8	0,8
Cypr	16 159	14 458	14 717	15 058	14 439	14 377	-11,0	0,6
Dania	25 685	26 348	26 151	26 276	27 267	28 068	9,3	1,2
Estonia	2 337	3 084	3 758	4 112	4 543	4 675	100,0	0,2
Finlandia	15 993	16 082	16 700	17 259	18 169	19 037	19,0	0,8
Francja	289 540	283 097	283 018	295 594	297 482	301 963	4,3	13,1
Grecja	54 467	54 502	52 554	55 264	57 797	65 421	20,1	2,8
Hiszpania	339 314	342 541	344 270	353 392	379 276	381 912	12,6	16,5
Irlandia	31 610	33 036	32 436	32 097	33 655	35 993	13,9	1,6
Litwa	1 656	1 660	2 168	2 623	2 936	3 263	97,0	0,1
Luksemburg	2 623	2 736	2 722	2 682	2 611	2 528	-3,6	0,1
Łotwa	1 692	1 807	2 066	2 634	3 114	3 325	96,5	0,1
Malta	-	-	7 737	7 568	7 407	8 083	-	0,3
Niderlandy	82 726	81 206	80 912	80 161	83 943	88 268	6,7	3,8
Niemcy	291 486	292 965	338 768	343 981	351 224	317 305	8,9	13,7
Polska	44 212	45 348	46 657	48 618	51 235	54 954	24,3	2,4
Portugalia	39 965	41 583	41 723	43 265	45 522	47 965	20,0	2,1
Republika Czeska	37 110	39 343	40 781	40 320	41 448	40 832	10,0	1,8
Rumunia	17 276	17 845	18 500	18 373	18 992	20 593	19,2	0,9
Słowacja	12 215	11 939	10 632	10 621	11 011	11 423	-6,5	0,5
Słowenia	7 057	7 198	7 301	7 308	7 448	7 993	13,3	0,3
Szwecja	42 895	44 054	42 666	44 940	47 697	48 605	13,3	2,1
Wlk. Brytania	275 401	247 904	231 328	280 385	266 013	261 885	-4,9	11,3
Węgry	18 450	18 611	18 899	19 737	19 652	20 128	9,1	0,9
Włochy	347 119	344 413	345 616	355 017	366 765	376 642	8,5	16,3

Źródło: [20].

Nowe kraje członkowskie UE zanotowały znaczny wzrost przyjmowania turystów i niejednokrotnie wskaźnik wzrostu osiągnął poziom blisko 100% co w szczególności dotyczyło państw nadbałtyckich (Tabela 9.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Udzielone noclegi w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania – w tys). W pozostałych państwach również zanotowano wzrost liczby udzielanych noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego niemniej nie był on tak spektakularny. Polska w przypadku liczby udzielanych noclegów turystycznych osiągnęła wzrost na poziomie ponad 24%, czego nie można uznać za wielkość satysfakcjonującą, gdyż podobny wzrost osiągnęły państwa basenu Morza Śródziemnego i nie zmienia tego fakt, iż w roku 2007 udzieliliśmy noclegów blisko 55 mln turystów.

Tabela 10. Udzielone noclegi turystom krajowym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.)

Wyszczególnienie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Zmiana liczby udzielanych noclegów %	Struktura w 2007 r.
Ogółem	-	-	1269874	1338082	1349197	1339611	-	100,0
Austria	26 424	27 023	26 984	27 298	28 112	29 146	10,3	2,2
Belgia	13 189	13 089	12 950	12 827	13 332	13 578	2,9	1,0
Bułgaria	3 231	3 379	3 857	4 447	5 411	5 970	84,8	0,4
Cypr	870	968	1 081	1 052	1 128	1 181	35,7	0,1
Dania	16 103	16 489	16 578	16 883	17 814	18 740	16,4	1,4
Estonia	450	817	1 011	1 129	1 523	1 759	290,9	0,1
Finlandia	11 703	11 751	12 294	12 760	13 165	13 708	17,1	1,0
Francja	176 299	179 352	178 840	187 642	191 616	193 396	9,7	14,4
Grecja	13 514	14 095	13 758	14 529	14 741	17 339	28,3	1,3
Hiszpania	117 754	124 689	135 188	143 874	154 757	156 462	32,9	11,7
Irlandia	11 653	-	12 200	12 670	12 003	13 735	17,9	1,0
Litwa	857	824	971	1 222	1 422	1 654	93,0	0,1
Luksemburg	224	219	228	230	211	199	-11,2	0,0
Łotwa	821	825	865	1 022	1 241	1 389	69,2	0,1
Malta	-	-	279	247	315	337	-	0,0
Niderlandy	56 277	55 864	55 526	54 951	57 057	60 315	7,2	4,5
Niemcy	251 097	251 388	293 395	295 735	298 277	262 820	4,7	19,6
Polska	37 127	37 520	37 344	38 076	40 680	44 036	18,6	3,3
Portugalia	15 982	16 713	17 106	17 877	18 680	19 295	20,7	1,4
Republika Czeska	21 541	22 833	21 800	20 725	21 357	20 221	-6,1	1,5
Rumunia	14 743	15 079	15 168	14 909	15 750	17 007	15,4	1,3
Słowacja	7 230	7 055	6 035	5 820	5 953	6 307	-12,8	0,5
Słowenia	3 210	3 203	3 113	3 058	3 116	3 285	2,3	0,2
Szwecja	33 128	34 339	32 942	34 862	36 754	37 405	12,9	2,8
Wlk. Brytania	197 800	180 770	157 550	198 562	175 272	177 194	-10,4	13,2
Węgry	8 089	8 571	8 391	8 958	9 606	9 958	23,1	0,7
Włochy	201 037	204 760	204 447	206 727	209 903	213 176	6,0	15,9

Źródło: [20].

Liczba noclegów udzielonych turystom krajowym (Tabela 10. Udzielone noclegi turystom krajowym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.) nie wykazuje tak znacznego zróżnicowania jak w przypadku ogółu turystów. W większej liczbie państw widoczny jest wzrost liczby udzielanych noclegów turystom krajowym. W dalszym ciągu widać wyraźne wzrosty w przypadku państw nadbałtyckich i Bułgarii

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

niemniej pozostałe państwa wskazują na znaczne zainteresowanie ofertą turystyczną ze strony turystów krajowych. Zastanawiać może fakt, iż w Luksemburgu, Czechach, Słowacji i Wielkiej Brytanii zanotowano spadek liczby udzielanych noclegów co może świadczyć o zmianie preferencji turystycznych turystów krajowych w stosunku do tych obszarów. W Polsce w badanym okresie zanotowano wzrost liczby udzielonych noclegów turystom krajowym na poziomie około 19%. Taki poziom wskaźnika niezbyt pozytywnie świadczy o zainteresowaniu krajową ofertą turystyczną wśród obywateli. Prawdopodobnie znaczna część Polaków mając możliwość swobodnego przemieszczania się preferuje pobyty poza granicami kraju.

Tabela 11. Udzielone noclegi turystom zagranicznym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.)

Wyszczególnienie	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Wzrost/ spadek liczby udzielanych noclegów %	Struktura w 2007 r.
Ogółem	-	871 800	880 170	910 637	955 319	972 980	-	100,0
Austria	67 346	68 217	68 274	69 733	70 017	71 519	6,2	7,4
Belgia	15 903	15 929	15 544	15 553	16 039	16 271	2,3	1,7
Bułgaria	7 056	9 143	10 303	11 624	11 945	12 007	70,2	1,2
Cypr	15 289	13 490	13 636	14 006	13 310	13 197	-13,7	1,4
Dania	9 582	9 859	9 573	9 394	9 453	9 328	-2,7	1,0
Estonia	1 887	2 268	2 747	2 982	3 020	2 915	54,5	0,3
Finlandia	4 290	4 331	4 406	4 499	5 004	5 328	24,2	0,5
Francja	113 241	103 745	104 178	107 952	105 865	108 567	-4,1	11,2
Grecja	40 953	40 407	38 796	40 734	43 055	48 081	17,4	4,9
Hiszpania	221 560	217 851	209 082	209 518	224 518	225 450	1,8	23,2
Irlandia	19 957	20 534	20 236	19 427	21 652	21 122	5,8	2,2
Litwa	799	836	1 197	1 401	1 514	1 610	101,5	0,2
Luksemburg	2 399	2 517	2 494	2 452	2 400	2 329	-2,9	0,2
Łotwa	871	983	1 201	1 613	1 872	1 936	122,3	0,2
Malta	-	7 392	7 458	7 320	7 109	7 746		0,8
Niderlandy	26 450	25 342	25 386	25 210	26 887	27 953	5,7	2,9
Niemcy	40 389	41 578	45 373	48 246	52 947	54 486	34,9	5,6
Polska	7 085	7 828	9 313	10 542	10 555	10 918	54,1	1,1
Portugalia	23 983	24 870	24 617	25 388	26 842	28 670	19,5	2,9
Republika Czeska	15 569	16 511	18 981	19 595	20 090	20 611	32,4	2,1
Rumunia	2 535	2 766	3 333	3 464	3 242	3 586	41,5	0,4
Słowacja	4 985	4 884	4 597	4 801	5 058	5 115	2,6	0,5
Słowenia	3 847	3 995	4 188	4 250	4 332	4 708	22,4	0,5
Szwecja	9 768	9 715	9 724	10 078	10 943	11 201	14,7	1,2
Wielka Brytania	77 601	67 134	73 778	81 823	90 741	84 691	9,1	8,7
Węgry	10 361	10 040	10 508	10 779	10 046	10 170	-1,8	1,0
Włochy	146 082	139 653	141 169	148 290	156 861	163 465	11,9	16,8

Źródło: [20].

Zmiany liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (Tabela 11. Udzielone noclegi turystom zagranicznym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.) wskazują na przede wszystkim na znaczne otwarcie się państw postsocjalistycznych. To w nich miał miejsce największy wzrost liczby udzielanych noclegów, nadal ze szczególnym wskazaniem państw nadbałtyckich i Bułgarii. Niemniej

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

w pozostałych nowych państwach UE w ostatnich latach również zanotowano znaczny wzrost przyjazdów turystów zagranicznych (w przypadku Polski wzrost wyniósł ponad 54%).

Interesujących danych dostarcza informacja o strukturze przyjmowania turystów zagranicznych (tabela 11). Okazuje się bowiem, iż właściwie główny ruch przyjazdowy turystów zagranicznych koncentruje się w siedmiu państwach: Austrii, Francji, Grecji, Hiszpanii, Niemczech, Wielkiej Brytanii i Włoszech. Państwa te w 2007 roku udzieliły turystom zagranicznym w swoich obiektach zakwaterowania zbiorowego około 78% noclegów. W pozostałych państwach zagraniczny ruch turystyczny miał marginalny charakter, a Polska nie należała w tym względzie do wyjątków.

Tabela 12. Struktura turystycznej bazy zbiorowego zakwaterowania w krajach Unii Europejskiej w 2007 r. (w tys.)

Wyszczególnienie	Liczba obiektów			Struktura w %		Liczba miejsc noclegowych			Struktura w %	
	Ogółem	Obiekty hotelowe	Pozostałe obiekty	Obiekty hotelowe	Pozostałe obiekty	Ogółem	Obiekty hotelowe	Pozostałe obiekty	Obiekty hotelowe	Pozostałe obiekty
Austria	20 730	14 204	6 526	68,5	31,5	949	574	375	60,5	39,5
Belgia	3 516	2 013	1 503	57,3	42,7	373	125	248	33,5	66,5
Bułgaria	2 018	1 526	492	75,6	24,4	266	231	35	86,8	13,2
Cypr	902	735	167	81,5	18,5	93	88	5	94,6	5,4
Dania	1 075	477	598	44,4	55,6	378	73	305	19,3	80,7
Estonia	984	346	638	35,2	64,8	45	29	16	64,4	35,6
Finlandia	1 358	909	449	66,9	33,1	221	119	102	53,8	46,2
Francja	28 778	18 135	10 643	63,0	37,0	5 737	1 254	4 483	21,9	78,1
Grecja	9 531	9 207	324	96,6	3,4	761	701	60	92,1	7,9
Hiszpania	37 523	17 827	19 696	47,5	52,5	3 117	1 642	1 475	52,7	47,3
Irlandia	8 977	4 087	4 890	45,5	54,5	217	157	60	72,4	27,6
Litwa	529	348	181	65,8	34,2	33	22	11	66,7	33,3
Luksemburg	508	273	235	53,7	46,3	67	15	52	22,4	77,6
Łotwa	400	318	82	79,5	20,5	26	21	5	80,8	19,2
Malta	166	160	6	96,4	3,6	41	40	1	97,6	2,4
Niderlandy	7 268	3 196	4 072	44,0	56,0	1 212	200	1 012	16,5	83,5
Niemcy	53 758	35 941	17 817	66,9	33,1	3 211	1 644	1 567	51,2	48,8
Polska	6 718	2 443	4 275	36,4	63,6	582	190	392	32,6	67,4
Portugalia	2 339	2 031	308	86,8	13,2	459	265	194	57,7	42,3
Rep. Czeska	7 845	4 559	3 286	58,1	41,9	452	248	204	54,9	45,1
Rumunia	4 694	4 163	531	88,7	11,3	284	228	56	80,3	19,7
Słowacja	2 675	1 249	1 426	46,7	53,3	161	67	94	41,6	58,4
Słowenia	819	396	423	48,4	51,6	68	33	35	48,5	51,5
Szwecja	3 976	1 893	2 083	47,6	52,4	752	207	545	27,5	72,5
Wlk. Brytania	81 848	39 860	41 988	48,7	51,3	3 046	1 245	1 801	40,9	59,1
Węgry	2 956	1 999	957	67,6	32,4	315	154	161	48,9	51,1
Włochy	131 049	34 058	96 991	26,0	74,0	4 486	2 143	2 343	47,8	52,2

Źródło: [20].

Struktura obiektów hotelarskich i pozostałych obiektów noclegowych (Tabela 12. Struktura turystycznej bazy zbiorowego zakwaterowania w krajach Unii Europejskiej w 2007 r. (w tys.) wskazuje na znacznie niższy standard noclegowy oferowany turystom jedynie w Estonii, Polsce i we Włoszech. W państwach tych tylko jedna trzecia obiektów (we Włoszech jedna czwarta) spełnia standard hotelowy, zaś pozostałe obiekty

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

zbiorowego zakwaterowania oferują standard o wiele niższy. W pozostałych państwach Unii Europejskiej przeważająca liczba obiektów spełnia standardy hotelowe i nie jest wyjątkiem, że w poszczególnych państwach obiekty noclegowe o podwyższonym standardzie stanowią ponad 80% ogółu obiektów zakwaterowania zbiorowego. Podobnie przedstawia się sytuacja w przypadku oferowanych miejsc noclegowych z tym, że obserwujemy większą grupę państw, w których liczba miejsc noclegowych oferowanych w hotelach kształtuje się około i poniżej 30% (Belgia, Dania, Francja, Luksemburg, Niderlandy, Polska, Szwecja).

Polaka jako turystę przedstawia informacja o preferowanych rodzajach zakwaterowania podczas podróży długookresowych i krótkookresowych (Tabela 13. Rodzaj zakwaterowania podczas krajowych podróży Polaków (procenty)). Okazuje się, iż generalnie preferujemy wypoczynek w gronie rodzinnym, gdyż w 50-60% przypadków wybieramy noclegi u krewnych na wsi lub w mieście. Na drugim miejscu jeśli chodzi o wybieranie miejsc noclegowych lokują się hotele i pensjonaty z tym że w przypadku pobytów długookresowych przeważają pensjonaty, zaś w przypadku pobytów krótkookresowych preferowane są hotele. Bardzo małym zainteresowaniem cieszą się domy pracy twórczej, schroniska, domki kempingowe i namioty.

Tabela 13. Rodzaj zakwaterowania podczas krajowych podróży Polaków (procenty)

Wyszczególnienie	I-VI 2008	I-VI 2009	I-VI 2008	I-VI 2009
	długookresowych		krótkookresowych	
Hotel, motel	14	9	12	18
Pensjonat	13	14	6	5
Ośrodek wczasowy	4	9	1	2
Dom pracy twórczej	1	–	1	–
Schronisko, dom wycieczkowy	2	1	2	2
Sanatorium	4	6	–	–
Kwatera agroturystyczna	4	2	1	2
Inna kwatera	4	4	2	2
Domek kempingowy	1	1	–	1
Namiot (przyczepa) nieodpłatnie	–	1	1	1
Namiot (przyczepa) płatnie	–	1	2	–
Mieszkanie krewnych na wsi	16	15	23	24
Mieszkanie krewnych w mieście	31	30	41	34
Domek na działce	3	4	5	6
Inny	3	3	3	3

Źródło: wyniki badań prowadzonych przez Instytut Turystyki.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

2. Diagnoza stanu sektora turystycznego w województwie podlaskim

2.1. Działalność usługowa związana z zakwaterowaniem

Obiekty zakwaterowania zbiorowego w Polsce (tabela 14) można scharakteryzować ogólną liczbą blisko 7 tys. podmiotów niemniej wskazać należy na bardzo istotny fakt, iż jedynie 70% z nich stanowią obiekty całoroczne. W gorszej perspektywie przedstawia się sytuacja w województwie podlaskim, gdzie obiekty całoroczne stanowią zaledwie 64% ogółu obiektów zakwaterowania zbiorowego, a liczba obiektów w latach 2003-2008 systematycznie spadała aby w roku 2008 osiągnąć poziom 166. Daje to dla województwa podlaskiego trzecią od końca lokatę (po opolskim i świętokrzyskim) pod względem liczby obiektów zakwaterowania zbiorowego. Pod tym względem najlepiej prezentują się województwa dolnośląskie, małopolskie, pomorskie i zachodniopomorskie, które w sumie dysponują około 48% obiektów zakwaterowania zbiorowego w Polsce. Wskazuje to wyraźnie iż pod względem turystycznej bazy noclegowej najlepiej zagospodarowane są obszary podgórskie i nadmorskie.

Tabela 14. Obiekty zakwaterowania zbiorowego w Polsce ogółem w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	obiekty ogółem						obiekty całoroczne					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Dolnośląskie	782	727	712	694	720	736	713	671	658	643	669	686
Kujawsko-pomorskie	340	352	338	317	307	306	165	180	184	188	188	188
Lubelskie	344	352	331	314	307	298	179	189	187	182	179	177
Lubuskie	291	304	280	300	319	335	170	182	176	186	189	199
Łódzkie	231	230	224	229	219	216	180	176	172	180	174	180
Małopolskie	878	873	825	819	843	872	757	766	720	718	736	771
Mazowieckie	334	352	332	331	320	325	277	301	287	289	281	291
Opolskie	102	127	118	114	121	116	68	88	88	86	94	90
Podkarpackie	312	294	312	335	336	355	224	208	230	243	247	268
Podlaskie	188	188	180	176	169	166	103	101	99	99	103	107
Pomorskie	787	800	788	797	807	822	311	322	326	342	352	372
Śląskie	474	454	441	426	394	423	403	400	399	383	357	379
Świętokrzyskie	131	124	119	111	129	123	90	94	92	89	109	104
Warmińsko-mazurskie	332	341	353	365	371	384	171	186	186	192	198	205
Wielkopolskie	579	540	530	516	508	540	330	326	334	331	333	378
Zachodniopomorskie	1011	914	840	850	848	840	394	373	359	363	366	378
POLSKA - ogółem	7116	6972	6723	6694	6718	6857	4535	4563	4497	4514	4575	4773

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Stosunkowo nieznaczny w skali kraju spadek ogólnej liczby obiektów zakwaterowania zbiorowego nie przyniósł istotnych zmian jeśli chodzi o liczbę oferowanych miejsc noclegowych (Tabela 15. Miejsca noclegowe w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008). Należy jednakże wskazać na bardzo duże zróżnicowanie poszczególnych województw, gdyż w opisywanym okresie miały miejsce zarówno dynamiczne wzrosty liczby miejsc noclegowych (województwo lubuskie wzrost o 35,6%) jak też spektakularne spadki liczby oferowanych miejsc noclegowych (województwo podlaskie – spadek o 14,7%). Sytuacja nie przedstawia się tak dramatycznie w przypadku oferty miejsc noclegowych w całorocznych obiektach zakwaterowania zbiorowego. W latach 2003-2008 liczba miejsc oferowanych w takich obiektach wzrosła o ponad 12% i generalnie we wszystkich województwach zanotowano wzrosty od kilkunastu do kilkudziesięciu procent. Jedynie w przypadku czterech województw (dolnośląskie, małopolskie, podlaskie, śląskie) zanotowano wzrost na poziomie kilku procent.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 15. Miejsca noclegowe w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008
Dolnośląskie	49 590	47 747	45 631	45 018	46 990	48 526	-2,1
Kujawsko-pomorskie	25 501	25 722	26 325	25 469	24 657	24 746	-3,0
Lubelskie	21 263	21 874	19 506	19 042	18 997	18 742	-11,9
Lubuskie	18 119	20 257	17 945	19 553	22 684	24 578	35,6
Łódzkie	15 210	15 706	15 358	15 821	16 099	16 301	7,2
Małopolskie	65 074	65 256	61 509	62 747	64 127	68 809	5,7
Mazowieckie	36 307	38 157	37 040	36 843	35 818	40 524	11,6
Opolskie	6 981	7 970	7 459	7 491	7 891	7 589	8,7
Podkarpackie	18 161	17 216	18 436	20 169	20 652	21 349	17,6
Podlaskie	12 897	12 581	11 769	11 741	11 349	11 006	-14,7
Pomorskie	87 026	87 273	85 348	83 943	85 947	85 298	-2,0
Śląskie	35 118	35 399	35 341	35 179	33 292	35 528	1,2
Świętokrzyskie	8 478	8 299	8 338	7 861	9 831	9 492	12,0
Warmińsko-mazurskie	35 869	34 835	37 408	38 290	38 231	38 736	8,0
Wielkopolskie	39 541	38 113	37 253	36 648	36 538	37 974	-4,0
Zachodniopomorskie	121 325	108 267	105 230	108 797	109 002	107 800	-11,1
POLSKA - ogółem	596 460	584 672	569 896	574 612	582 105	596 998	0,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela 16. Miejsca noclegowe całoroczne w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008
Dolnośląskie	43 866	42 638	41 178	40 976	42 684	44 296	1,0
Kujawsko-pomorskie	12 246	12 598	13 967	14 957	15 089	15 378	25,6
Lubelskie	9 359	10 028	10 408	10 727	10 613	11 088	18,5
Lubuskie	8 296	9 195	9 347	9 456	11 055	11 473	38,3
Łódzkie	10 560	10 539	10 637	11 561	12 280	13 164	24,7
Małopolskie	56 233	56 739	54 193	55 430	55 044	58 592	4,2
Mazowieckie	31 034	32 818	32 471	32 017	31 180	37 002	19,2
Opolskie	4 049	4 689	4 717	4 757	5 179	4 922	21,6
Podkarpackie	12 878	12 236	13 660	15 101	15 696	15 791	22,6
Podlaskie	6 446	6 053	6 109	6 171	6 396	6 464	0,3
Pomorskie	27 098	28 447	27 914	29 117	29 862	31 489	16,2
Śląskie	30 488	31 690	31 926	32 094	30 459	32 449	6,4
Świętokrzyskie	5 495	5 780	5 569	5 758	7 613	7 616	38,6
Warmińsko-mazurskie	16 716	15 309	18 297	18 836	19 101	19 918	19,2
Wielkopolskie	22 082	22 911	22 467	22 324	23 043	24 805	12,3
Zachodniopomorskie	42 972	39 585	40 811	41 280	41 739	47 157	9,7
POLSKA - ogółem	339 818	341 255	343 671	350 562	357 033	381 604	12,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Szczególną uwagę jeśli chodzi o miejsca noclegowe oferowane w całorocznych obiektach zakwaterowania zbiorowego zwraca województwo podlaskie, gdzie w ciągu sześciu lat praktycznie nie zanotowano żadnego wzrostu. Może to wskazywać na wyraźną niechęć wśród inwestorów do ryzyka podejmowania działań w dziedzinie budowy turystycznych obiektów noclegowych na Podlasiu.

Tabela 17. Korzystający z noclegów w Polsce w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008	Zmiana w latach 2007-2008
Dolnośląskie	1 592 240	1 679 821	1 740 073	1 849 727	2 022 808	2 012 586	26,4	-0,5
Kujawsko-pomorskie	561 285	627 552	662 705	700 372	756 208	778 400	38,7	2,9
Lubelskie	536 286	546 631	543 686	564 472	615 782	677 166	26,3	10,0
Lubuskie	502 419	529 006	542 296	568 364	649 679	703 590	40,0	8,3
Łódzkie	542 355	589 825	618 479	723 515	816 077	891 886	64,4	9,3
Małopolskie	2 047 146	2 305 132	2 493 045	2 633 788	2 830 461	2 711 416	32,4	-4,2
Mazowieckie	1 749 373	1 991 560	2 162 082	2 320 274	2 497 898	2 708 116	54,8	8,4
Opolskie	166 503	190 973	189 099	195 974	218 663	242 127	45,4	10,7
Podkarpackie	499 154	478 215	546 755	564 387	592 621	619 372	24,1	4,5
Podlaskie	370 987	376 135	398 271	403 936	464 249	462 169	24,6	-0,4
Pomorskie	1 263 375	1 309 321	1 345 074	1 423 353	1 578 196	1 595 316	26,3	1,1
Śląskie	1 170 530	1 338 935	1 530 951	1 579 037	1 588 721	1 647 814	40,8	3,7
Świętokrzyskie	291 332	302 667	295 590	334 595	391 615	353 990	21,5	-9,6
Warmińsko-mazurskie	708 653	762 698	758 021	818 723	869 005	906 053	27,9	4,3
Wielkopolskie	1 162 185	1 214 621	1 226 675	1 287 562	1 382 897	1 503 521	29,4	8,7
Zachodniopomorskie	1 480 431	1 503 406	1 544 400	1 544 036	1 672 280	1 742 580	17,7	4,2
POLSKA - ogółem	14 644 254	15 746 498	16 597 202	17 512 115	18 947 160	19 556 102	33,5	3,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W lepszym stopniu obraz turystyki na konkretnym obszarze opisywany jest liczbą osób korzystających z noclegów oraz liczbą udzielonych noclegów (Tabela 17. Korzystający z noclegów w Polsce w latach 2003-2008). W tym względzie w analizowanym okresie nastąpił znaczny wzrost zainteresowania wyjazdami turystycznymi połączonymi z noclegami w miejscach recepcyjnych. W skali kraju liczba turystów korzystających z noclegów wzrosła o blisko 36%, a do liderów wzrostu należy zaliczyć województwo łódzkie gdzie liczba korzystających zwiększyła się o ponad 64%. Niestety w województwie podlaskim wzrost liczby korzystających był znacznie poniżej średniej krajowej i w tym względzie województwo to zajęło czwarte od końca miejsce.

Należy także zauważyć, że zmiany ogólnej liczby osób korzystających z noclegów w Polsce nie wskazują na istotny spadek zainteresowania wyjazdami. W przypadku czterech województw: dolnośląskie, małopolskie, podlaskie, śląskie zanotowano w 2008 roku nieznaczne spadki liczby turystów korzystających z noclegów w stosunku do roku poprzedniego. Wskazuje to wyraźnie na mniejsze zainteresowanie turystów wypoczynkiem w górach co mogło być spowodowane niekorzystnymi warunkami pogodowymi, niemniej zaniepokojenie może budzić obecność w tym towarzystwie województwa podlaskiego. Wskazywać to bowiem może, iż województwo to jest wrażliwe na pojawianie się niekorzystnych zjawisk w turystyce. Potwierdzają to również dane wskazujące na drastyczny spadek liczby turystów zagranicznych korzystających z noclegów w województwie podlaskim. Podczas gdy w całej Polsce spadek w latach 2007-2008 wyniósł niespełna 8% w województwie podlaskim

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

wielkość spadku była trzykrotnie wyższa (24,5%), a liczba turystów zagranicznych spadła poniżej poziomu wyjściowego (Tabela 18. Korzystający z noclegów w Polsce turyści zagraniczni 2003-2008).

Tabela 18. Korzystający z noclegów w Polsce turyści zagraniczni w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008	Zmiana w latach 2007-2008
Dolnośląskie	371 619	433 311	471 005	487 118	507 871	448 136	20,6	-11,8
Kujawsko-pomorskie	67 777	79 165	86 691	85 347	83 828	77 398	14,2	-7,7
Lubelskie	91 901	90 148	92 042	99 702	97 468	81 481	-11,3	-16,4
Lubuskie	127 665	154 976	153 693	167 441	178 981	196 296	53,8	9,7
Łódzkie	73 726	92 552	96 366	109 336	121 933	115 359	56,5	-5,4
Małopolskie	553 700	725 586	889 479	935 019	979 429	828 956	49,7	-15,4
Mazowieckie	650 528	766 979	795 325	782 014	798 636	809 563	24,4	1,4
Opolskie	29 192	35 305	33 043	33 231	36 601	34 931	19,7	-4,6
Podkarpackie	62 691	61 917	62 178	64 106	66 232	62 798	0,2	-5,2
Podlaskie	88 301	79 035	85 981	88 998	90 984	68 737	-22,2	-24,5
Pomorskie	245 517	272 444	293 811	286 622	281 967	245 551	0,0	-12,9
Śląskie	150 339	196 277	263 149	273 693	272 672	259 506	72,6	-4,8
Świętokrzyskie	29 271	33 256	25 091	24 899	30 311	24 689	-15,7	-18,5
Warmińsko-mazurskie	200 028	216 805	219 186	186 476	180 856	155 346	-22,3	-14,1
Wielkopolskie	252 611	267 526	267 092	264 982	247 572	257 369	1,9	4,0
Zachodniopomorskie	337 004	429 664	476 269	424 594	412 063	380 196	12,8	-7,7
POLSKA - ogółem	3 33 1870	3 934 946	4 310 401	4 313 578	4 387 404	4 046 312	21,4	-7,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 19. Noclegi udzielone w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008	Zmiana w latach 2007-2008
Dolnośląskie	4 788 361	4 699 439	4 705 632	4 888 524	5 268 222	5 229 121	9,2	-0,7
Kujawsko-pomorskie	2 006 867	2 168 519	2 395 374	2 659 138	2 830 316	2 892 903	44,2	2,2
Lubelskie	1 263 682	1 275 919	1 238 665	1 286 645	1 410 282	1 555 548	23,1	10,3
Lubuskie	1 169 793	1 182 930	1 190 923	1 271 271	1 435 725	1 524 694	30,3	6,2
Łódzkie	1 275 875	1 308 377	1 367 326	1 483 911	1 718 950	1 864 377	46,1	8,5
Małopolskie	6 530 230	7 081 725	7 375 810	7 562 642	8 014 017	7 953 631	21,8	-0,8
Mazowieckie	3 499 750	4 052 356	4 280 733	4 491 545	4 816 195	5 106 840	45,9	6,0
Opolskie	410 415	486 625	497 556	523 867	584 917	635 988	55,0	8,7
Podkarpackie	1 345 736	1 338 040	1 540 609	1 629 396	1 814 199	1 886 570	40,2	4,0
Podlaskie	754 006	792 776	806 138	841 693	942 813	907 520	20,4	-3,7
Pomorskie	5 214 743	5 142 047	5 249 226	5 574 233	6 156 973	6 166 428	18,2	0,2
Śląskie	2 827 564	3 148 096	3 811 710	4 247 946	4 154 790	4 333 866	53,3	4,3
Świętokrzyskie	567 496	594 491	586 624	800 865	1 119 254	1 072 492	89,0	-4,2
Warmińsko-mazurskie	1 952 192	2 068 044	2 014 893	2 279 662	2 407 709	2 459 639	26,0	2,2
Wielkopolskie	2 472 785	2 430 160	2 492 288	2 577 952	2 715 128	3 022 100	22,2	11,3
Zachodniopomorskie	9 268 350	8 888 396	9 064 907	9 115 675	9 564 232	10 033 801	8,3	4,9
POLSKA - ogółem	45 347 845	46 657 940	48 618 414	51 234 965	54 953 722	56 645 518	24,9	3,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

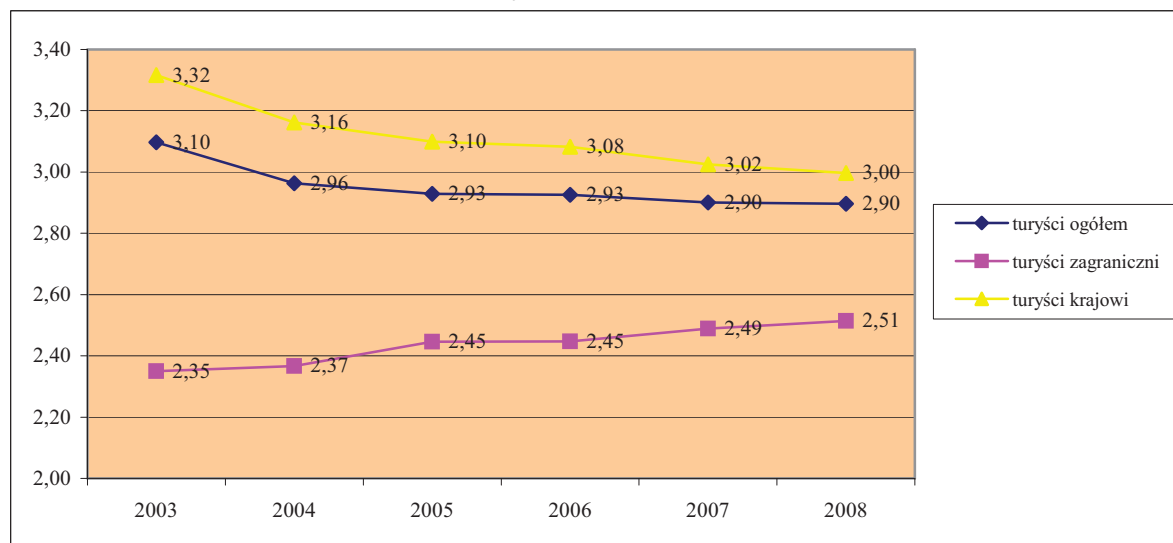
Tabela 20. Noclegi udzielone turystom zagranicznym w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana w latach 2003-2008	Zmiana w latach 2007-2008
Dolnośląskie	955 231	1 139 038	1 249 360	1 254 153	1 309 828	1 129 023	18,2	-13,8
Kujawsko-pomorskie	125 534	140 385	159 052	171 437	212 685	189 740	51,1	-10,8
Lubelskie	143 650	141 805	147 110	154 630	158 604	139 002	-3,2	-12,4
Lubuskie	214 625	257 230	240 663	256 062	262 151	286 358	33,4	9,2
Łódzkie	146 825	176 069	196 572	212 654	258 765	262 595	78,8	1,5
Małopolskie	1 271 957	1 634 012	2 021 651	2 118 677	2 268 918	1 985 679	56,1	-12,5
Mazowieckie	1 190 183	1 409 508	1 547 367	1 477 136	1 534 034	1 506 428	26,6	-1,8
Opolskie	60 928	69 139	72 884	76 057	95 972	100 200	64,5	4,4
Podkarpackie	134 411	126 518	130 093	133 145	191 696	147 033	9,4	-23,3
Podlaskie	127 996	117 389	131 948	132 295	135 917	106 185	-17,0	-21,9
Pomorskie	571 061	652 020	720 078	739 647	738 578	631 019	10,5	-14,6
Śląskie	357 366	463 003	629 051	693 387	664 909	665 492	86,2	0,1
Świętokrzyskie	52 530	69 189	56 651	57 035	72 967	64 214	22,2	-12,0
Warmińsko-mazurskie	480 461	519 365	503 384	478 069	457 944	384 139	-20,0	-16,1
Wielkopolskie	470 561	464 175	476 123	483 948	449 271	528 607	12,3	17,7
Zachodniopomorskie	1 524 911	1 934 929	2 260 381	2 116 787	2 105 861	2 047 523	34,3	-2,8
POLSKA - ogółem	7 828 230	9 313 774	10 542 368	10 555 119	10 918 100	10 173 237	30,0	-6,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zmiany jakie zaszły w liczbie udzielonych noclegów odzwierciedlają powyżej opisane zmiany w liczbie osób korzystających z noclegów (tabela 19). W opisywanym okresie znacząco wzrosła liczba udzielanych noclegów niemniej województwo podlaskie również pod względem tego wskaźnika znajduje się poniżej średniej, co jest szczególnie widoczne w przypadku znaczącego spadku liczby udzielanych noclegów turystom zagranicznym.

Wykres 3. Średnia liczba noclegów na turystę w Polsce

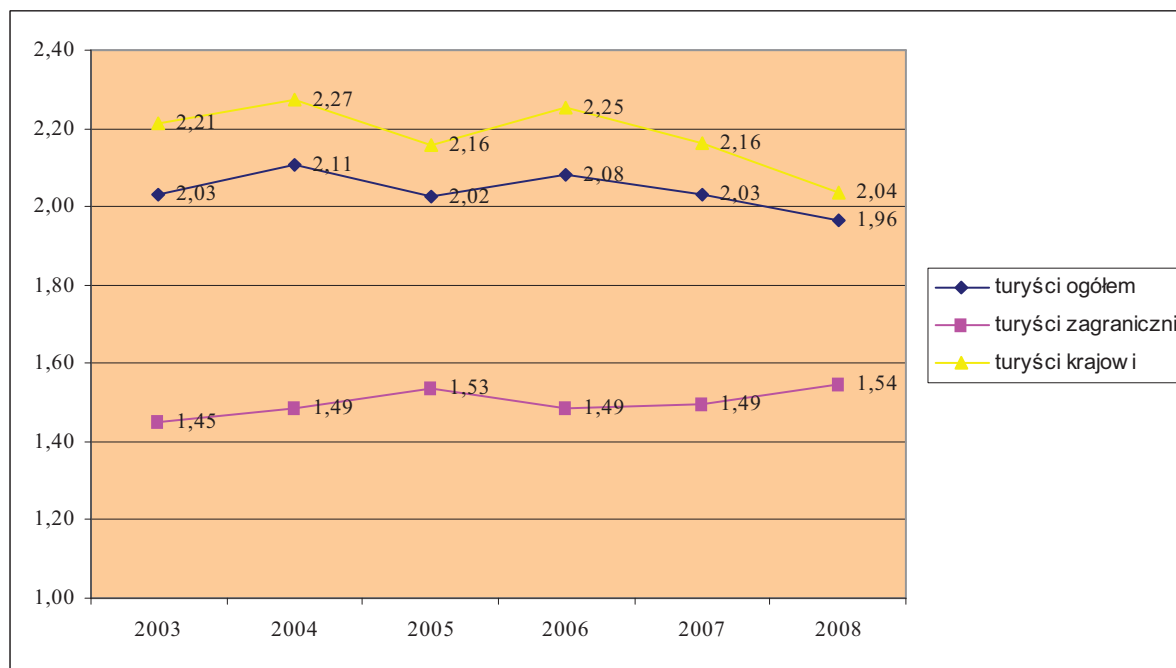


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 3 obrazujący średnią ilość noclegów przypadających na turystę w Polsce wskazuje na istnienie pewnych charakterystycznych tendencji. Mianowicie obserwujemy systematyczny spadek ogólnego czasu pobytu turystów w miejscach recepcyjnych, co oznacza, iż turyści są coraz mniej zainteresowani długotrwałymi pobytami i w szczególności dotyczy to turystów krajowych, gdyż dynamika spadku była znacznie wyższa i w ciągu sześciu lat czas pobytu takiego turysty zmniejszył się o około 10%. W tym samym czasie ilość noclegów z jakich skorzystali turyści zagraniczni wzrosła co pozytywnie świadczy o obszarach recepcyjnych, do których się oni udają, bowiem obszary te zaczęły oferować doskonalszy produkt turystyczny który skłania ich do przedłużenia pobytów.

Wykres 4. Średnia liczba noclegów na turystę w województwie podlaskim



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Średni czas korzystania z noclegów w województwie podlaskim (Wykres 4. Średnia liczba noclegów na turystę w województwie podlaskim) znacznie odbiega od średnich krajowych, natomiast tendencje co do zmian czasu korzystania z noclegów w województwie podlaskim są takie same jak w całym kraju. Turyści korzystają średnio z jednego noclegu krócej, gdyż średni czas pobytu turysty spadł w roku 2008 poniżej dwóch dób i nawet turyści krajowi nie spędzają w bazie noclegowej województwa podlaskiego dużo więcej czasu. Może to źle świadczyć o nie spełniających oczekiwań bazie noclegowej lub też istotnym braku atrakcji turystycznych, które byłyby w stanie zatrzymać turystów na dłużej. Pewnych pozytywów można jedynie upatrywać w relatywnie szybciej niż w kraju rosnącej wielkości średniego czasu pobytu turysty zagranicznego, niemniej zaledwie półtora doby spędzonej przez takiego turystę w bazie noclegowej Podlasia nie gwarantuje, że zostawi on tutaj znaczne zasoby środków finansowych.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 21. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2007 r.

Wyszczególnienie	Ogółem	%	Turyści krajowi	%	Turyści zagraniczni	%
Ogółem	54953722	100,0	44035622	100,0	10918100	100,0
Dolnośląskie	5268222	9,6	3958394	9,0	1309828	12,0
Kujawsko-pomorskie	2830316	5,2	2617631	5,9	212685	1,9
Lubelskie	1410282	2,6	1251678	2,8	158604	1,5
Lubuskie	1435725	2,6	1173574	2,7	262151	2,4
Łódzkie	1718950	3,1	1460185	3,3	258765	2,4
Małopolskie	8014017	14,6	5745099	13,0	2268918	20,8
Mazowieckie	4816195	8,8	3282161	7,5	1534034	14,1
Opolskie	584917	1,1	488945	1,1	95972	0,9
Podkarpackie	1814199	3,3	1622503	3,7	191696	1,8
Podlaskie	942813	1,7	806896	1,8	135917	1,2
Pomorskie	6156973	11,2	5418395	12,3	738578	6,8
Śląskie	4154790	7,6	3489881	7,9	664909	6,1
Świętokrzyskie	1119254	2,0	1046287	2,4	72967	0,7
Warmińsko-mazurskie	2407709	4,4	1949765	4,4	457944	4,2
Wielkopolskie	2715128	4,9	2265857	5,1	449271	4,1
Zachodniopomorskie	9564232	17,4	7458371	16,9	2105861	19,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 22. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2008 r.

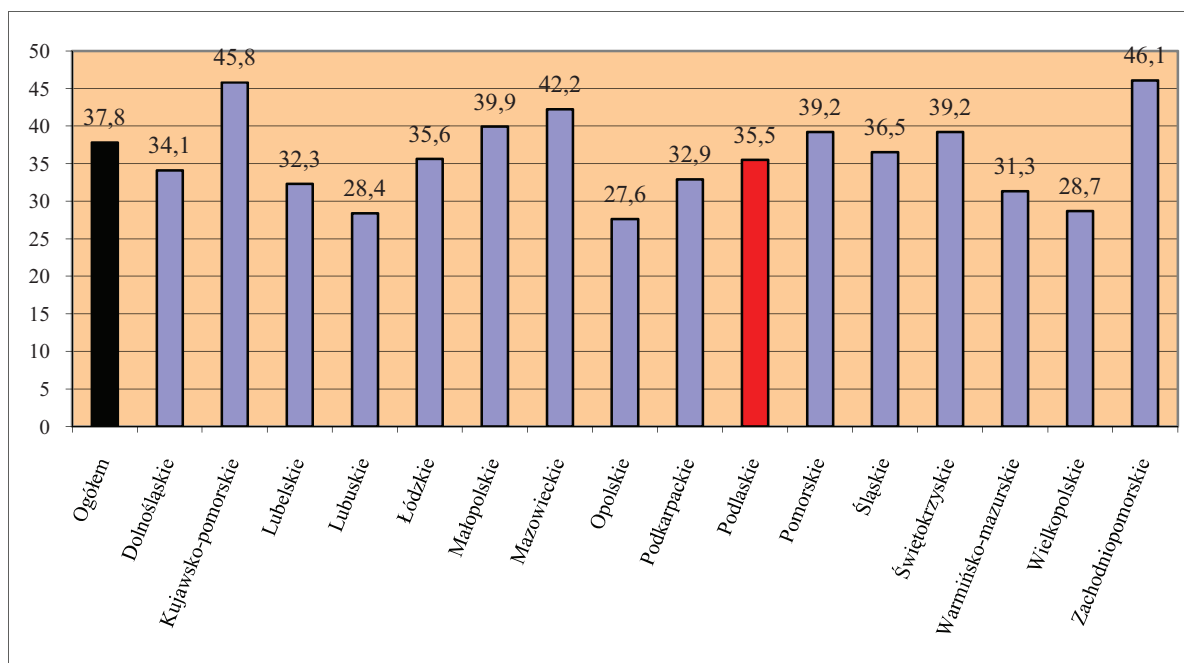
Wyszczególnienie	Ogółem	%	Turyści krajowi	%	Turyści zagraniczni	%
Ogółem	56 645 518	100,0	46 472 281	100,0	10 173 237	100,0
Dolnośląskie	5 229 121	9,2	4 100 098	8,8	1 129 023	11,1
Kujawsko-pomorskie	2 892 903	5,1	2 703 163	5,8	189 740	1,9
Lubelskie	1 555 548	2,7	1 416 546	3,0	139 002	1,4
Lubuskie	1 524 694	2,7	1 238 336	2,7	286 358	2,8
Łódzkie	1 864 377	3,3	1 601 782	3,4	262 595	2,6
Małopolskie	7 953 631	14,0	5 967 952	12,8	1 985 679	19,5
Mazowieckie	5 106 840	9,0	3 600 412	7,7	1 506 428	14,8
Opolskie	635 988	1,1	535 788	1,2	100 200	1,0
Podkarpackie	1 886 570	3,3	1 739 537	3,7	147 033	1,4
Podlaskie	907 520	1,6	801 335	1,7	106 185	1,0
Pomorskie	6 166 428	10,9	5 535 409	11,9	631 019	6,2
Śląskie	4 333 866	7,7	3 668 374	7,9	665 492	6,5
Świętokrzyskie	1 072 492	1,9	1 008 278	2,2	64 214	0,6
Warmińsko-mazurskie	2 459 639	4,3	2 075 500	4,5	384 139	3,8
Wielkopolskie	3 022 100	5,3	2 493 493	5,4	528 607	5,2
Zachodniopomorskie	10 033 801	17,7	7 986 278	17,2	2 047 523	20,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Struktura udzielania noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego (Tabela 21. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2008 r.) wskazuje na bardzo mały udział województwa podlaskiego w całej obsłudze noclegowej turystów w Polsce. Jak pokazują dane z powyższych tabel w latach 2007 i 2008 województwo podlaskie zajmowało przedostatnie miejsce jeśli chodzi o liczbę udzielonych noclegów i wyprzedzało jedynie województwo opolskie. Podkreślić należy, iż najlepsze w tym względzie województwo udzielało w ostatnich latach noclegów dziesięciokrotnie większej rzeszy turystów. Bardzo niepokojący jest znikomy udział województwa podlaskiego w przyciąganiu turystów zagranicznych (Tabela 22. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2008 r.). W roku 2008 zdołano w województwie podlaskim udzielić zaledwie 1% noclegów z jakich skorzystali turyści zagraniczni w Polsce. W tym samym czasie województwo zachodniopomorskie zdołało udzielić dla turystów zagranicznych ponad 20% noclegów.

Wykres 5. Wykorzystanie miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2007 roku (procenty)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w Polsce (Wykres 5. Wykorzystanie miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2007 roku (procenty) jak już wcześniej wspomniano nie przedstawia się imponująco, gdyż jest niższy od średnich wskaźników dla państwa UE. W skali kraju występuje znaczne zróżnicowanie tego wskaźnika i jest ono w dużym stopniu uzależnione od kierunków głównych strumieni turystycznych. Wyraźnie wyższy jest ten wskaźnik w województwach nadbałtyckich, gdzie kierują się znaczne strumienie turystyki wakacyjnej. Na drugim krańcu znajdują się województwa (lubuskie, opolskie) ze stosunkowo małą ofertą atrakcji turystycznych, a tym samym wykorzystujące obiekty noclegowe w dużo niższym stopniu. Województwo podlaskie pod względem tego wskaźnika mieści się w środku stawki uzyskując w roku 2007 wykorzystanie miejsc noclegowych na poziomie 35,5%.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 23. Obiekty zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	13	12	12	12	13	16	9,6
Powiat sokólski	5	5	5	6	6	5	3,0
Powiat m. Białystok	18	17	17	16	17	20	12,0
Powiat bielski	5	5	5	6	6	6	3,6
Powiat hajnowski	16	15	14	14	13	13	7,8
Powiat kolneński	1	1	3	3	1	1	0,6
Powiat łomżyński	13	10	11	11	7	7	4,2
Powiat siemiatycki	8	7	6	4	5	4	2,4
Powiat wysokomazowiecki	5	5	4	4	3	3	1,8
Powiat zambrowski	3	2	2	1	1	1	0,6
Powiat m. Łomża	4	6	4	4	4	4	2,4
Powiat augustowski	39	39	36	37	36	36	21,7
Powiat grajewski	8	10	7	6	5	4	2,4
Powiat moniecki	5	6	9	11	11	9	5,4
Powiat sejneński	12	15	13	14	14	12	7,2
Powiat suwalski	27	27	26	21	21	19	11,4
Powiat m. Suwałki	6	6	6	6	6	6	3,6
Razem	188	188	180	176	169	166	100,0

Tabela 24. Miejsca w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim ogółem

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	922	880	881	910	965	1 091	9,9
Powiat sokólski	112	136	130	222	210	158	1,4
Powiat m. Białystok	1 672	1 363	1 585	1 554	1 532	1 563	14,2
Powiat bielski	303	228	228	269	240	243	2,2
Powiat hajnowski	641	691	762	770	652	596	5,4
Powiat kolneński	48	56	150	150	58	58	0,5
Powiat łomżyński	724	539	579	426	256	259	2,4
Powiat siemiatycki	422	379	159	101	108	104	0,9
Powiat wysokomazowiecki	187	187	166	166	153	153	1,4
Powiat zambrowski	60	28	36	20	20	20	0,2
Powiat m. Łomża	203	263	181	168	168	169	1,5
Powiat augustowski	4 305	3 761	3 289	3 464	3 457	3 506	31,9
Powiat grajewski	700	1 057	763	663	412	319	2,9
Powiat moniecki	155	177	419	469	470	420	3,8
Powiat sejneński	475	603	530	482	698	561	5,1
Powiat suwalski	1581	1 525	1 449	1 228	1 443	1 289	11,7
Powiat m. Suwałki	387	708	462	679	507	497	4,5
Razem	12 897	12 581	11 769	11 741	11 349	11 006	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Jeśli chodzi o rozmieszczenie turystycznej bazy noclegowej w województwie podlaskim (tabele 23, 24) to należy zwrócić uwagę na znaczne jej skoncentrowanie tylko w dwóch obszarach. Szczególną uwagę należy zwrócić na obszar, który już dzisiaj jest wiodącym centrum rozwoju turystyki przyjazdowej. Jest to powiat augustowski, gdzie ulokowało się 21,7% obiektów noclegowych zakwaterowania zbiorowego, które oferują około 32% miejsc noclegowych w obiektach zakwaterowania zbiorowego. Świadczy to o istotnych walorach turystycznych tego obszaru, które z jednej strony przyciągają znaczne rzesze turystów, a z drugiej strony zmniejszają poziom ryzyka gospodarczego skłaniając inwestorów do utrzymywania obiektów już istniejących lub też lokowania obiektów nowych. Dodając do tego istotny potencjał powiatu suwalskiego, gdzie ulokowało się ponad 11% obiektów zakwaterowania zbiorowego dysponujących blisko 12% miejsc noclegowych można śmiało pokusić się o tezę, iż obszar ten może być w przyszłości biegunem rozwoju turystycznego województwa podlaskiego. Widzimy więc iż znaczna część bazy noclegowej województwa podlaskiego znajduje się w obszarze pojezierza augustowskiego i suwalskiego, a istniejące tutaj obiekty zbiorowego zakwaterowania, które stanowią 44% ogólnej liczby obiektów noclegowych w województwie oferują ponad 53% miejsc noclegowych.

Drugim istotnym biegunem województwa jeśli chodzi o obiekty zakwaterowania zbiorowego jest miasto Białystok i jego okolice gdzie znajduje się blisko 22% obiektów noclegowych oferujących 24,1% miejsc noclegowych. W sumie te dwa obszary dysponując 66% obiektów noclegowych oferują ponad 78% miejsc noclegowych, co stawia je w pozycji monopolisty w kwestii zbiorowego zakwaterowania osób korzystających z wypoczynku turystycznego. Nie bez znaczenia jest również obszar powiatu hajnowskiego, który dysponuje blisko 8% obiektów noclegowych zakwaterowania zbiorowego, jednakże oferuje niewiele ponad 5% miejsc noclegowych. Wskazuje to na fakt, iż istniejące tutaj obiekty noclegowe należą do stosunkowo mniejszych. Jest to obszar ciągle nie odkryty i zbyt słabo doinwestowany. Pozostałe powiaty oferują właściwie tylko pojedyncze obiekty noclegowe dysponując bardzo ograniczoną bazą miejsc noclegowych.

Tabela 25. Korzystający z noclegów w województwie podlaskim ogółem I-XII

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	33 147	40 254	36 541	41 147	58 826	51 162	11,1
Powiat sokółski	2 604	2 734	3 383	4 888	5 001	4 691	1,0
Powiat m. Białystok	119 013	105 124	125 583	130 271	158 038	161 362	34,9
Powiat bielski	7 085	6 978	6 439	7 671	7 142	8 946	1,9
Powiat hajnowski	26 117	29 973	42 354	38 756	38 180	32 940	7,1
Powiat kolneński	3 147	3 013	1 839	3 095	3 987	3 164	0,7
Powiat łomżyński	24 199	22 395	25 204	20 654	20 320	23 666	5,1
Powiat siemiatycki	12 618	16 229	3 971	3 316	3 989	4 764	1,0
Powiat wysokomazowiecki	1 955	2 163	1 623	2 358	2 104	1 626	0,4
Powiat zambrowski	1 611	410	692	488	579	872	0,2
Powiat m. Łomża	9 882	9 503	8 778	8 962	10 554	13 200	2,9
Powiat augustowski	63 680	66 398	71 115	78 025	80 738	78 885	17,1
Powiat grajewski	13 859	13 529	9 394	9 759	10 894	10 416	2,3
Powiat moniecki	2 787	3 176	3 059	3 077	4 727	5 040	1,1
Powiat sejneński	6 296	7 781	8 806	7 220	10 165	11 240	2,4
Powiat suwalski	15 959	17 631	18 808	14 785	16 203	16 528	3,6
Powiat m. Suwałki	27 028	28 844	30 682	29 464	32 802	33 667	7,3
Razem	370 987	376 135	398 271	403 936	464 249	462 169	100,0

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 26. Korzystający z noclegów w województwie podlaskim turyści zagraniczni I-XII

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	10 366	10 928	10 120	14 949	18 824	8 785	12,8
Powiat sokólski	360	783	585	795	878	481	0,7
Powiat m. Białystok	46 996	33 918	44 232	42 172	39 567	27 852	40,5
Powiat bielski	993	1 040	883	939	826	948	1,4
Powiat hajnowski	3 603	3 001	4 348	3 542	3 487	2 887	4,2
Powiat kolneński	2	0	0	0	32	0	0,0
Powiat łomżyński	3 126	2 820	3 878	3 682	3 812	4 377	6,4
Powiat siemiatycki	1 327	2 278	396	317	512	678	1,0
Powiat wysokomazowiecki	183	180	62	46	102	32	0,0
Powiat zambrowski	207	4	4	14	5	1	0,0
Powiat m. Łomża	2 991	3 227	2 330	3 267	4 455	6 027	8,8
Powiat augustowski	9 506	12 462	11 730	11 493	10 576	9 635	14,0
Powiat grajewski	280	349	177	139	111	135	0,2
Powiat moniecki	366	312	231	279	223	229	0,3
Powiat sejneński	578	580	376	359	694	639	0,9
Powiat suwalski	2 095	2 482	2 357	2 150	1 642	1 326	1,9
Powiat m. Suwałki	5 322	4 671	4 272	4 855	5 238	4 705	6,8
Razem	88 301	79 035	85 981	88 998	90 984	68 737	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 27. Udzielone noclegi w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim ogółem

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	46 540	64 551	47 693	52 985	76 726	74 569	8,2
Powiat sokólski	8 565	5 606	10 589	27 850	23 414	14 444	1,6
Powiat m. Białystok	161 501	159 196	180 455	201 551	256 441	249 045	27,4
Powiat bielski	12 192	11 136	11 758	12 676	12 470	13 669	1,5
Powiat hajnowski	53 405	67 148	90 124	78 281	72 971	60 861	6,7
Powiat kolneński	7 699	4 562	5 842	7 076	5 652	4 024	0,4
Powiat łomżyński	50 538	41 323	47 981	30 722	30 700	29 713	3,3
Powiat siemiatycki	29 838	28 611	6 714	8 412	9 538	7 755	0,9
Powiat wysokomazowiecki	5 492	3 847	3 646	6 201	3 982	3 179	0,4
Powiat zambrowski	2 267	1 239	3 165	1 309	1 110	1 138	0,1
Powiat m. Łomża	18 330	18 523	16 314	19 904	19 604	22 499	2,5
Powiat augustowski	215 832	215 556	222 460	247 350	254 895	256 793	28,3
Powiat grajewski	40 854	61 930	42 070	36 488	36 968	36 684	4,0
Powiat moniecki	5 192	6 331	8 391	8 132	12 282	11 430	1,3
Powiat sejneński	15 845	20 469	20 457	17 934	24 849	27 847	3,1
Powiat suwalski	44 851	46 378	46 527	39 282	47 149	43 660	4,8
Powiat m. Suwałki	35 065	36 370	41 952	45 540	54 062	50 210	5,5
Razem	754 006	792 776	806 138	841 693	942 813	907 520	100,0

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 28. Udzielone noclegi turystom zagranicznym w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim I-XII

Jednostka terytorialna	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Powiat białostocki	12 128	12 586	10 976	15 737	19 875	9 977	9,4
Powiat sokólski	462	910	912	935	1 285	978	0,9
Powiat m. Białystok	64 109	50 295	66 816	62 810	63 049	46 558	43,8
Powiat bielski	1 356	1 520	1 239	1 664	1 131	1 273	1,2
Powiat hajnowski	8 966	7 951	11 039	7 724	7 854	6 126	5,8
Powiat kolneński	2	0	0	0	64	0	0,0
Powiat łomżyński	5 968	5 407	6 875	5 156	5 118	5 384	5,1
Powiat siemiatycki	2 446	4 022	429	680	624	791	0,7
Powiat wysokomazowiecki	214	290	118	134	182	156	0,1
Powiat zambrowski	207	4	13	17	5	1	0,0
Powiat m. Łomża	4 314	5 180	5 684	6 768	8 146	10 392	9,8
Powiat augustowski	13 740	16 540	16 638	18 381	15 178	13 257	12,5
Powiat grajewski	873	1 328	476	546	322	310	0,3
Powiat moniecki	1 048	857	490	697	802	773	0,7
Powiat sejneński	672	714	485	554	1 107	1 306	1,2
Powiat suwalski	5 050	4 021	3 898	3 736	2 975	2 244	2,1
Powiat m. Suwałki	6 441	5 764	5 860	6 756	8 200	6 659	6,3
Razem	127 996	117 389	131 948	132 295	135 917	106 185	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

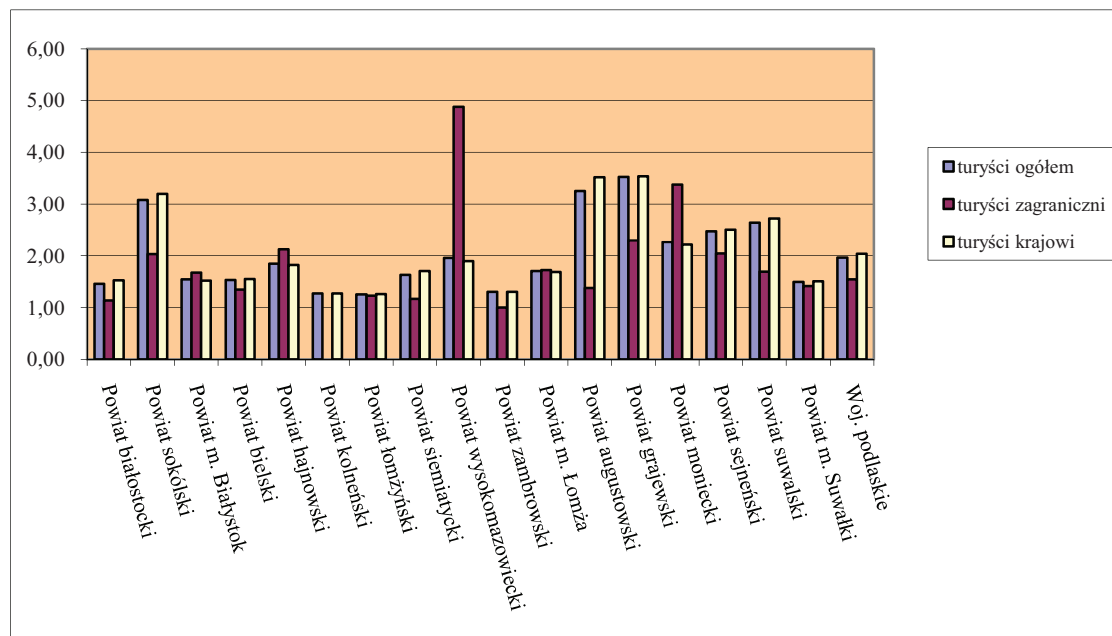
Rozmieszczenie obiektów noclegowych znajduje odzwierciedlenie w liczbach osób korzystających z noclegów i liczbie udzielonych noclegów (tabele 25, 26, 27, 28), gdyż w dalszym ciągu widoczna jest zdecydowana koncentracja ruchu turystycznego w dwóch obszarach, jednakże należy zwrócić uwagę na pewne cechy specyficzne tych danych. Otóż w zdecydowanym stopniu uwidoczniła się dominująca rola ośrodka wojewódzkiego gdyż w Białymstoku i jego okolicach z zakwaterowania w obiektach noclegowych skorzystało w 2008 aż 46% turystów. Tymczasem obszar augustowski oraz suwalski przyjęły niewiele ponad 30% turystów korzystających z noclegów. Jednakże liczby obrazujące liczbę udzielonych noclegów wskazują na jeszcze jedną specyficzną cechę turystyki na obszarze województwa podlaskiego. Mianowicie w Białymstoku i okolicach ogółem udzielono niespełna 36% noclegów, a tymczasem obszar pojezierza suwalsko-augustowskiego wygenerował blisko 42% noclegów. Wskazuje to na fakt potwierdzony danymi obrazującymi średnią liczbę noclegów (Wykres 6. Średnia liczba noclegów na korzystającego turystę w województwie podlaskim), iż turyści korzystający z noclegów w Białymstoku i okolicach pozostają w bazie noclegowej zdecydowanie krócej (zaledwie półtora doby hotelowej). Tymczasem turyści korzystający z noclegów na obszarze pojezierza suwalsko-augustowskiego przebywają tam zdecydowanie dłużej, a ich średni czas pobytu wynosi ponad trzy i pół doby. Ponadto dane dla tego obszaru wyraźnie wskazują, iż w przeważającej liczbie są to turyści krajowi, czyli możemy mówić, iż obszar ten jest obszarem recepcyjnym krajowej turystyki wypoczynkowej.

Uwagę zwraca bardzo wysoki wskaźnik średniej liczby noclegów turystów zagranicznych w powiecie wysokomazowieckim w 2008 roku, jednakże należy to uznać za dane zafałszowane, gdyż analiza odpowiednich wielkości w poprzednich latach wskazuje, iż wielkość ta wynosiła 1,88 doby hotelowej na turystę zagranicznego.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wskazać należy jeszcze na dwa interesujące obszary województwa podlaskiego, a mianowicie Puszcze Białowieską i Biebrzański Park Narodowy, gdyż generują one relatywnie długie czasy pobytu turystów zagranicznych. Przede wszystkim wielkości te są w zdecydowanym stopniu wyższe od czasów pobytu turystów krajowych. Może to upoważniać do wniosku, iż są to obszary recepcyjne turystyki zagranicznej.

Wykres 6. Średnia liczba noclegów na korzystającego turystę w województwie podlaskim



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 29. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim (procenty)

Rodzaje obiektów	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ogółem	27,8	30,0	31,1	32,4	35,5	33,5
Hotele	29,3	33,2	34,4	38,0	45,6	39,9
Motele	51,9	55,5	68,1	57,0	61,4	67,6
Pensjonaty	28,4	22,6	18,4	14,4	20,0	20,2
Inne obiekty hotelowe	31,9	20,4	33,7	34,5	34,9	30,0
Domy wycieczkowe	25,5	22,5	23,7	24,3	35,2	34,1
Schroniska (łącznie z młodzieżowymi)	23,7	27,6	25,2	22,2	21,9	24,2
Ośrodki wczasowe (bez kwater prywatnych)	41,0	41,1	42,1	41,0	38,2	42,1
Ośrodki kolonijne	71,7	88,7	95,3	73,3	82,4	78,7
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	21,1	22,7	17,9	19,5	21,6	23,0
Dom pracy twórczej	24,5	26,4	26,5	26,3	22,5	24,6
Zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych	21,6	17,3	24,5	20,6	22,9	17,3
Kempingi	32,6	33,3	34,6	22,4	20,1	20,1
Pola biwakowe	15,7	22,4	23,2	25,4	17,2	19,8
Obiekty noclegowe w ośrodkach do wypoczynku sobotnio niedzielnego	50,1	60,9	67,2	80,8	78,1	77,8
Zakłady uzdrowiskowe	62,1	81,2	64,9	81,3	83,2	87,5
Pozostałe niesklasyfikowane	22,2	22,3	26,6	27,2	28,6	24,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykorzystanie obiektów noclegowych w województwie podlaskim (Tabela 29. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim) jest poniżej średniej krajowej, jednak w ostatnim roku spadło. W najwyższym stopniu wykorzystywane są motele, ośrodki kolonijne, obiekty wypoczynku sobotnio-niedzielnego oraz zakłady uzdrowiskowe i tendencja ta utrzymuje się od wielu lat. Pewnym zaskoczeniem może być stosunkowo słabe wykorzystanie pensjonatów, ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych oraz domów pracy twórczej, które utrzymuje się na tym poziomie od wielu lat.

Tabela 30. Miejsca noclegowe w obiektach zakwaterowania zbiorowego na 1000 mieszkańców

Jednostka terytorialna	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Województwo podlaskie	2,12	2,12	1,91	2,06	2,04	2,12	1,81
Podregion - białostocki	2,48	2,40	2,14	2,68	2,58	2,68	1,88
Powiat białostocki	2,14	2,06	2,06	2,16	2,19	2,36	0,35
Powiat sokólski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Białystok	3,28	3,18	2,72	3,60	3,38	3,48	3,06
Podregion - łomżyński	1,79	1,90	1,89	1,74	1,71	1,69	1,66
Powiat bielski	1,62	1,63	1,64	1,65	1,85	1,36	1,42
Powiat hajnowski	0,46	0,50	0,51	3,45	3,01	3,58	3,13
Powiat kolneński	1,19	1,19	1,40	1,25	1,26	1,47	1,47
Powiat łomżyński	4,44	4,33	3,83	3,83	3,83	3,83	3,86
Powiat siemiatycki	2,28	2,86	2,92	0,00	0,21	0,39	0,40
Powiat wysokomazowiecki	0,78	0,68	0,68	0,67	0,67	0,45	0,45
Powiat zambrowski	0,49	0,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Łomża	2,77	3,18	3,65	2,73	2,53	2,35	2,36
Podregion - suwalski	1,97	1,93	1,53	1,42	1,57	1,74	1,88
Powiat augustowski	2,25	2,27	2,25	3,05	3,05	3,67	4,50
Powiat grajewski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat moniecki	0,90	0,91	0,92	0,93	0,93	0,94	0,94
Powiat sejneński	4,43	4,43	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat suwalski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Suwałki	4,13	3,93	3,70	2,54	3,12	3,27	3,12

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 31. Noclegi udzielone w obiektach zakwaterowania zbiorowego na 1000 mieszkańców

Jednostka terytorialna	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Województwo podlaskie	199,94	226,59	226,71	234,89	248,32	314,02	268,64
Podregion - białostocki	245,53	250,05	268,01	267,12	301,26	422,43	317,59
Powiat białostocki	161,59	133,72	180,77	141,28	188,67	297,70	54,63
Powiat sokólski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Białystok	348,57	369,13	377,25	393,96	427,34	583,44	518,24
Podregion - łomżyński	160,87	209,09	199,49	209,55	199,76	207,10	202,77

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Powiat bielski	128,06	126,05	126,43	142,24	161,06	138,10	174,34
Powiat hajnowski	78,49	19,53	39,68	497,51	398,46	541,70	433,81
Powiat kolneński	43,81	191,25	113,65	125,84	159,95	141,57	102,31
Powiat łomżyński	639,96	666,97	586,94	690,22	554,86	547,32	548,23
Powiat siemiatycki	90,82	313,28	439,55	0,00	20,64	32,43	30,64
Powiat wysokomazowiecki	11,11	36,15	7,11	10,89	19,26	7,13	4,07
Powiat zambrowski	51,03	33,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Łomża	223,95	286,93	273,24	218,86	273,77	255,89	302,25
Podregion - suwalski	176,84	210,70	193,07	214,52	224,79	276,27	277,41
Powiat augustowski	302,30	311,60	325,53	413,82	453,13	559,39	625,62
Powiat grajewski	6,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat moniecki	37,49	35,59	51,83	72,18	81,28	103,31	103,89
Powiat sejneński	245,72	400,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat suwalski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Suwałki	353,84	439,90	470,01	465,26	465,44	566,45	511,67

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 32. Korzystający z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego (hotele, motele, pensjonaty) na 1000 mieszkańców

Jednostka terytorialna	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
PODLASKIE	136,75	151,38	156,29	157,05	157,52	198,55	174,15
Podregion - białostocki	183,75	181,63	187,78	187,57	198,01	270,52	197,90
Powiat białostocki	134,32	109,71	145,54	123,77	166,21	236,58	41,58
Powiat sokólski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Białystok	254,49	262,14	255,34	264,91	261,32	352,19	319,38
Podregion - łomżyński	95,11	121,54	124,10	126,92	119,95	134,05	143,08
Powiat bielski	90,94	93,14	96,23	94,71	106,78	95,27	127,90
Powiat hajnowski	48,65	15,85	13,76	266,19	222,88	303,77	239,66
Powiat kolneński	14,91	78,17	75,06	44,02	75,13	100,13	80,45
Powiat łomżyński	396,67	414,82	403,63	465,71	393,17	391,12	456,18
Powiat siemiatycki	45,16	182,85	248,95	0,00	11,81	25,36	23,42
Powiat wysokomazowiecki	3,40	3,12	3,77	4,16	5,01	2,47	1,23
Powiat zambrowski	38,38	26,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Łomża	112,26	154,69	147,82	135,68	138,91	158,98	197,15
Podregion - suwalski	115,03	141,84	147,82	146,96	140,17	163,83	177,06
Powiat augustowski	170,94	187,07	217,38	245,62	253,96	308,23	368,69
Powiat grajewski	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat moniecki	20,47	18,46	33,20	32,66	34,85	47,10	40,26
Powiat sejneński	84,52	108,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat suwalski	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Powiat m. Suwałki	280,09	369,69	391,17	361,51	324,41	364,64	368,59

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Dane obrazujące wykorzystanie obiektów zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim na tysiąc mieszkańców (tabela 30, 31, 32) potwierdzają wcześniejsze rozważania o dominacji kilku obszarów recepcyjnych. Pod względem liczby obiektów oraz liczby udzielonych noclegów przewodzi powiat augustowski. Na kolejnych miejscach lokują się ośrodki miejskie (Białystok, Łomża, Suwałki). Listę obszarów przewodzących w przyjmowaniu turystów zamyka powiat hajnowski.

Interesujących danych dostarcza zestawienie liczby gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim (Tabela 33. Liczba gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim). Okazuje się, iż w roku 2008 dysponowaliśmy 827 takimi obiektami, a ich liczba systematycznie rośnie. Tak jak już wcześniej zaobserwowano, w województwie mamy dwa główne obszary recepcyjne turystyki pozamiejskiej (pojezierze suwalsko-augustowskie i Puszcza Białowieska) i to właśnie na tych obszarach występuje najwięcej gospodarstw agroturystycznych. Obszar pojezierza dysponuje 50% gospodarstw agroturystycznych, zaś w powiecie hajnowskim znajduje się 12% gospodarstw agroturystycznych.

Tabela 33. Liczba gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim

Wyszczególnienie	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Struktura w 2008 r.
Augustów	73	79	86	89	92	94	97	99	101	12,2
Białystok	36	45	52	59	60	65	69	80	81	9,8
Bielsk Podlaski	1	2	3	4	5	5	5	9	9	1,1
Grajewo	17	22	13	16	20	21	23	32	35	4,2
Hajnówka	59	65	70	79	86	90	94	97	99	12,0
Kolno	14	11	12	14	15	16	18	18	20	2,4
Łomża	20	21	24	29	29	31	33	34	36	4,4
Mońki	28	29	30	33	35	38	39	40	41	5,0
Sejny	82	84	84	85	88	90	92	92	94	11,4
Siemiatycze	20	20	21	23	26	29	31	40	42	5,1
Sokółka	25	31	33	37	38	39	39	39	40	4,8
Suwałki	170	186	200	203	207	210	212	216	219	26,5
Wysokie Mazowiecko	3	3	3	3	6	7	8	9	9	1,1
Zambrów	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0,1
Razem	548	598	631	674	707	736	761	806	827	100,0

Źródło: dane PODR Szepietowo.

Dane obrazujące przeciętne zatrudnienie w obiektach noclegowych województwa podlaskiego (Tabela 34. Przeciętna liczba zatrudnionych w obiektach noclegowych w województwie podlaskim) wskazują na rosnące znaczenie tego sektora w gospodarce regionu. Wprawdzie do roku 2002 zatrudnienie spadało, ale w przededniu integracji branża zakwaterowania turystycznego odrodziła się, o czym świadczy poziom zatrudnienia w roku 2008, który wyniósł 1250 osób. Podkreślić należy, że nawet sytuacja globalnego kryzysu nie spowodowała zwolnień w tym sektorze, a prognoza na kolejne trzy lata wskazuje na możliwość powolnego wzrostu (Wykres 7. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011).

Poziom przeciętnego wynagrodzenia pracowników obiektów noclegowych w latach 2000-2008 (Tabela 35. Przeciętne wynagrodzenie w obiektach noclegowych w województwie podlaskim) również nie sygnalizuje

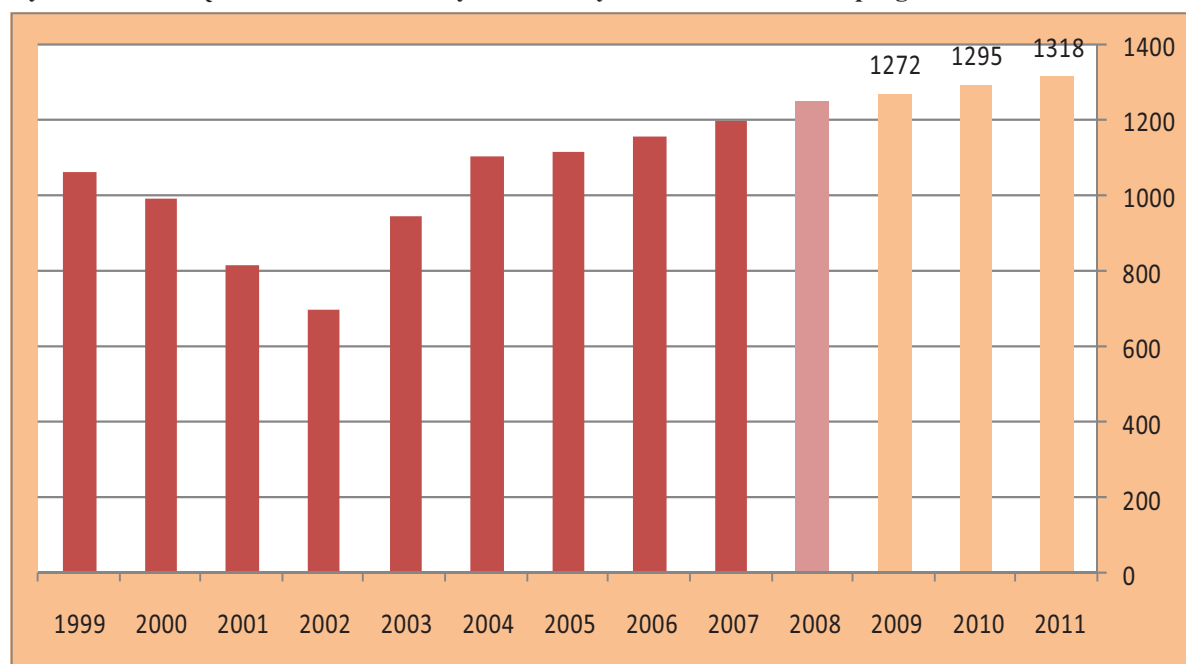
Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR TURYSTYCZNY

sytuacji kryzysowej. W kolejnych analizowanych latach widoczny jest wzrost przeciętnego wynagrodzenia, a w latach 2007-2008 zanotowano największy przyrost roczny. Prognoza przeciętnego wynagrodzenia również wskazuje na możliwość jego znacznych wzrostów (Wykres 8. Przeciętne wynagrodzenie w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011).

Tabela 34. Przeciętna liczba zatrudnionych w obiektach noclegowych w województwie podlaskim

Wyszczególnienie	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Województwo podlaskie	997	816	698	946	1106	1117	1160	1202	1250
Zmiana zatrudnienia rok poprzedni = 100	-	81,8	85,5	135,5	116,9	101,0	103,8	103,6	104,0
Miasto Białystok	462	295	222	363	395	416	456	483	534
Miasto Łomża	89	87	78	67	66	68	80	87	102

Wykres 7. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

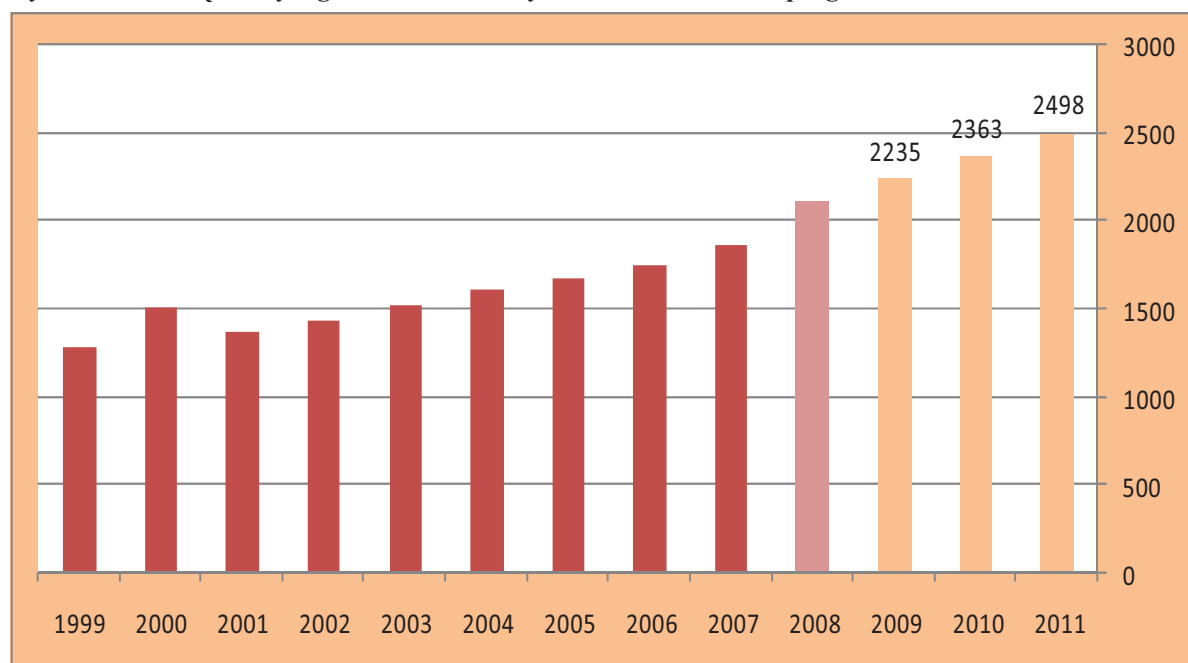
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 35. Przeciętne wynagrodzenie w obiektach noclegowych w województwie podlaskim

Wyszczególnienie	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Województwo podlaskie	1509,7	1371,8	1441,7	1520,3	1619,4	1673,3	1750,3	1862,3	2114,3
Zmiana wynagrodzenia rok poprzedni = 100	-	90,9	105,1	105,5	106,5	103,3	104,6	106,4	113,5
Miasto Białystok	1740,8	1441,4	1578,3	1670,0	1782,9	1810,9	1883,3	2027,2	2225,8
Miasto Łomża	1469,1	1668,5	1766,8	1857,5	1827,9	1892,4	1879,1	1947,5	2061,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urząd Statystyczny w Białymstoku.

Wykres 8. Przeciętne wynagrodzenie w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urząd Statystyczny w Białymstoku.

Przedstawiona powyżej analiza skłania do kilku istotnych wniosków, które mogą przyczynić się do lepszego zrozumienia istoty zakwaterowania w turystyce oraz być podstawą do podejmowania decyzji lokalizacyjnych zarówno dla decydentów jak też inwestorów:

- w Unii Europejskiej występują znaczne dysproporcje jeśli chodzi o liczbę obiektów hotelarskich. Ogółem w UE jest ponad 200 tys. takich obiektów, zaś w Polsce zaledwie 2443. Daleko nam do Włoch, Wielkiej Brytanii czy też Niemiec gdzie jest 35-40 tys. hoteli. Francja Hiszpania mają po około 18 tys. hoteli a Austria ponad 14 tys.;
- przyrost liczby hoteli w Polsce jest bardziej dynamiczny niż w innych państwach UE.
- stopień wykorzystania hoteli w Polsce (36,7%) jest znacznie niższy niż w innych Państwach UE (średnio 41,4%);
- w Polsce ma miejsce przyrost liczby udzielanych noclegów, jednakże w różnych okresach miał on różną intensywność. W latach 2003 i 2004 w znacznym stopniu wzrosła liczba turystów zagranicznych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- odwiedzających nasz kraj. W ostatnich latach ta dynamika spadła na rzecz wzrostu liczby udzielanych noclegów turystom krajowym;
- w strukturze bazy noclegowej w Polsce dominują pozostałe obiekty noclegowe (około 64%) zaś hotele stanowią około 36%, gdy tymczasem w pozostałych państwach UE (oprócz Włoch) hotele stanowią średnio 61%, zaś obiekty pozostałe 39%;
 - obiekty zbiorowego zakwaterowania na Podlasiu stanowią zaledwie 2,5% ogółu obiektów w Polsce oraz oferują tylko 1,9% miejsc noclegowych;
 - wykorzystanie miejsc noclegowych w Polsce wynosi około 36%, a podobna wielkość charakteryzuje również Podlasie;
 - turyści spędzają w województwie podlaskim znacznie mniej czasu niż w pozostałych obszarach recepcyjnych, co może skłaniać do wniosku, iż skierowana do nich oferta turystyczna jest zbyt uboga w atrakcje w związku z czym nie są oni skłonni do przedłużania swoich pobytów;
 - niepokoić może fakt, iż ogółem na Podlasiu udzielono zaledwie 1,7% noclegów. Jeszcze gorzej wygląda sytuacja udzielania noclegów turystom zagranicznym, gdyż na Podlasiu udzielono noclegów zaledwie dla 1,2% turystów z zagranicy;
 - województwo podlaskie dysponuje dwoma pozamiejskimi obszarami recepcyjnymi turystyki przyjazdowej i są to w pierwszym rzędzie obszar suwalsko-augustowski i kolejno obszar Puszczy Białowieskiej;
 - rosnąca liczba gospodarstw agroturystycznych wskazuje na znaczną dynamikę tego sektora usług w turystyce przyjazdowej.

2.2. Działalność usługowa związana z wyżywieniem

Działalność usługowa związana z wyżywieniem została zaklasyfikowana do działu 56 Polskiej Klasyfikacji Działalności. Rynek, na którym te usługi występują nazywamy rynkiem usług gastronomicznych. Usługi związane z wyżywieniem (dział 56) oraz usługi związane z zakwaterowaniem (dział 55) należą do sekcji I PKDWiU – Usługi związane z zakwaterowaniem i usługi gastronomiczne. Sekcja ta obejmuje:

- usługi w zakresie noclegów i usług towarzyszących świadczone przez hotele, motele, pensjonaty, centra odnowy biologicznej i inne obiekty hotelowe;
- usługi świadczone przez schroniska młodzieżowe oraz chaty lub domki;
- usługi świadczone przez domy letniskowe, do których goście posiadają prawo wspólnego użytkowania przez określony okres każdego roku;
- usługi świadczone przez pola namiotowe i pola kempingowe, włączając pola dla pojazdów kempingowych;
- tymczasowe lub długoterminowe zakwaterowanie w domach studenckich, internatach i bursach szkolnych, hotelach pracowniczych, blokach mieszkalnych;
- usługi sypialne i restauracyjne w wagonach kolejowych oraz pozostałych środkach transportu;
- usługi gastronomiczne;
- usługi przygotowywania żywności dla odbiorców zewnętrznych (catering);
- usługi stołówkowe;
- usługi przygotowywania i podawania napojów.

Sekcja ta nie obejmuje: gotowej żywności łatwo psującej się, sklasyfikowanej w 10.85, 10.89, sprzedaży detalicznej żywności, sklasyfikowanej w dziale 47, wynajmu nieruchomości mieszkalnych w celu dłuższego pobytu, zazwyczaj w cyklu miesięcznym lub rocznym, sklasyfikowanego w 68.20.1, usług dyskotek i sal tanecznych (z wyłączeniem serwujących napoje), sklasyfikowanych w 93.29.19.0. Szczegółowy zakres działalności w ramach działu 56 przedstawiono w tabeli 36.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 36. Szczegółowy opis zakresu działalności w ramach działu 56 PKWiU 2008*

Dział 56 Usługi związane z żywnością	
56.1	Usługi restauracji i ruchomych placówek gastronomicznych
56.10.11 (55.30.11)	Usługi podawania posiłków w restauracjach
56.10.12 (55.30.12)	Usługi przygotowywania i podawania posiłków w wagonach restauracyjnych i na statkach
56.10.13 (55.30.13)	Usługi przygotowywania i podawania posiłków w lokalach samoobsługowych
56.10.19 (55.30.14)	Pozostałe usługi podawania posiłków
56.21.11 (55.52.11)	Usługi przygotowywania i dostarczania żywności dla gospodarstw domowych
56.21.19 (55.52.13)	Usługi przygotowywania i dostarczania żywności dla pozostałych odbiorców zewnętrznych (catering)
56.29.11 (55.52.12)	Usługi gastronomiczne świadczone dla przedsiębiorstw transportowych
56.29.19 (55.52.13)	Pozostałe usługi gastronomiczne świadczone w oparciu o zawartą z klientem umowę
56.29.20 (55.51.10)	Usługi stołówek
56.30.10 (55.40.10)	Usługi przygotowywania i podawania napojów

* w nawiasach podano numery zgodne z klasyfikacjami z 1997 i 2004 roku

Źródło: Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług (PKWiU 2008).

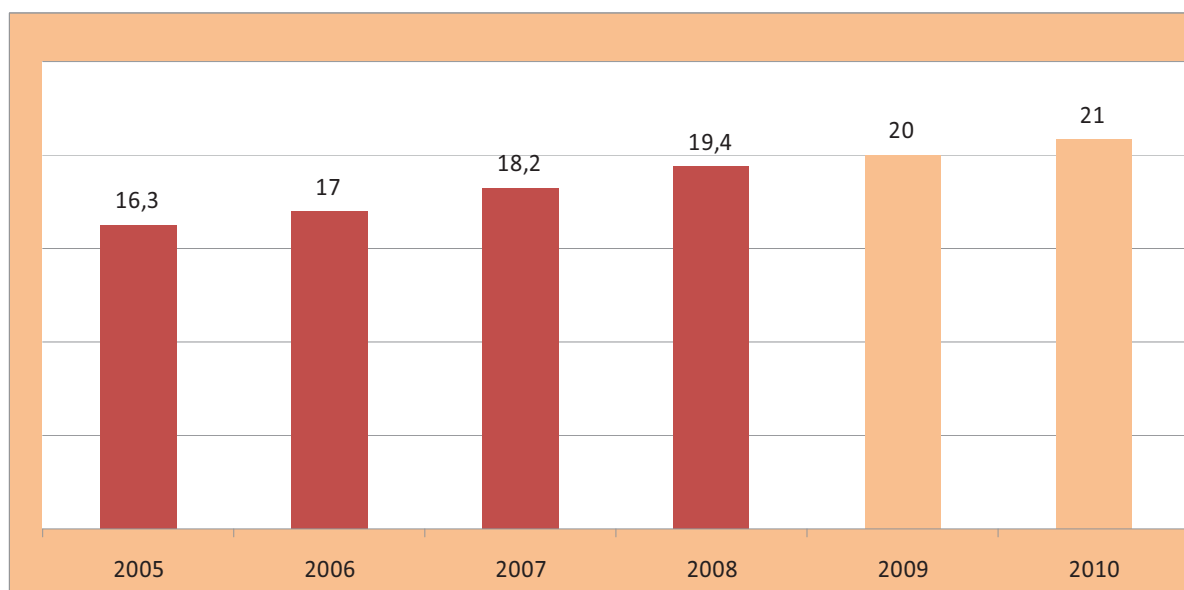
Rynek usług gastronomicznych jest jednym z rodzajów rynków usług turystycznych, wyodrębniony wg kryterium rodzaje usług turystycznych. Według tego kryterium obok rynku usług gastronomicznych występuje rynek usług hotelarskich oraz rynek usług transportowych [1].

Rozwój gastronomii jest ściśle związany z ewolucją środków transportu i rozwojem gospodarki, które doprowadziły do powstania nowego przemysłu-turystyki. Początki gastronomii sięgają dwóch tysięcy lat, kiedy to rolnicy z bliskiego wschodu udawali się do miejscowości, w których był targ, aby tam sprzedać nadwyżki ziarna i inne produkty.

Obecnie rynek usług gastronomicznych tworzą rozmaite kategorie restauracji: bary z obsługą gości przy stoliku, eleganckie restauracje z wykwintną kuchnią dla smakoszy, puby, bary w domach towarowych i kawiarnie. Wszystkie one mieszczą się w definicji rynku usług gastronomicznych dla indywidualnych konsumentów. Rynek usług gastronomicznych jest bardzo podatny na wpływ otoczenia, inaczej mówiąc, na ogólny stan gospodarki danego kraju. W pierwszej połowie lat 90. rynek ten poważnie odczuł skutki ogólnoswiatowej recesji, a przede wszystkim zmniejszenia się rozporządzalnych dochodów ludności. Konsumenci niechętnie jadali poza domem; zmniejszyła się zarówno częstotliwość korzystania z lokali gastronomicznych, jak i kwota wydatków w przeliczeniu na jedną wizytę w restauracji. W drugiej połowie lat 90. oddziaływanie czynników ekonomicznych zaczęło się zmniejszać i, w miarę jak sytuacja gospodarcza się poprawiała, wzrastała rentowność lokali gastronomicznych. Ostatnio w związku z kryzysem światowym można było znowu zaobserwować pewne kłopoty na rynku usług gastronomicznych. Spowolnienie gospodarcze obniżyło m. in. tempo wzrostu rynku restauracyjnego w Polsce, a konsumenci o bardziej utrwalonych przyzwyczajeniach wybierali tańszą ofertę, nie rezygnując zupełnie z usług gastronomicznych.

Według szacunków zawartych w opublikowanym przez firmę PMR raporcie [12], wartość rynku restauracyjnego, obejmującego rynek restauracji, *fast food*, kawiarni oraz barów alkoholowych, wyniosła 19,4 mld zł w 2008 roku, co oznaczało wzrost o 6,6% w porównaniu do roku 2007 (wykres 7). PMR przewiduje, że w latach 2009-2010 rynek ten będzie rósł w wolniejszym tempie, ok. 3-4% rocznie, na co wpływ będzie miało osłabienie gospodarcze i gorsze nastroje konsumenckie skłaniające do poszukiwania oszczędności.

Wykres 9. Wartość (w mld zł) rynku restauracyjnego w Polsce w latach 2005-2010



Źródło: opracowanie własne na podstawie [12].

Przewidywane spowolnienie na rynku restauracyjnym w latach 2009-2010 to efekt kilku czynników. Po pierwsze, kryzys, który ogarnął rynki finansowe będzie skutkował wzrostem kosztów finansowania. Zaostrzenie kryteriów udzielania kredytów, jak również trudności z pozyskaniem kapitału poprzez Giełdę Papierów Wartościowych doprowadzi do zahamowania ekspansji sieci gastronomicznych. Pogorszenie nastrojów konsumenckich może doprowadzić do tego, że konsumenci będą rezygnować z usług lokali gastronomicznych. Usługi gastronomiczne są bowiem wrażliwe na spadek dochodów i wzrost cen. Z drugiej jednak strony, niższe koszty surowców, rosnące bezrobocie zmniejszające rotację pracowników, oraz mniejsza presja na wzrost wynagrodzeń będą pozytywnie oddziaływać na sytuację właścicieli lokali gastronomicznych. Zostaną więc ograniczone wymienione wcześniej przez respondentów bariery rozwoju ich firm. Dodatkowo, zmiany w przyzwyczajeniach części polskich konsumentów wydają się na tyle trwałe, że nie zrezygnują oni szybko z usług oferowanych przez lokale gastronomiczne, szczególnie tych dostępnych w przystępnych cenach.

Z tego też względu poszczególne segmenty rynku HoReCa (Hotele, Restauracje, Catering) zostaną w różnym stopniu dotknięte przez skutki kryzysu. Na przewidywanym spowolnieniu gospodarczym zyskać mogą *fast foody*. Prawdopodobnie konsumenci o bardziej utrwalonych przyzwyczajeniach będą wybierać tańszą ofertę niż rezygnować z usług gastronomicznych. Ponadto, bojąc się o utratę pracy część osób może więcej i dłużej pracować – nie mając czasu na przygotowanie czegoś do jedzenia w domu tym bardziej będą oni korzystać z usług gastronomicznych, ale niekoniecznie z restauracji. Z tego samego powodu, rosnącą popularnością mogą cieszyć się placówki pozycjonowane w segmencie *fast casual* (format przejściowy między *fast food* a restauracją), oferujące stosunkowo tani posiłek w salach o podwyższonym standardzie. Pizzerie to kolejny typ placówek, który może wyjść z kryzysu obronną ręką – więcej osób rezygnujących z zakupów i zostających w domu może przełożyć się na zwiększoną ilość zamówień pizzy na telefon. Dodatkowo, mogą one zaproponować klientom produkty na wynos oferowane w porcjach, np. pizza w kawałkach do kupienia w wydzielonym okienku. Wydaje się, że najbardziej zagrożonym segmentem są typowe restauracje.

Na rynku usług gastronomicznych możemy wyróżnić następujące segmenty: puby i gastronomia hotelowa, bary *fast food*, restauracje i kawiarnie oraz segment usług gastronomicznych dla podróżujących.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Pod względem liczby lokali największymi segmentami sektora obsługującego klientów indywidualnych są puby i gastronomia hotelowa, chociaż sprzedaż posiłków nie jest oczywiście, ich podstawową działalnością. Segmentem, który jako jedyny systematycznie zwiększa liczbę lokali, są bary *fast food*, co należy tłumaczyć znaczną dominacją dużych sieci, posiadających środki finansowe na stałą ekspansję. Segmenty z dużym udziałem placówek prowadzonych przez indywidualnych właścicieli, np. restauracji, kawiarni, i sprzedaży na wynos, od kilku lat stopniowo zmniejszają liczbę lokali. Segment barów *fast food* i sprzedaży na wynos doskonale się rozwija. Bary z hamburgerami mają największy udział w łącznej sprzedaży sektora. Pod względem dynamiki wzrostu wiodącą pozycję zajmuje sprzedaż dań z drobiu. Działalność gastronomiczna przynosi obecnie pubom 25% łącznych przychodów. W segmencie pubów prowadzących działalność gastronomiczną największą dynamiką sprzedaży charakteryzują się dania barowe i na wynos, co potwierdza ogólny trend wzrostu popularności tańszych placówek gastronomicznych, oferujących konsumentom posiłki dobrej jakości po atrakcyjnych cenach.

Segment restauracji i kawiarni obejmuje lokale o bardzo zróżnicowanym standardzie od eleganckich restauracji do tanich mini barów. Wartość sprzedaży całego segmentu wzrosła, różnice między poszczególnymi kategoriami placówek były jednak dosyć istotne, stosunkowo najszybciej rozwijają się restauracje tematyczne.

Segment usług gastronomicznych dla podróżujących tworzą lokale znajdujące się na dworcach kolejowych i przy trasach komunikacyjnych. Wielkość sprzedaży tego systemu, zwłaszcza w kategorii placówek znajdujących się w pociągach, jest bezpośrednio związana z popytem na usługi transportowe.

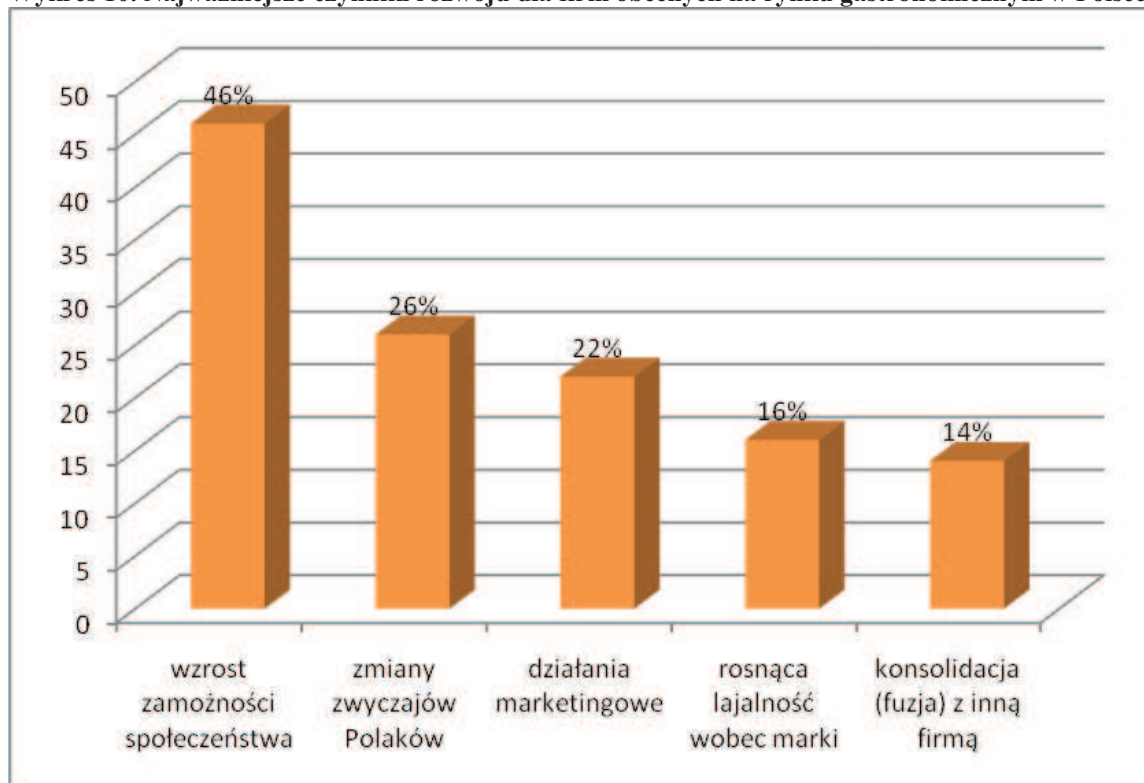
W analizie rynku usług gastronomicznych ważnym kryterium jest struktura wiekowa grup konsumentów. Jest to kryterium, według którego można określić liczebność poszczególnych grup konsumentów oraz charakterystyczne dla nich zachowania. Klientami barów *fast food* są najczęściej ludzie młodzi, z których przeważająca większość należy do grupy wiekowej 15-24 lat. Osoby w wieku 20-24 lat chętnie przychodzą do restauracji w porze kolacji, ale podstawową grupą klientów są osoby z przedziału wiekowego 20-54 lat. W porze lunchu z restauracji jednakowo korzystają wszystkie grupy wiekowe, przy czym klienci z przedziału 20-24 lat najchętniej jadają lunch i kolację w pubach. Wśród klientów kawiarni przeważają ludzie młodzi, w wieku poniżej 34 lat. Restauracje i kawiarnie w sklepach cieszą się największym powodzeniem wśród osób w wieku 20-34 lat, zwłaszcza młodych matek nie pracujących zawodowo. Wśród osób, które nie jadają poza domem, przeważają ludzie starsi, ponad połowa z nich ukończyła 65 rok życia.

Do najważniejszych czynników rozwoju runku usług gastronomicznych można zaliczyć:

- rosnące wynagrodzenia;
- zmianę przyzwyczajeń żywieniowych konsumentów, wynikającą z szybszego trybu życia Polaków, co związane jest z brakiem czasu i chęci do przygotowywania posiłków w domu;
- rosnącą liczbę singli;
- wzrost optymizmu konsumenckiego;
- małe nasycenie rynku;
- ekspansję centrów handlowych i w związku z tym rosnącą liczbę atrakcyjnych lokalizacji;
- nowe okazje do spędzania czasu poza domem - zakupy w centrach handlowych jako nowa okazja do korzystania z placówek gastronomicznych, a także ogólna tendencja spędzania coraz więcej czasu w tzw. trzecim miejscu, między domem, a pracą.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 10. Najważniejsze czynniki rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie [12].

W badaniu przeprowadzonym na potrzeby raportu PMR zapytał respondentów o czynniki jakie mogłyby pomóc w rozwoju przedsiębiorstw obecnych na rynku gastronomicznym w przyszłości. Jak wynika z przeprowadzonego przez PMR badania, czynniki jakie mogłyby pomóc w rozwoju przedsiębiorstw obecnych na rynku gastronomicznym w przeszłości to przede wszystkim wzrost zamożności społeczeństwa, w wyniku którego więcej osób będzie mogło pozwolić sobie na jedzenie poza domem. Jedna na pięć firm liczy na własne działania marketingowe, a jedna na sześć – na lojalność wobec ich marki. Stosunkowo wysoki odsetek firm (14%) oczekuje, że fuzja z inną firmą lub inwestor przyczyni się do rozwoju ich sieci. Oznacza to, że pewna ilość sieci jest nastawionych pozytywnie na współpracę z inwestorem zewnętrznym. (Wykres 10. Najważniejsze czynniki rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce).

Firmy wymieniały również sporadycznie następujące czynniki mające przyczynić się do rozwoju działalności gastronomicznej:

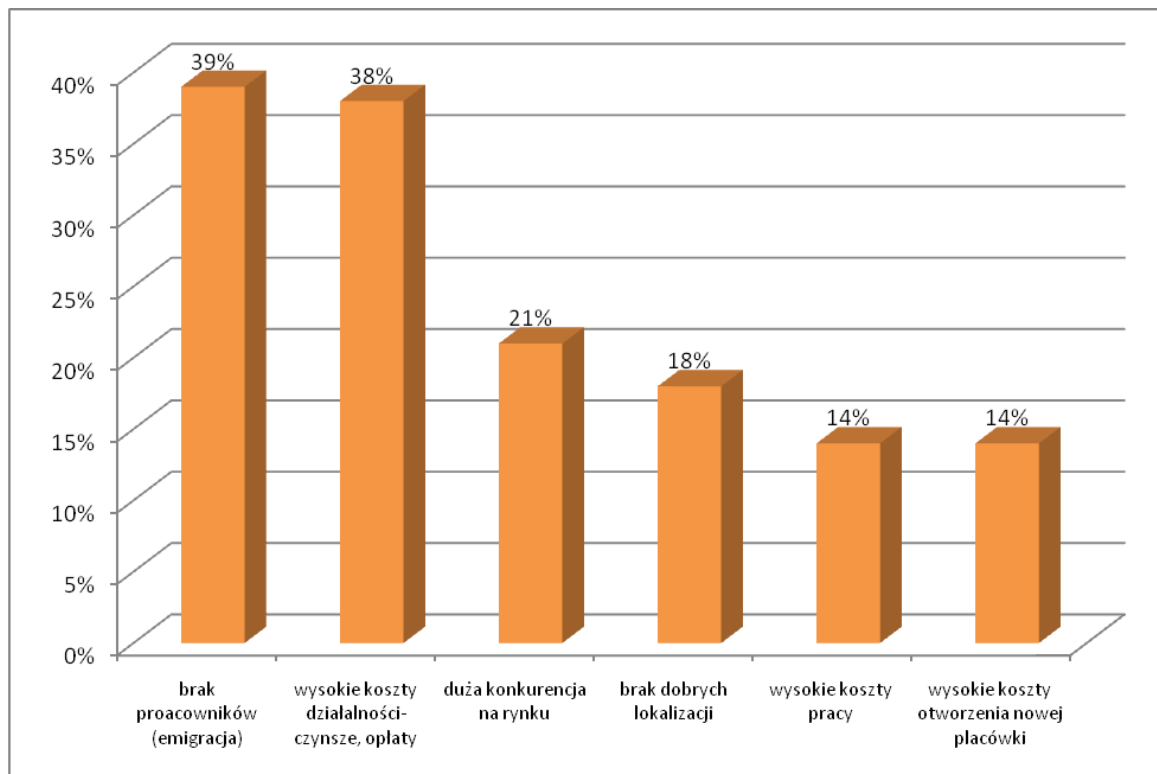
- zwiększenie liczby lokali w atrakcyjnych lokalizacjach;
- mniejsze problemy z personelem – firmy liczą na powrót części Polaków z emigracji, a także napływ cudzoziemców – potencjalnych pracowników – do Polski w związku z rozszerzeniem UE;
- rozwój turystyki;
- rozwój zaplecza gastronomicznego w Polsce w związku z organizacją Euro 2012.

Największą barierą rozwoju działalności firm gastronomicznych na rynku polskim, według respondentów badania PMR jest problem ze znalezieniem personelu spowodowany emigracją Polaków do krajów UE. Dużą przeszkodą są problemy natury finansowej związane z wysokimi kosztami prowadzenia działalności gospodarczej – przede wszystkim wysokimi czynszami i opłatami, nieco rzadziej wymieniane są stosunkowo wysokie koszty pracy i utworzenia nowej placówki. Dla jednego na pięciu właścicieli sieci problemem jest duża

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

konkurencja na rynku oraz brak dobrych lokalizacji dla nowych lokali (Wykres 11. Największe bariery rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce).

Wykres 11. Największe bariery rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie [12].

Baza usług gastronomicznych województwa podlaskiego oparta jest o lokale znajdujące się w miastach oraz w miejscowościach o charakterze turystycznym. Należy podkreślić interesującą aranżację wnętrz nowych zakładów gastronomicznych, dbałość o jakość oferty konsumpcyjnej oraz coraz lepszą obsługę gości. Stosunkowo nowym zjawiskiem są letnie ogródki aranżowane przed restauracjami, kawiarniami i innymi obiektami gastronomicznymi. W województwie działają także lokale gastronomiczne dużych koncernów międzynarodowych oferujące zunifikowane potrawy w systemie szybkiej obsługi. Upowszechniły się także pizzerie, wprowadzając m.in. sprzedaż przez telefoniczne zamówienia i dowożenie swoich wyrobów do mieszkań konsumentów. Zwiększyła się ilość przydrożnych restauracji, barów oraz punktów gastronomicznych. Są one m.in. coraz częściej składową dużych stacji benzynowych, budowanych przy ważniejszych traktach komunikacyjnych przebiegających przez województwo.

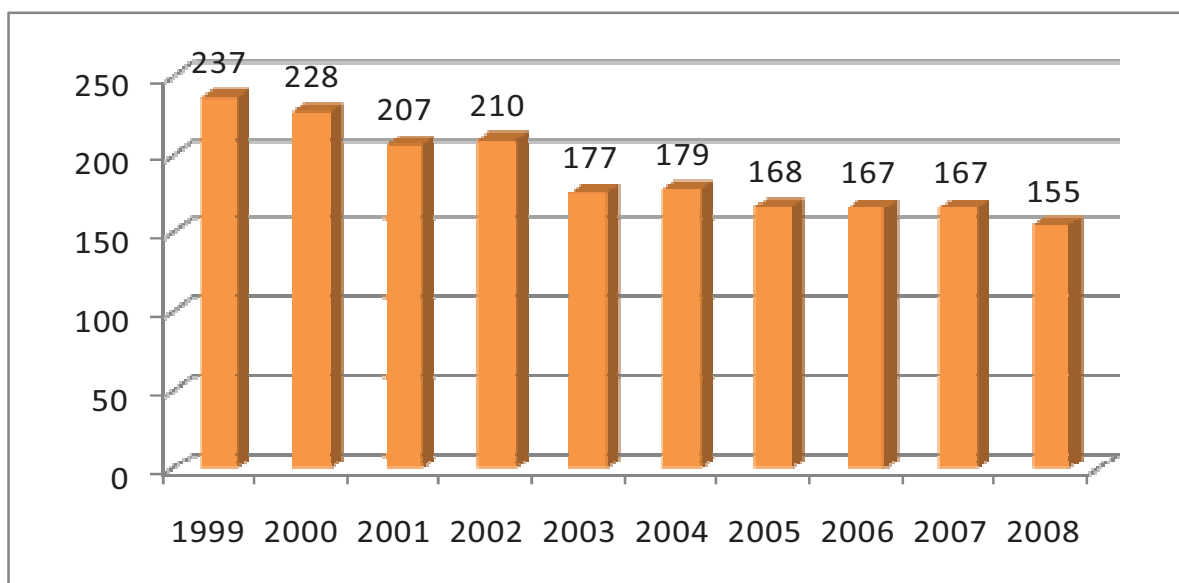
Bazę gastronomiczną województwa podlaskiego dla potrzeb ruchu turystycznego dzieli się na ogólnodostępną i środowiskową. Ta ostatnia występuje łącznie z tego samego rodzaju obiektami bazy noclegowej, natomiast ogólnodostępna służy potrzebom całej ludności. Zakłady gastronomiczne z uwagi na zakres działalności dzieli się na żywieniowe (restauracje, bary szybkiej obsługi, bary przekąskowe, stołówki, bistra), uzupełniające (kawiarnie i herbaciarnie, cukiernie, piwiarnie), punkty gastronomiczne (smażalnie, lodziarnie, pijalnie). W bazie środowiskowej bary i restauracje występują głównie w hotelach o najwyższym standardzie usług i żywienia. Bary szybkiej obsługi, przekąskowe i bistra najczęściej zlokalizowane są w hotelach o niższym standardzie i ośrodkach wczasowych. Stołówki dominują w ośrodkach kolonijnych,

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

szkoleniowo-wypoczynkowych, zespołach ogólnodostępnych domków turystycznych. Punkty gastronomiczne najczęściej towarzyszą ośrodkom wczasowym, zespołom ogólnodostępnych domków turystycznych, polom biwakowym, schroniskom turystycznym (często sezonowo) [3].

W latach 1999 – 2008 liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim wykazywała tendencję malejącą (Wykres 12. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim w latach 1999-2008). W roku 1999 liczba takich placówek kształtowała się na poziomie 237, zaś w roku 2008 była mniejsza o 34,6% i wynosiła 155 placówek.

Wykres 12. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim w latach 1999-2008

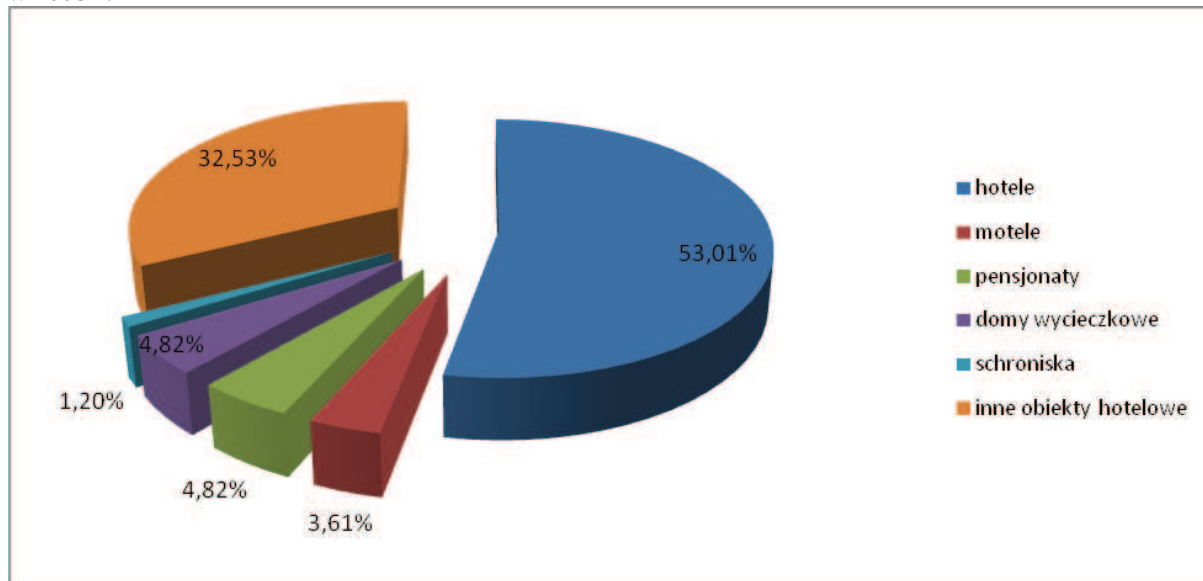


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Najwięcej jednostek żywieniowych znajduje się w hotelach (Wykres 13. Struktura placówek gastronomicznych wg rodzajów obiektów w województwie podlaskim w 2008 r.), stanowią one ponad połowę wszystkich placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

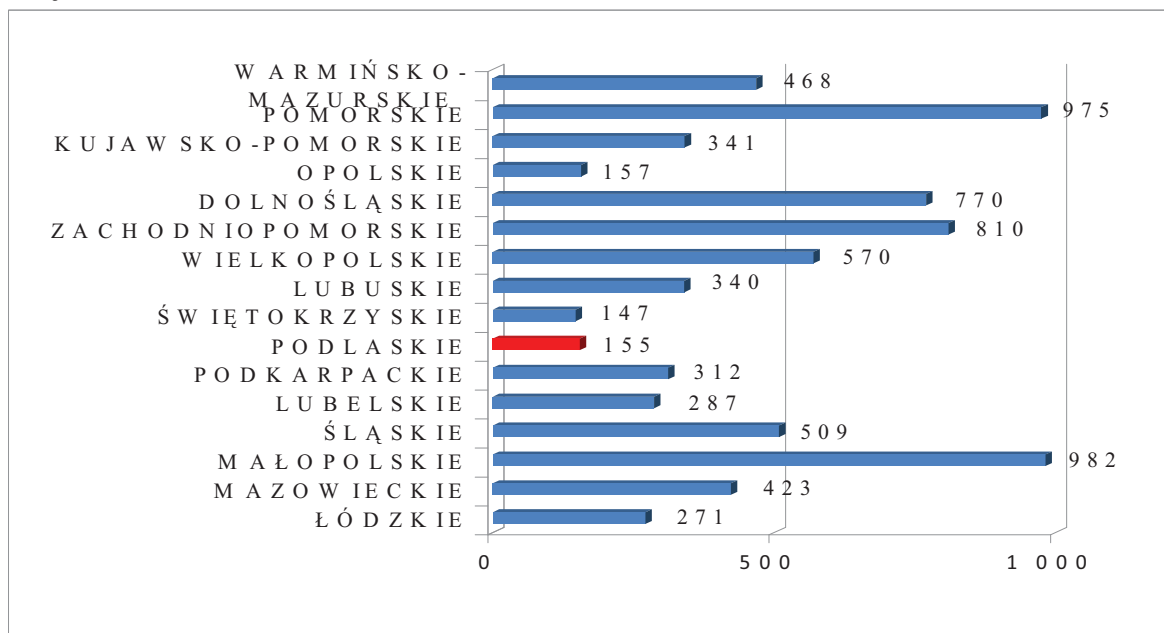
Wykres 13. Struktura placówek gastronomicznych wg rodzajów obiektów w województwie podlaskim w 2008 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Liczba placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim na tle innych województw jest bardzo niska. W roku 2008 liczba ta wynosiła 155 i jedynie w województwie świętokrzyskim odnotowano mniejszą liczbę placówek gastronomicznych (Wykres 14. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwach)

Wykres 14. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwach



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Sytuacja taka może oznaczać niedosyt placówek gastronomicznych, co potwierdza porównanie liczby placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania do liczby obiektów zbiorowego zakwaterowania (Tabela 37. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania oraz placówek gastronomicznych w

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2008 r.). W województwie podlaskim wskaźnik taki wynosi 0,93, co oznacza, że nie w każdym obiekcie zbiorowego zakwaterowania znajduje się placówka gastronomiczna. Podobna sytuacja jest również w województwach lubelskim, podkarpackim i zachodniopomorskim.

Tabela 37. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania oraz placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2008 r.

Województwo	Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania	Liczba placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania	Udział placówek gastronomicznych w liczbie obiektów zbiorowego zakwaterowania
Dolnośląskie	736	770	1,05
Kujawsko-pomorskie	306	341	1,11
Lubelskie	298	287	0,96
Lubuskie	335	340	1,01
Łódzkie	216	271	1,25
Małopolskie	872	982	1,13
Mazowieckie	325	423	1,30
Opolskie	116	157	1,35
Podkarpackie	355	321	0,90
Podlaskie	166	155	0,93
Pomorskie	822	975	1,19
Śląskie	423	509	1,20
Świętokrzyskie	123	147	1,20
Warmińsko-mazurskie	384	468	1,22
Wielkopolskie	540	570	1,06
Zachodniopomorskie	840	810	0,96
Polska	6857	7526	1,10

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

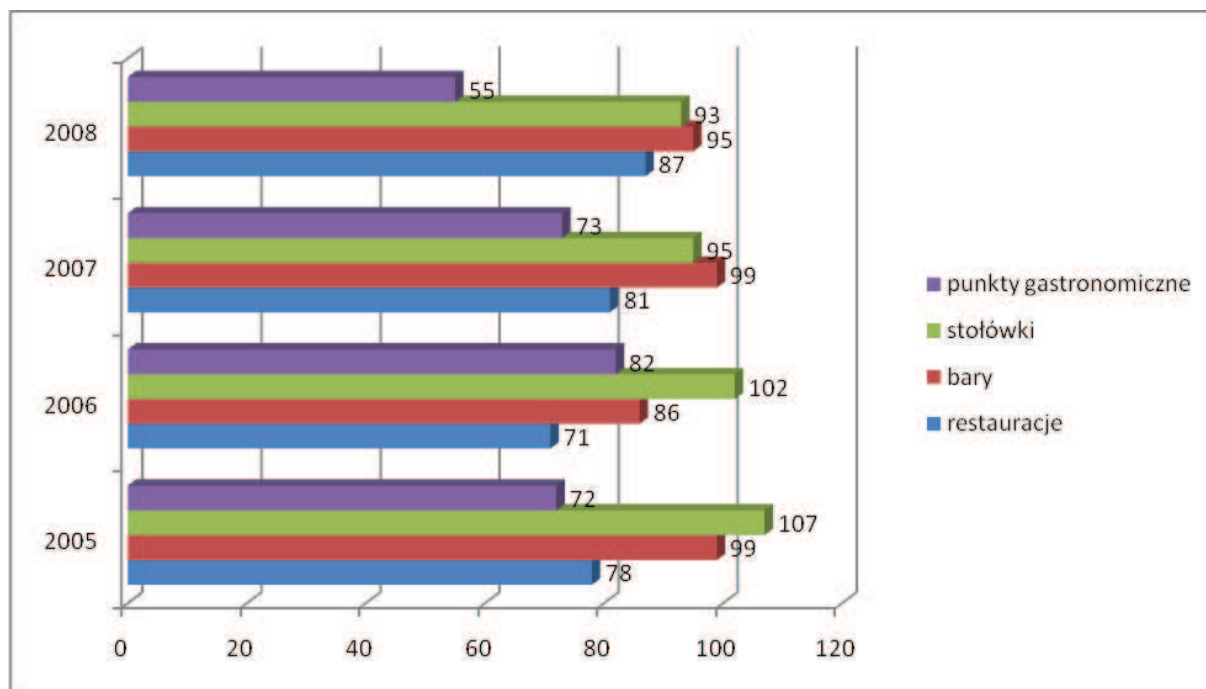
Biorąc pod uwagę liczbę placówek gastronomicznych nie tylko w obiektach zbiorowego zakwaterowania z podziałem na restauracje, bary, stołówki i punkty gastronomiczne zauważamy, że ich liczba w województwie podlaskim w latach 2005-2008 ulegała dość istotnym zmianom (wykres 15). W przypadku restauracji obserwujemy wzrost ich liczby, od 78 obiektów w roku 2005 do 87 obiektów w roku 2008. Taka sytuacja potwierdza również tendencje ogólnokrajowe, ale wskaźnik dynamiki liczby restauracji w roku 2008 w porównaniu do 2005 w województwie podlaskim wynosi 111,51% i jest mniejszy niż wskaźnik dla całej Polski, który wynosi 122,56% (tabela 38).

Liczba barów w województwie podlaskim utrzymywała się w badanym okresie na podobnym poziomie, z nieznaczną tendencją spadkową, bowiem liczba barów w 2008 r. w porównaniu do 2005 r. spadała o ok. 4%. Zupełnie odwrotnie zmieniała się liczba barów w całym kraju, bowiem w badanych latach wzrosła ona o ok. 6%.

Wyraźna tendencja spadkowa dotyczy liczby stołówek i jest to zjawisko obserwowane zarówno w województwie podlaskim jak i w całym kraju. W 2008 r. w porównaniu do 2005 r. w województwie podlaskim było o 13% mniej stołówek, zaś w całym kraju liczba ta zmniejszyła się o 21%.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 15. Liczba placówek gastronomicznych według rodzajów w województwie podlaskim w latach 2005 – 2008



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Największe zróżnicowanie liczby placówek wykazują punkty gastronomiczne. Ich liczba w 2005 r. wynosiła w województwie podlaskim 72, w kolejnym roku wzrosła o 14% do liczby 82 by w następnym, 2007 r. znowu spaść do poziomu 73 obiekty. W 2008 r. liczba ta znowu spadła do 55 punktów gastronomicznych. Jest to odwrotna sytuacja w porównaniu do zmiany liczby tego typu obiektów w całym kraju. W latach 2005 – 2008 liczba punktów gastronomicznych rosła, a w 2008 r. w porównaniu do 2005 r. procentowy wzrost wyniósł około 34%. W województwie podlaskim zaś liczba placówek gastronomicznych zmniejszyła się w badanym okresie o 24%.

Tabela 38. Liczba placówek gastronomicznych w województwie podlaskim oraz w całej Polsce w latach 2005-2008

Lata	Województwo podlaskie				Polska			
	restauracje	bary	stołówki	punkty gastronomiczne	restauracje	bary	stołówki	punkty gastronomiczne
2005	78	99	107	72	3 386	3 554	2 640	2 292
2006	71	86	102	82	3 510	3 793	2 471	2 449
2007	81	99	95	73	3 673	3 669	2 460	2 506
2008	87	95	93	55	4 150	3 776	2 077	3 066
Wskaźnik dynamiki (2008/2005)	111,54	95,96	86,92	76,39	122,56	106,25	78,67	133,77

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Dysponując danymi z wyników bilansowych przedsiębiorstw branży hotele i restauracje zlokalizowanych w województwie podlaskim za lata 2005-2007 (Tabela 39. Przychody z całokształtu działalności) można

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

zauważyć wzrost poszczególnych przychodów firm działających w usługach hotelarskich i restauracyjnych. Przychody z całokształtu działalności w 2007 r. w porównaniu do roku 2005 wzrosły aż o 55,8%. Najwyższy wzrost odnotowano dla przychodów netto ze sprzedaży produktów, bowiem w latach 2005-2007 przychody te rosły średnio z roku na rok o 32,7%. Najniższe, ale też wysokie średnioroczne tempo wzrostu odnotowano dla przychodów netto ze sprzedaży towarów i materiałów.

Tabela 39. Przychody z całokształtu działalności, przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w tys. zł w dziale hotele i restauracje w województwie podlaskim w latach 2005 – 2007

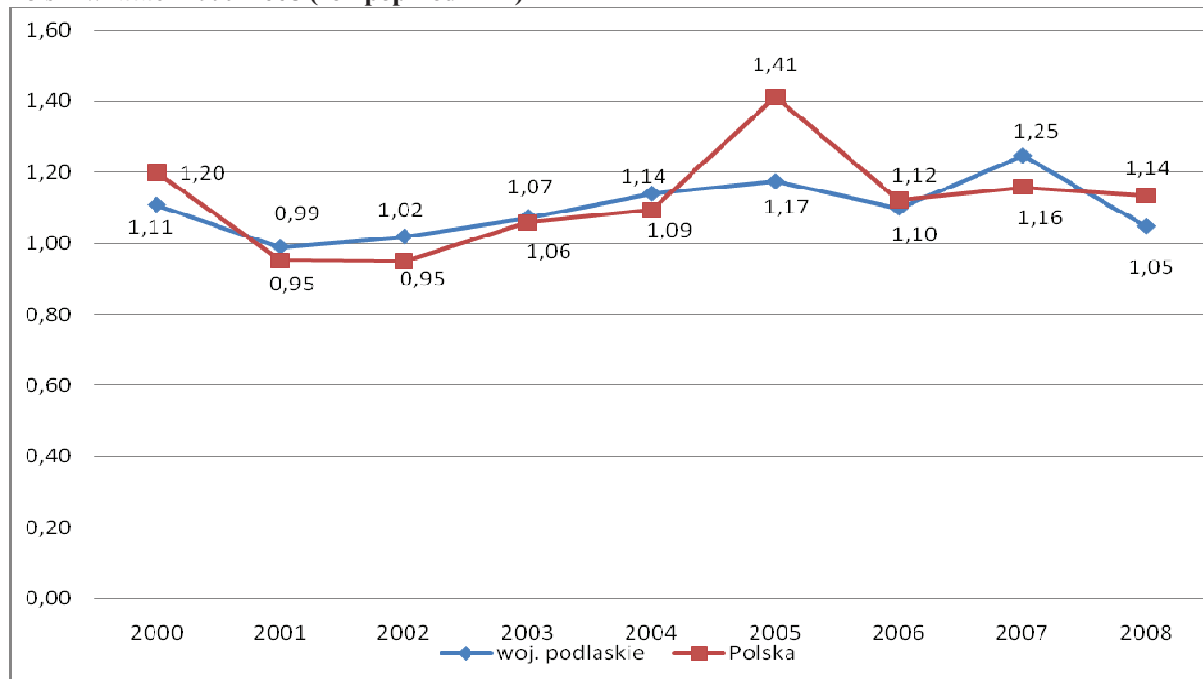
Wyszczególnienie	Przychody z całokształtu działalności (w tys. zł)	Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów (w tys. zł)	Przychody netto ze sprzedaży produktów (w tys. zł)	Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów (w tys. zł)
55 Hotele i restauracje				
2005	53849	51127	24641	26486
2006	62957	60400	25875	34525
2007	83905	80375	43396	36979
Średnie tempo	+24,8%	+25,4%	+32,7%	+18,2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US w Białymstoku.

Biorąc pod uwagę przychody z działalności gastronomicznej ogółu jednostek gastronomicznych w województwie podlaskim w latach 1999 – 2008 obserwujemy z roku na rok wzrost przychodów, o czym informują łańcuchowe wskaźniki dynamiki (wykres 16). Największy wzrost przychodów wystąpił w 2007 r. w porównaniu do roku poprzedniego, kiedy to przychody wzrosły o 25%. Porównując wskaźniki dynamiki wyznaczone dla Polski zauważamy, że niejednokrotnie są one niższe niż dla województwa podlaskiego. Sytuacja taka miała miejsce w latach 2001-2004 oraz w roku 2007. Największy wzrost przychodów z działalności gastronomicznej dla całego kraju wystąpił w 2005 r. w porównaniu do roku poprzedniego czyli po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Oznacza to niewątpliwie wpływ tego wydarzenia na rozwój rynku usług gastronomicznych.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 16. Wskaźniki dynamiki przychodów z działalności gastronomicznej dla woj. podlaskiego oraz Polski w latach 1999-2008 (rok poprzedni =1)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Przeciętne zatrudnienie w hotelach i restauracjach w województwie podlaskim w latach 1999-2008 przyjmowało zróżnicowane poziomy. Największą liczbę odnotowano w 2008 r. i wynosiła ona 2359 osób, najniższa liczba zatrudnionych wystąpiła w 2002 r. (tabela 40) Średnie roczne tempo zmian liczby zatrudnionych w hotelach i restauracjach w analizowanym okresie wynosiło +3%. Zakładając, że tempo to będzie nadal na podobnym poziomie można dokonać prognoz liczby zatrudnionych w kolejnych latach (Wykres 17. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży hotele i restauracje w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011).

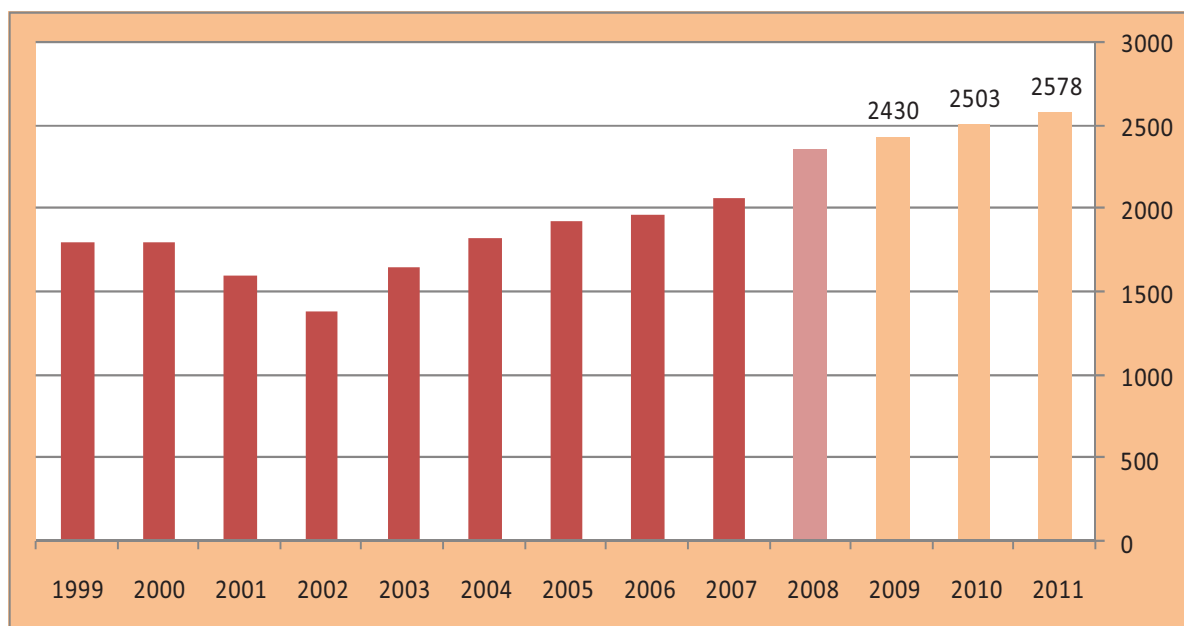
Tabela 40. Przeciętna liczba zatrudnionych w hotelach i restauracjach w województwie podlaskim w latach 1999-2008

Lata	Przeciętna liczba zatrudnionych
1999	1807
2000	1807
2001	1595
2002	1388
2003	1653
2004	1834
2005	1928
2006	1965
2007	2065
2008	2359

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
 ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR TURYSTYCZNY

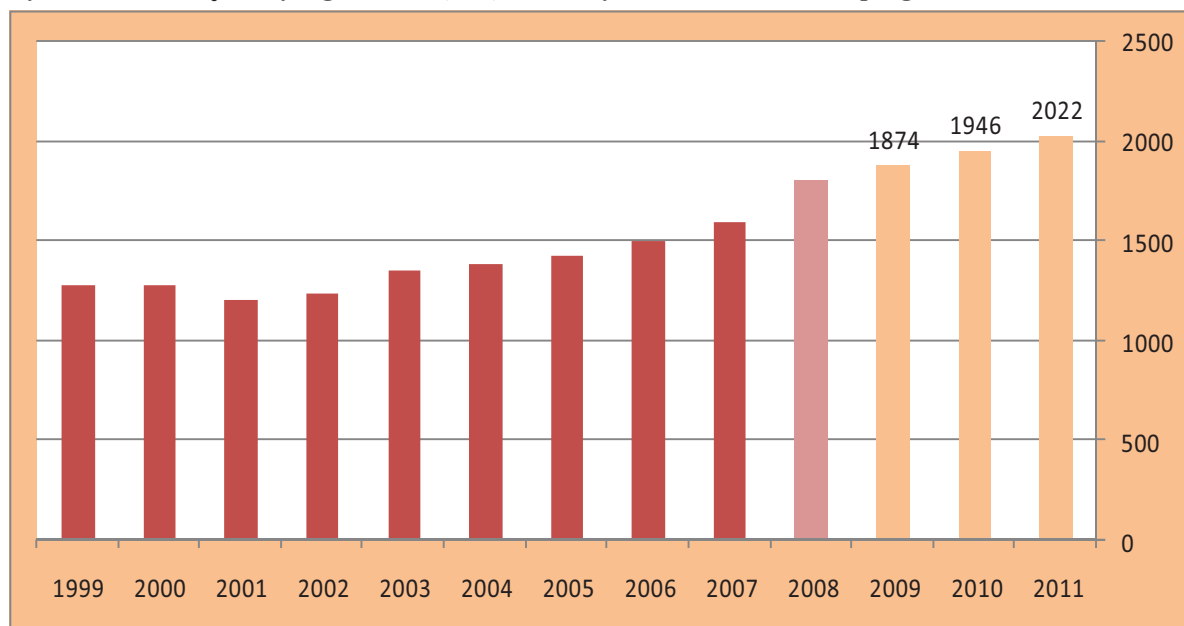
Wykres 17. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży hotele i restauracje w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie w branży hotele i restauracje w 2008 r. wynosiło 1803,51 zł. Zakładając, że w kolejnych latach wynagrodzenie będzie to wzrastać średnio o 4% rocznie, czyli tak jak w okresie 1999-2008 można prognozować wynagrodzenie na kolejne lata (Wykres 18. Przeciętne wynagrodzenie (w zł) w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011)

Wykres 18. Przeciętne wynagrodzenie (w zł) w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Zatrudnienie w powiatach województwa podlaskiego w branży hotele i restauracje przedstawiono w Tabeli 41. Przeciętne zatrudnienie w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008. Dane w tabeli są niepełne, ale wynika to z tajemnicy statystycznej i niemożności udostępniania informacji w przypadku gdy dane mogą wskazywać na konkretne przedsiębiorstwo, a zatem w powiatach, gdzie np. zlokalizowane jest jedno przedsiębiorstwo z danej branży dane nie będą udostępniane. Zaobserwować zatem można powiaty, gdzie zlokalizowana jest większa liczba hoteli i restauracji, a są to powiaty: augustowski, hajnowski, łomżyński, m. Białystok, m. Łomża, m. Suwałki. W powiatach tych występuje większy ruch turystyczny niż w pozostałych. Powiaty gdzie zatrudnienie w hotelach i restauracjach jest niewielkie to powiaty wysokomazowiecki i zambrowski, gdzie turystyka nie jest raczej znaczącym sektorem.

Tabela 41. Przeciętne zatrudnienie w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008

Powiat	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
augustowski	123	122	109	113	141	138	134	136	146
hajnowski	55	54	35	54	141	146	151	123	136
łomżyński	68	97	109	124	121	115	117	112	80
m. Białystok	1129	914	771	917	940	1050	1079	1090	1292
m. Łomża	140	135	118	108	126	110	124	168	187
m. Suwałki	75	96	#	#	57	58	59	91	136
Województwo	810	779	690	707	728	811	805	863	1109

Znak # - oznacza, że dane nie mogą być opublikowane ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej w rozumieniu ustawy o statystyce publicznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

Tabela 42. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie (w zł) w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008

Powiat	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
augustowski	1322,29	1357,51	1446,33	1325,74	1322,87	1458,82	1596,08	1791,97	1755,42
hajnowski	956,97	965,28	1066,19	1433,02	1826,24	1809,99	1895,31	2279,61	2477,27
łomżyński	1043,26	850,52	1003,13	1010,35	1052,07	1217,10	1256,62	1322,32	1374,48
m. Białystok	1322,81	1195,76	1217,57	1370,34	1361,94	1379,86	1469,24	1590,81	1704,65
m. Łomża	1219,40	1412,28	1539,27	1558,87	1510,38	1616,97	1702,15	1653,62	1792,56
m. Suwałki	1208,00	1226,22	#	#	1474,12	1394,25	1497,88	1419,23	2445,89
Województwo	997,79	1041,04	1043,41	1129,21	1037,05	1080,81	1153,25	1222,58	1453,14

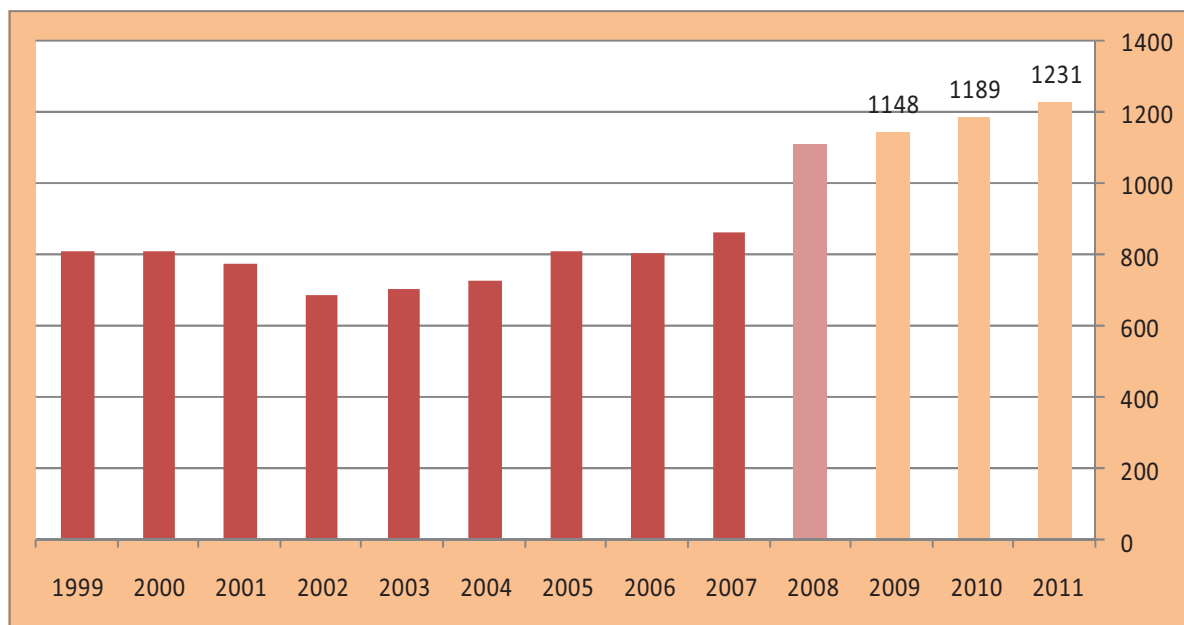
Znak # - oznacza, że dane nie mogą być opublikowane ze względu na konieczność zachowania tajemnicy statystycznej w rozumieniu ustawy o statystyce publicznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

Na kolejnym zestawieniu zaprezentowano przeciętne wynagrodzenie w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego (Tabela 42. Przeciętne wynagrodzenie (w zł) w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008). Najwyższe zatrudnienie w tej branży wystąpiło w 2008 r. w powiecie sejneńskim (2885,04 zł). Dość wysokie w porównaniu do innych przedsiębiorstw wynagrodzenia występują również w powiatach: bielskim, hajnowskim oraz w Suwałkach.

Analizując przeciętne zatrudnienie na rynku usług gastronomicznych obserwujemy znaczne zwiększenie liczby zatrudnionych (o 29%) w roku 2008 w porównaniu do roku poprzedniego (tabela 43). We wcześniejszym okresie średnia liczba zatrudnionych była bliska 800 pracowników. Biorąc pod uwagę tempo zmian w latach 1999-2008 dokonano prognoz zatrudnienia w placówkach gastronomicznych (Wykres 19. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży gastronomicznej w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011) i liczba ta może wynieść powyżej 1250 osób w roku 2011.

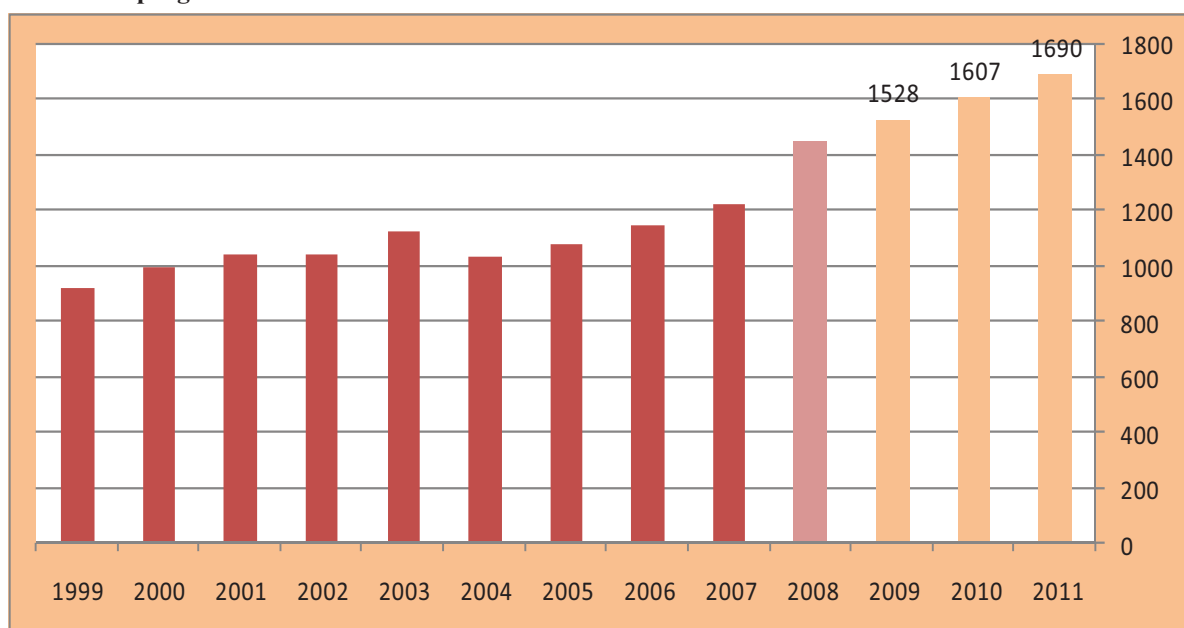
Wykres 19. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży gastronomicznej w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

Według prognoz liczba zatrudnionych w branży gastronomicznej będzie rosła, co może być potwierdzeniem rozwoju rynku usług gastronomicznych w kolejnych latach. Wzrostowi zatrudnienia w kolejnych latach towarzyszyć również wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia (tabela 42), które w 2008 r. wynosiło 1453, 14 zł. Prognozy przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia na kolejne lata uwzględniają tempo zmian wynagrodzeń z lat poprzednich i wykazują tendencję rosnącą (por. wykres 20)

Wykres 20. Przeciętne wynagrodzenie w branży gastronomicznej w województwie podlaskim w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Białymstoku.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Przeprowadzona analiza danych zastanych dotyczących rozwoju usług związanych z wyżywaniem wskazuje na możliwości rozwoju tego rynku w województwie podlaskim. Wskazują na to zarówno tendencje ogólnokrajowe jak i ukazana sytuacja tego rynku w województwie podlaskim. Niewątpliwie dynamiczny rozwój rynku usług gastronomicznych jest bezpośrednio związany z rozwojem ruchu turystycznego w naszym województwie, co daje m.in. możliwości zatrudnienia w tym sektorze mieszkańców naszego województwa, szczególnie w powiatach o większych walorach przyrodniczych, gdzie rozwój turystyki jest bardziej widoczny.

2.3. Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych

Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane zostały zaklasyfikowane do działu 79 Polskiej Klasyfikacji Działalności. Potocznie rynek agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki nazywany jest rynkiem biur podróży. Szczegółowy zakres działalności w ramach działu 79 przedstawiono w Tabeli 43. Szczegółowy opis zakresu działalności w ramach działu 79 PKD.

Tabela 43. Szczegółowy opis zakresu działalności w ramach działu 79 PKD

79.1.	Działalność agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki	
79.11.	Działalność agentów i pośredników turystyki	
79.11.A.	Działalność agentów turystycznych	Działalność polegającą na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki
79.11.B	Działalność pośredników turystycznych	Działalność polegającą na wykonywaniu na zlecenie klienta, czynności faktycznych i prawnych, związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych.
79.12.Z	Działalność organizatorów turystycznych	
79.12.Z.	Działalność organizatorów turystycznych	Organizowanie imprez turystycznych, włączając wycieczki turystyczne, z kompleksowym programem imprez, uwzględniające transport, zakwaterowanie, wyżywienie, zwiedzanie muzeów, miejsc historycznych, oglądanie widowisk teatralnych, muzycznych i sportowych.
79.9.	Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane	
79.90	Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane	
79.90.A	Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych	Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych
79.90.B	Działalność w zakresie informacji turystycznej	Działalność w zakresie informacji turystycznej
79.90.C.	Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji, gdzie indziej niesklasyfikowane	Pozostałą działalność usługową w zakresie rezerwacji, np. rezerwacja: środków transportu, hoteli, restauracji, wynajmu samochodu, widowisk rozrywkowych i sportowych, Sprzedaż biletów na przedstawienia teatralne, sportowe i pozostałe wydarzenia rozrywkowe i widowiskowe

Źródło: na podstawie PKD.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Coraz częściej kompleksowy charakter popytu turystycznego wywołuje zapotrzebowanie na inną, nową wartość użytkową, mianowicie na możliwość nabycia określonego zestawu, kompleksu usług skorelowanych rzeczowo, przestrzennie i czasowo. Powstaje tym samym popyt na czynność organizatorską, polegającą na organizowaniu, kompletowaniu usług cząstkowych (np. noclegowych, transportowych, gastronomicznych) świadczonych przez różnorodne podmioty gospodarcze, w różnych przestrzennie i czasowo miejscach, w zsynchronizowane pakiety, zestawy obsługujące całość lub podstawową część potrzeb turysty. Są to przesłanki świadczenia nowego rodzaju usług turystycznych – usług organizatorskich [4].

Zapotrzebowanie na usługi pośrednictwa i organizacji podróży powstaje na bazie cech popytu na usługi o charakterze podstawowym i ma niejako charakter wtórny. Usługi w zakresie pośrednictwa i organizacji podróży mają charakter fakultatywny, ponieważ ich realizacja nie jest bezwzględnym warunkiem konsumpcji usług podstawowych (np. noclegowych). Ponadto usługi świadczone przez organizatorów turystyki mają charakter dodatkowy i dotyczą metody udostępniania i nabywania usług podstawowych. W ten sposób usługi pośrednictwa i organizacji dodają nową wartość użytkową do wartości usług cząstkowych. Popyt na te usługi ma charakter wtórny i fakultatywny co oznacza, że może lecz nie musi się pojawić.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi działalność w zakresie organizowania imprez turystycznych oraz działalność w zakresie pośrednictwa w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych, może być realizowana po uzyskaniu wpisu do Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych [14] (CEOTiPT). Głównym celem prowadzenia rejestru jest zapewnienie konsumentom usług turystycznych możliwości łatwego uzyskiwania informacji o posiadaniu wymaganego zezwolenia na działalność turystyczną oraz zapewnienie informacji o zabezpieczeniu finansowym posiadanym przez organizatora turystyki bądź pośrednika turystycznego. Ponadto szybki i łatwy dostęp do CEOTiPT umożliwia stałe monitorowanie legalności działania przedsiębiorców. Osoby odwiedzające serwis mogą uzyskać informacje dotyczące ograniczenia zakresu zezwolenia, jego cofnięcia lub zaprzestania działalności objętej zezwoleniem. Informacje zawarte w Centralnej Ewidencji obejmują m. in.: imię i nazwisko przedsiębiorcy, nazwę biura, formę prawną, typ gwarancji, wysokość sumy ubezpieczenia, datę upływu gwarancji oraz informacje o cofnięciu zezwolenia. Z bazy danych można uzyskać dane statystyczne dotyczące podmiotów turystycznych.

Tabela 44. Podmioty turystyczne, które posiadają wpis do ewidencji w układzie wojewódzkim [stan na dzień 23.08.2009]

Wyszczególnienie	Liczba podmiotów turystycznych	Udział w %
Dolnośląskie	253	8,49
Kujawsko-Pomorskie	94	3,15
Lubelskie	84	2,82
Lubuskie	51	1,71
Łódzkie	144	4,83
Małopolskie	381	12,79
Mazowieckie	584	19,60
Opolskie	56	1,88
Podkarpackie	101	3,39
Podlaskie	83	2,79
Pomorskie	196	6,58
Śląskie	416	13,96
Świętokrzyskie	53	1,78
Warmińsko-Mazurskie	98	3,29
Wielkopolskie	252	8,46
Zachodniopomorskie	134	4,50
Polska	2980	100,00

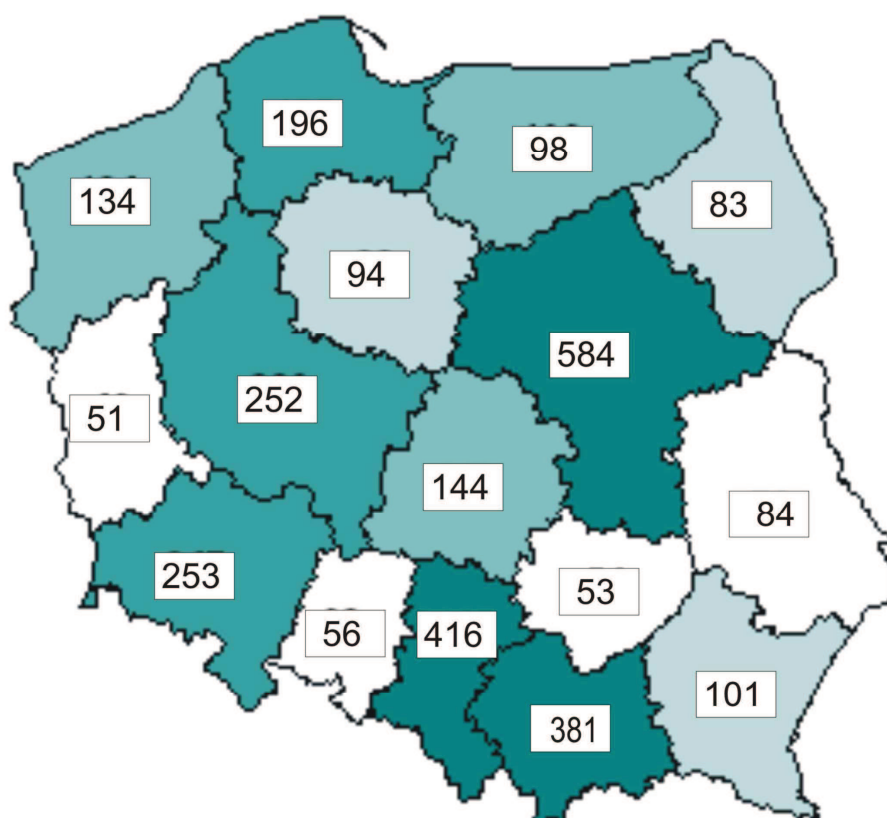
Źródło: dane dostępne w CEOTiPT.

Liczbę podmiotów turystycznych posiadających wpis do CEOTiPT w układzie województw przedstawiono w tabeli 44. Na terenie województwa podlaskiego do rejestru aktualnie wpisanych jest 83 podmioty, co stanowi 2,79% ogółu podmiotów w Polsce.

Największa koncentracja podmiotów turystycznych występuje na terenie województw o największym potencjale wyjazdowym mieszkańców i dużych walorach turystycznych. Najwięcej – na terenie województwa mazowieckiego (584, co stanowi przeszło 19% wszystkich podmiotów turystycznych, które posiadają zezwolenie na prowadzenie działalności). Dominująca pozycja tego województwa wynika z tego, że wiele biur podróży otwiera swoje przedstawicielstwa w Warszawie, nawet wtedy gdy prowadzą działalność w innym mieście. Drugim województwem pod względem liczby podmiotów turystycznych jest województwo śląskie (416 podmiotów, czyli 13,9% ogółu), kolejne miejsca zajmują województwa małopolskie, dolnośląskie i wielkopolskie. W tych pięciu czołowych województwach działa przeszło 63% wszystkich biur podróży.

Zróżnicowanie przestrzenne podmiotów turystycznych posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności (mapa 1) wskazuje na jeszcze jedną istotną kwestię, a mianowicie dalsze istnienie ściany wschodniej, gdzie liczba podmiotów turystycznych jest w istotnym stopniu mniejsza od odpowiednich wielkości dla innych województw (oprócz województwa lubuskiego).

Mapa 1. Zróżnicowanie przestrzenne podmiotów turystycznych [Stan na dzień 23.08.2009]



Źródło: Dane dostępne w CEOTiPT.

Największa koncentracja podmiotów turystycznych występuje na terenie województw o najwyższej liczbie mieszkańców, czyli największym potencjale wyjazdowym mieszkańców (Tabela 45. Udział województw w liczbie podmiotów turystycznych [stan na dzień 23.08.2009], powierzchni i liczbie ludności).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 45. Udział województw w liczbie podmiotów turystycznych [stan na dzień 23.08.2009], powierzchni i liczbie ludności [stan na dzień 31.12.2008]

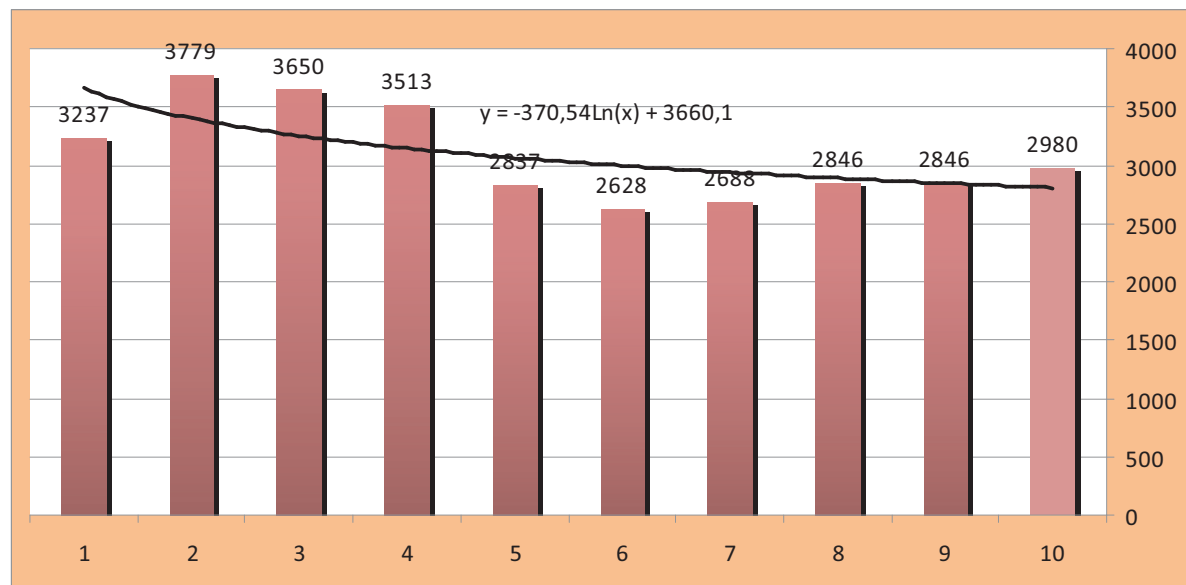
Wyszczególnienie	Procentowy udział województw		
	Podmioty turystyczne	Ludność	Powierzchnia
Mazowieckie	19,60	13,65	11,37
Śląskie	13,96	12,18	3,94
Małopolskie	12,79	8,62	4,86
Wielkopolskie	8,49	8,91	9,54
Dolnośląskie	8,46	7,54	6,38
Pomorskie	6,58	5,82	5,86
Łódzkie	4,83	6,68	5,83
Zachodniopomorskie	4,50	4,44	7,32
Podkarpackie	3,39	5,51	5,71
Warmińsko-Mazurskie	3,29	3,74	7,73
Kujawsko-Pomorskie	3,15	5,42	5,75
Lubelskie	2,82	5,67	8,03
Podlaskie	2,79	3,12	6,46
Opolskie	1,88	2,71	3,01
Świętokrzyskie	1,78	3,34	3,75
Lubuskie	1,71	2,65	4,47
Polska	100,00	100,00	100,00

Źródło: Dane dostępne w CEOTiPT.

Od 2000 roku do 2005 roku odnotowywany był stały spadek liczby biur podróży, zarejestrowanych w CEOTiPT, związany głównie ze wzrostem cen ubezpieczeń. Wiele szczególnie niewielkich biur zrezygnowało wówczas z funkcjonowania w ramach rejestru, likwidując działalność lub przenosząc do „szarej strefy”. Aktualnie sytuacja ustabilizowała się i co roku odnotowywany jest niewielki ale stały wzrost liczby podmiotów zarejestrowanych w CEOTiPT. Skala zjawiska była silniejsza na poziomie całej Polski, niż na terenie województwa podlaskiego.

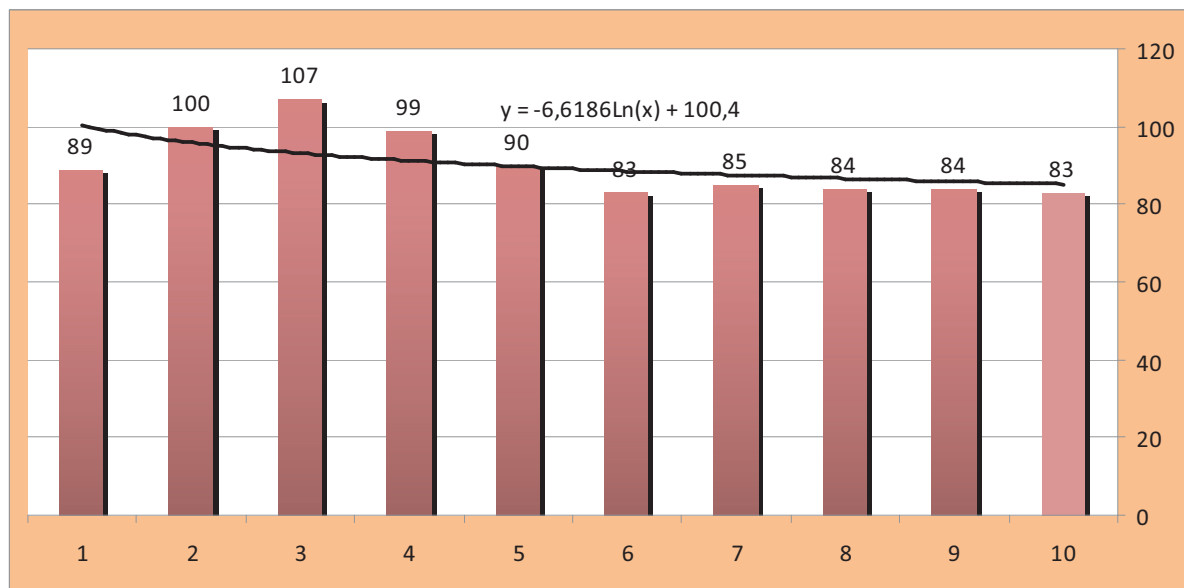
Wykres 21. Liczba organizatorów, pośredników i agentów turystycznych na terenie województwa podlaskiego i w Polsce w latach 2000-2009

a)Polska



ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

b) woj. podlaskie



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dostępnych w CEOTiPT.

W ogólnej liczbie zarejestrowanych podmiotów 77,32% stanowią jednostki należące do grupy organizatorów/pośredników; 16,15% stanowią organizatorzy, a zaledwie 1,1% pośrednicy. Na terenie województwa podlaskiego struktura podmiotów według przedmiotu prowadzonej działalności jest odmienna niż średnia dla całego kraju. W strukturze dominują organizatorzy, których udział stanowi 80,72%. Pozostałe podmioty prowadzą działalność jako organizatorzy/pośrednicy (19,28%) (tabela 46).

Tabela 46. Podmioty turystyczne według przedmiotu prowadzonej działalności [stan na dzień 23.08.2009]

Województwo	Organizator		Organizator/Pośrednik		Pośrednik	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Dolnośląskie	63	9,80	186	8,07	4	12,12
Kujawsko-Pomorskie	40	6,22	54	2,34	0	0,00
Lubelskie	24	3,73	60	2,60	0	0,00
Lubuskie	2	0,31	49	2,13	0	0,00
Łódzkie	42	6,53	102	4,43	0	0,00
Małopolskie	39	6,07	336	14,58	6	18,18
Mazowieckie	50	7,78	529	22,96	5	15,15
Opolskie	15	2,33	41	1,78	0	0,00
Podkarpackie	13	2,02	85	3,69	3	9,09
Podlaskie	67	10,42	16	0,69	0	0,00
Pomorskie	66	10,26	127	5,51	3	9,09
Śląskie	126	19,60	289	12,54	1	3,03
Świętokrzyskie	1	0,16	52	2,26	0	0,00
Warmińsko-Mazurskie	8	1,24	90	3,91	0	0,00
Wielkopolskie	34	5,29	210	9,11	8	24,24
Zachodniopomorskie	53	8,24	78	3,39	3	9,09

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Polska	643	100,00	2304	100,00	33	100,00
Udział	16,15		77,32		1,1	

Źródło: Dane dostępne w CEOTiPT.

Uwzględniając strukturę zarejestrowanych podmiotów turystycznych według zakresu prowadzonej działalności w Polsce dominują podmioty prowadzące działalność obejmującą swoim zakresem tereny należące do grupy I/II/IV. Na terenie województwa podlaskiego jest to również dominująca grupa podmiotów. Zakres działania biur determinuje wysokość wymaganej sumy gwarancji lub ubezpieczenia. W strukturze biur podróży zarówno na terytorium Polski (43,6%), jak i województwa podlaskiego (39,7%) dominują podmioty prowadzące działalność na terytorium Polski i krajów europejskich. Na terenie województwa stosunkowo duży odsetek biur podróży posiada zezwolenie na prowadzenie działalności na terytorium Polski (Grupa I) oraz państwo ościennych (grupa IV). Podmioty te stanowią 32,5% ogółu zarejestrowanych. Dla całej Polski wskaźnik ten wynosi 10,1%. Na terenie województwa podlaskiego (4,8%) zdecydowanie mniejszy występuje odsetek podmiotów prowadzących działalność na terenie całego świata (15,9%) (Grupa I/II/III/IV).

Tabela 47. Podmioty turystyczne według zakresu prowadzonej działalności [stan na dzień 23.08.2009]

Zakres działalności	Polska	Województwo podlaskie
I grupa	772	18
I/II grupa	63	1
I/II/III grupa	10	0
I/III grupa	3	0
II grupa	16	0
II/III grupa	4	0
III grupa	5	0
IV grupa	4	0
I/IV grupa	302	27
II/IV grupa	8	0
III/IV grupa	0	0
I/II/IV grupa	1301	33
I/II/III/IV grupa	473	4
I/III/IV grupa	3	0
II/III/IV grupa	7	0

Legenda:

grupa I Rzeczpospolita Polska

grupa II Republika Albanii, Księstwo Andory Republika Austrii, Królestwo Belgii, Bośnia i Hercegowina, Republika Bułgarii, Republika Chorwacji, Republika Cypryjska, Królestwo Danii, Republika Estońska, Republika Finlandii, Republika Francuska, Republika Grecka, Królestwo Hiszpanii z wyłączeniem Wysp Kanaryjskich, Irlandia, Republika Islandii, Księstwo Liechtensteinu, Wielkie Księstwo Luksemburga, Republika Łotewska, Była Jugosłowiańska Republika Macedonii, Republika Malty, Republika Mołdowy, Księstwo Monako, Królestwo Niderlandów, Królestwo Norwegii, Republika Portugalska, Federacja Rosyjska z wyłączeniem obwodu Kaliningradzkiego, Rumunia, Republika San Marino, Serbia i Czarnogóra, Republika Słowenii, Konfederacja Szwajcarska, Królestwo Szwecji, Republika Turcji, Stolica Apostoła, Republika Węgierska, Zjednoczone Królestwo Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej oraz Republika Włosa

grupa III inne państwa nie wymienione w pozostałych grupach oraz Wyspy Kanaryjskie

grupa IV Republika Białorusi, Republika Czeska, Republika Litewska, Republika Federalna Niemiec, Republika Słowacka, Ukraina oraz obwód Kaliningradzki

Źródło: Dane dostępne w CEOTiPT.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

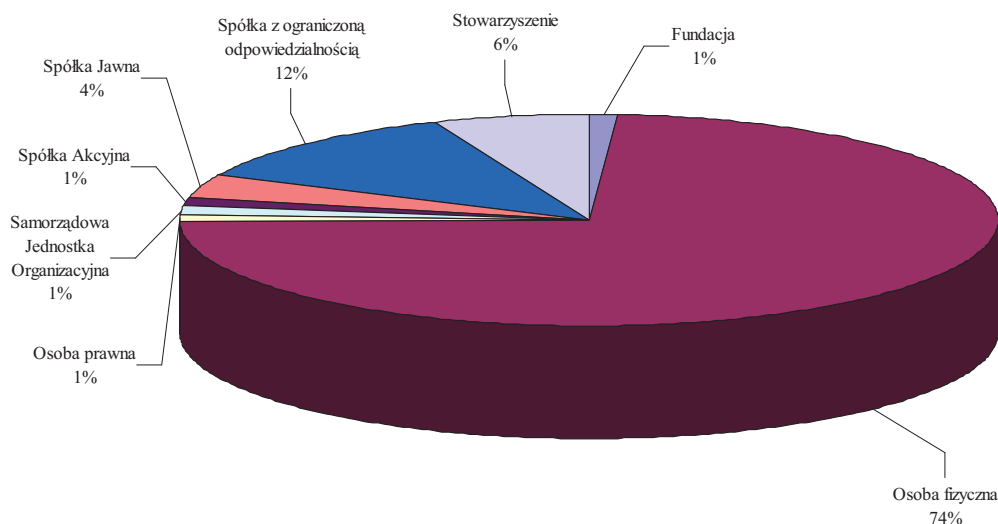
Dominującą formą prawną prowadzenia działalności przez organizatorów, agentów i pośredników turystycznych na terenie Polski jest osoba fizyczna (72,05%) oraz spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (17,95%). Strukturę podmiotów turystycznych według formy prawnej na terenie województwa podlaskiego nie odbiega od struktury na terenie całej Polski (Tabela 48. Podmioty turystyczne na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009], Wykres 22. Struktura podmiotów turystycznych na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009]).

Tabela 48. Podmioty turystyczne na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009]

Forma prawna	Liczba podmiotów	Udział [%]
Fundacja	1	1,20
Osoba fizyczna	61	73,49
Osoba prawna	1	1,20
Samorządowa Jednostka Organizacyjna	1	1,20
Spółka Akcyjna	1	1,20
Spółka Jawna	3	3,61
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	10	12,05
Stowarzyszenie	5	6,02
Ogółem	83	100,00

Źródło: Dane dostępne w CEOTiPT.

Wykres 22. Struktura podmiotów turystycznych na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009]



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dostępnych w CEOTiPT.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Polski rynek biur podróży to ponad 2900 jednostek, z których zdecydowana większość prowadzi działalność zarówno organizatora, jak i pośrednika, oferując głównie imprezy na terenie Polski i krajów europejskich. Wśród właścicieli biur dominują osoby fizyczne. Warto zaznaczyć, że zdecydowana większość biur podróży, bo aż 78,4% podmiotów działa na polskim rynku powyżej trzech lat. Są to zatem biura, które utrwaliły swoją pozycję, mają duże doświadczenie i stosunkowo długi staż [15].

Kondycja finansowa biur podróży w dużej mierze zależy od zainteresowania świadczonymi usługami, które są pochodną sposobu organizacji podróży przez turystów. Sposób organizacji podróży przedstawiono w tabeli 49.

Tabela 49. Sposób organizacji podróży w latach 2002-2007 [procenty]

Sposób organizacji	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Krajowe podróże długookresowe [procenty]						
Biura podróży (całkowicie lub częściowo)	3	4	3	3	3	3
Zakład pracy lub inna instytucja	14	13	14	11	19	15
Samodzielnie	83	83	83	86	78	82
Krajowe podróże krótkookresowe [procenty]						
Biura podróży (całkowicie lub częściowo)	1	1	1	6	-	1
Zakład pracy lub inna instytucja	11	12	12	12	11	10
Samodzielnie	88	87	87	82	89	89
Podróże zagraniczne [procenty]						
Całkowicie biura podróży	bd	bd	11	16	12	15
Częściowo biura podróży	bd	bd	4	4	4	4
Całkowicie zakład pracy lub inna instytucja	bd	bd	15	12	13	11
Częściowo zakład pracy lub inna instytucja	bd	bd	9	5	8	12
Samodzielnie	bd	bd	61	63	63	58

Źródło: [15].

Sytuacja biur podróży jest mało optymistyczna, zwłaszcza w zakresie organizacji podróży krajowych. Zaledwie 3% podróży organizowanych jest za pośrednictwem biur podróży. Polacy zdecydowanie częściej organizują podróże krajowe za pośrednictwem zakładu pracy lub innej instytucji (10-15%) lub samodzielnie (82-89%). Udział wyjazdów zagranicznych całkowicie zorganizowanych przez biura podróży wzrósł, z 12% w 2006 roku, do 15% w roku 2007. Zdecydowana większość wyjazdów zagranicznych (58%) organizowana jest przez turystów we własnym zakresie.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Obok wyjazdów biura podróży zajmują się organizacją przyjazdów turystów do Polski. Szacuje się, że w Polsce około 25% biur podróży zajmuje się turystyką przyjazdową. W 2007 roku z usług biur skorzystało około 9,3% przyjeżdżających turystów, podczas gdy w roku poprzednim 10,0% [15].

Mogłoby się wydawać, że kondycja branży turystycznej, a konkretnie biur podróży nie jest najlepsza, bo tylko co piąty Polak, jadący za granicę, korzysta z usług organizatorów imprez turystycznych. A poza tym ciągle jakieś biuro podróży bankrutuje i ogłasza upadłość. Tymczasem od kilku lat łączne przychody biur rosną. W 2006 roku przychody osiągnęły wartość 6,2 mld zł, czyli o 1 mld zł więcej niż w roku 2005.

Z badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki wynika, że biura podróży zatrudniające powyżej 9 osób, zlokalizowane na terenie województwa podlaskiego w 2006 roku charakteryzowały się najwyższą w Polsce rentownością obrotu brutto i netto (odpowiednio 12,4% i 11,0%). Średnia rentowość dla kraju wyniosła odpowiednio 2,6% oraz 2,1%. Rentowność biur podróży zatrudniających do 9 osób na terenie województwa podlaskiego wyniosła w 2006 roku 7,4% i była taka sama jak średnia dla Polski. Najwyższą rentownością charakteryzowały się biura z terenu województwa opolskiego (8,8%) i warmińsko-mazurskiego (8,5%). Najniższą rentowność osiągnęły biura z terenu województwa świętokrzyskiego (7,0%) oraz pomorskiego (7,1%) [15].

Tabela 50. Wskaźnik liczby organizatorów, pośredników i agentów turystycznych przypadających na 1 tys. wyjazdów długookresowych i krótkookresowych

Województwo	Liczba organizatorów, pośredników i agentów turystycznych przypadających na 1 tys. wyjazdów długookresowych i krótkookresowych
Śląskie	0,2216
Mazowieckie	0,1327
Wielkopolskie	0,1205
Dolnośląskie	0,1141
Łódzkie	0,1115
Małopolskie	0,1072
Opolskie	0,0933
Lubelskie	0,0553
Pomorskie	0,0530
Podlaskie	0,0488
Świętokrzyskie	0,0482
Kujawsko-pomorskie	0,0480
Podkarpackie	0,0459
Warmińsko-mazurskie	0,0417
Zachodniopomorskie	0,0406
Lubuskie	0,0364
Polska	0,0858

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Biorąc pod uwagę rozmieszczenie krajowego ruchu turystycznego mierzonego liczbą wyjazdów długookresowych i krótkookresowych określono wskaźnik liczby organizatorów, pośredników i agentów turystycznych przypadających na 1 tys. wyjazdów. Obliczony wskaźnik dla województwa podlaskiego jest 2-

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

krotnie niższy niż średni dla Polski i przeszło 20-krotnie niższy niż dla województwa śląskiego o najwyższym wskaźniku (tabela 50). Wskazywać to może na istniejącą w tym obszarze niszę.

Wydajność pracy poszczególnych rodzajów działalności turystycznej mierzoną jako iloraz produkcji globalnej i liczby pracujących przedstawiono w Tabeli 51. Wydajność pracy według rodzajów działalności turystycznej.

Tabela 51. Wydajność pracy według rodzajów działalności turystycznej

Rodzaj działalności	Wydajność [tys. PLN produkcji /1 pracującego]
Wynajem samochodów osobowych	1063,00
Transport wodny	355,00
Transport lotniczy	504,00
Działalność pośredników i organizatorów	218,00
Działalność hoteli	182,00
Pozostałe obiekty noclegowe, restauracje, działalność stołówek, działalność związana ze sportem	50,00 – 80,00
Bary	6,00

Źródło: [11].

Cechy popytu na podstawowe usługi turystyczne oraz cechy ich podróży, to ogólne przesłanki powstania popytu na usługi pośrednictwa i organizacji. Wzrost masy ruchu turystycznego i popytu turystycznego zwiększa zapotrzebowanie na pośrednictwo i organizację. Ilościowemu rozwojowi ruchu turystycznego towarzyszą zmiany jakościowe, przede wszystkim w zakresie geograficznej struktury ruchu i popytu (miejsca do których się on kieruje), form konsumpcji turystycznej, przestrzennego zasięgu podróży [4].

Do czynników kształtujących popyt na usługi pośrednictwa i organizacji należy zaliczyć:

- wzrost realnych dochodów mieszkańców;
- dostępność czasu wolnego po stronie konsumentów;
- rozproszenie przestrzenne producentów usług podstawowych (np. noclegowych, transportowych);
- rozwój hotelarstwa;
- wysoki udział kosztów stałych w koszcie całkowitym producentów usług podstawowych (transportowych, noclegowych);
- wzrost podaży innych usług turystycznych (hotelarskich, gastronomicznych);
- wzrost liczby podróży służbowych;
- powiększenie geograficznego zasięgu podróży, uwarunkowany głównie postępem w zakresie transportu i wzrostem dochodów ludności;
- rozwój transportu – potrzeba tworzenia efektywnej sieci sprzedaży usług transportowych oraz kreowanie dodatkowego popytu na podróże [4].

3. Analiza głównych determinant rozwojowych w świetle badań ankietowych

3.1. Metodologia badań ankietowych

Analiza głównych determinant rozwojowych sektora turystycznego została przeprowadzona z wykorzystaniem badań ilościowych, polegających na gromadzeniu danych i informacji za pomocą kwestionariuszy/ankiet. Badania ilościowe zostały przeprowadzone z wykorzystaniem techniki wywiadów bezpośrednich – bezpośredniej rozmowy (*face to face*) z respondentem przy użyciu ustrukturalizowanego

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

kwestionariusza zawierającego zarówno wystandaryzowane pytania zamknięte, jak i pytania otwarte. Zastosowanie zestandaryzowanego kwestionariusza wywiadu pozwoliło na porównanie zebranych danych, a opracowanie zebranego materiału polegało na przeprowadzeniu wielowymiarowej analizy statystycznej wspomaganej komputerowo za pomocą programu *STATISTICA PL*. Jako metodę *foresight* została zastosowana symulacja komputerowa, która była próbą przedstawienia stanu rzeczy poprzez szereg zmiennych i relacji pomiędzy nimi. Są to zmienne opisujące badane firmy, mające wpływ na zmienne w sektorze. Do analizy danych użyto również metod statystyki wielowymiarowej: analizę skupień oraz analizę korespondencji. Pierwsza z nich (analiza skupień) pozwoliła na pogrupowanie przedsiębiorstw na grupy podobne pod względem analizowanych zmiennych. Wykorzystanie analizy korespondencji umożliwiło zaś zbadanie związków pomiędzy zmiennymi jakościowymi opisującymi przedsiębiorstwa.

Uwzględniając specyfikę analizowanego sektora na potrzeby realizowanych badań został opracowany kwestionariusz badawczy (patrz załącznik nr 2). Kwestionariusz badawczy został poddany wstępnej ocenie w badaniu pilotażowym, co pozwoliło na weryfikację pytań i wariantów odpowiedzi zawartych w kwestionariuszu.

Kwestionariusz składał się z pięciu części. Część I dotyczyła oceny istniejącej sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa. Część II zawierała pytania pozwalające ocenić czynniki popytowo-podażowe oddziałujące na badany sektor gospodarki. Pytania zawarte w części III pozwoliły na ocenę otoczenia konkurencyjnego badanych przedsiębiorstw. Natomiast część IV dotyczyła analizy jakościowej stanu zatrudnienia oraz przewidywanych zmian w zatrudnieniu w badanych przedsiębiorstwach. Kwestionariusz zawierał metryczkę pozwalającą na identyfikację badanych podmiotów ze względu na PKD, formę prawną prowadzonej działalności i wielkość przedsiębiorstwa.

Do badania pobrano próbę badawczą składającą się z obserwacji, które pozwoliły uzyskać pewną wiedzę o populacji. Dobór próby przeprowadzono w kilku etapach. Pierwszym starano się ustalić populację generalną. W badaniu przyjęto, iż populację badaną stanowią przedsiębiorstwa sektora turystycznego z województwa podlaskiego reprezentujące wybrane przez Zamawiającego branże (na podstawie numerów PKD). Zgodnie z warunkami zawartymi w Specyfikacji badania WUP w Białymstoku przekazał Wykonawcy wykaz podmiotów gospodarczych funkcjonujących w obszarach objętych badaniem pochodzący z rejestru REGON. Przekazany wykaz potraktowano jako badaną populację.

Kolejnym etapem procesu doboru próby było ustalenie liczebności próby. Na tym etapie procesu doboru próby ustalono, jak liczna ma być próba, aby na podstawie wyników jej pomiaru możliwe było wyciąganie wniosków o badanej populacji, wniosków charakteryzujących się określoną dokładnością i stopniem pewności.

Znane są metody określania minimalnej liczebności próby w przypadku prób losowych, w przypadku zaś prób nielosowych używa się innych, niesformalizowanych metod. W projektowanym badaniu przyjęto próbę nielosową, a bezpośrednim wywiadem kwestionariuszowym objętych zostało 100 przedsiębiorstw sektora turystycznego, co uznano za wystarczającą liczbę elementów poddanych bezpośredniemu badaniu. Biorąc pod uwagę liczebność populacji, czyli przedsiębiorstw zawartych w wykazie z rejestru REGON, badanie objęło ponad 10% wszystkich przedsiębiorstw. Trzeba jednak zauważyć, że sama liczebność próby nie stanowi o reprezentatywności próby. Spełnienie wymogu reprezentatywności (zamieszczonego w SIWZ) było możliwe poprzez zastosowanie odpowiedniego doboru elementów do próby.

W badaniu zastosowano metodę próby warstwowej. Ten sposób wyboru stosowany jest w przypadku niejednorodnych populacji. Wstępnie dzieli się populację na bardziej jednorodne warstwy, a następnie pobiera się elementy do próby z wyodrębnionych warstw. Warstwy powinny być rozłączne (tzn. żaden element populacji nie może być zaliczony do dwóch różnych warstw) oraz wyczerpujące (czyli w sumie powinny dawać całą populację; każdy element populacji powinien należeć do jednej z warstw).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

W badaniach wyodrębniono 51 warstw, uwzględniających siedzibę przedsiębiorstwa (powiat) oraz rodzaj prowadzonej działalności. Dla sektora turystycznego wyróżniono (zgodnie z zaleceniami w Specyfikacji) trzy rodzaje przedsiębiorstw zajmujących się:

- zakwaterowaniem (PKD 2007 55);
- działalnością usługową związaną z wyżywieniem (PKD 2007 56);
- działalnością organizatorów turystyki, pośredników, agentów turystycznych oraz pozostałą działalnością usługową w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane (PKD 2007 79).

Biorąc pod uwagę strukturę populacji ze względu na położenie oraz rodzaj prowadzonej działalności otrzymano liczebności poszczególnych warstw w próbie, tak, aby odzwierciedlały one strukturę całej populacji (Tabela 52. Struktura próby przedsiębiorstw sektora turystycznego). Ponadto skład jednostek w warstwach uwzględniał wielkość zatrudnienia w przedsiębiorstwach, co oznacza, że w badaniu wzięły udział przedsiębiorstwa zróżnicowane ze względu na poziom zatrudnienia.

Tabela 52. Struktura próby przedsiębiorstw sektora turystycznego

Powiat	PKD 2007			Razem
	55	56	79	
augustowski	4	6	2	12
białostocki	2	5	0	7
bielski	0	3	0	3
grajewski	1	3	0	4
hajnowski	2	2	1	5
kolneński	0	2	0	2
łomżyński	0	3	0	3
moniecki	0	2	0	2
sejneński	1	1	0	2
siemiatycki	0	2	0	2
sokółski	0	3	0	3
suwalski	1	2	0	3
wysokomazowiecki	0	2	0	2
zambrowski	0	2	0	2
m. Białystok	3	21	5	29
m. Łomża	0	6	1	7
m. Suwałki	2	6	1	9
Razem	16	74	10	100

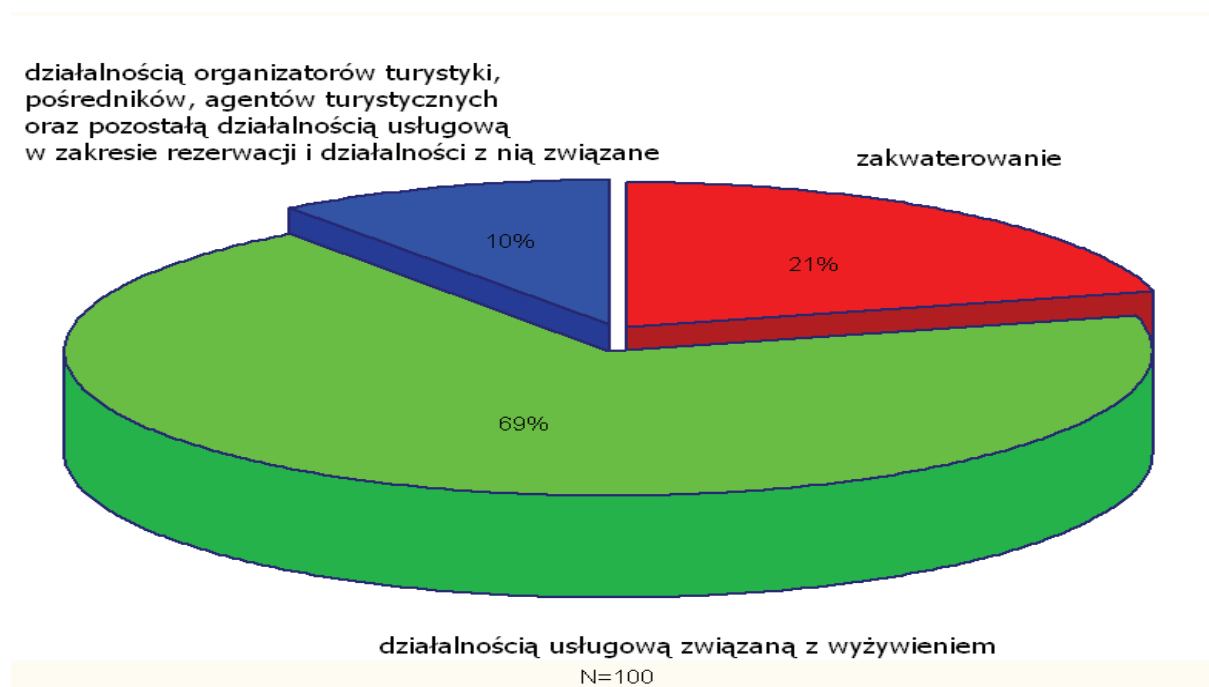
Źródło: opracowanie własne

Jako metodę doboru próby w poszczególnych warstwach przyjęto dobór celowy. Badanie przeprowadzone zostało na próbie eksperckiej, podzielonej na warstwy według przyjętych kryteriów. Liczebność warstw w próbie była proporcjonalna do liczebności warstw w populacji, co zapewnia reprezentatywność próby.

Ostatnim etapem w doborze próby było zaplanowanie i pobranie próby. Pobranie próby przez eksperta lub odpowiednio przeszkolonego ankietera odbywało się na zasadzie przebadania przedsiębiorstwa spełniającego określone kryteria co do położenia i rodzaju prowadzonej działalności (wg klasyfikacji PKD

2007). Eksperci dysponując listą przedsiębiorstw otrzymaną od Zamawiającego wybrali do badania odpowiednie jednostki, a w przypadku braku zgody przedsiębiorstwa na przeprowadzenie ankiety była możliwość dokonania zamiany na inne przedsiębiorstwo spełniające określone kryteria. Niestety, jak się okazało podczas badania, otrzymana baza REGON była nieaktualna wobec panującej sytuacji, bowiem wiele firm w ogóle nie istniało. Należało nieco zmodyfikować strukturę próby i w rezultacie zbadano 69 przedsiębiorstw z branży działalność związana z wyżywieniem, 21 przedsiębiorstw reprezentujących zakwaterowanie oraz 10 przedsiębiorstw zajmujących się organizacją turystyki (Wykres 23. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na reprezentowaną branżę).

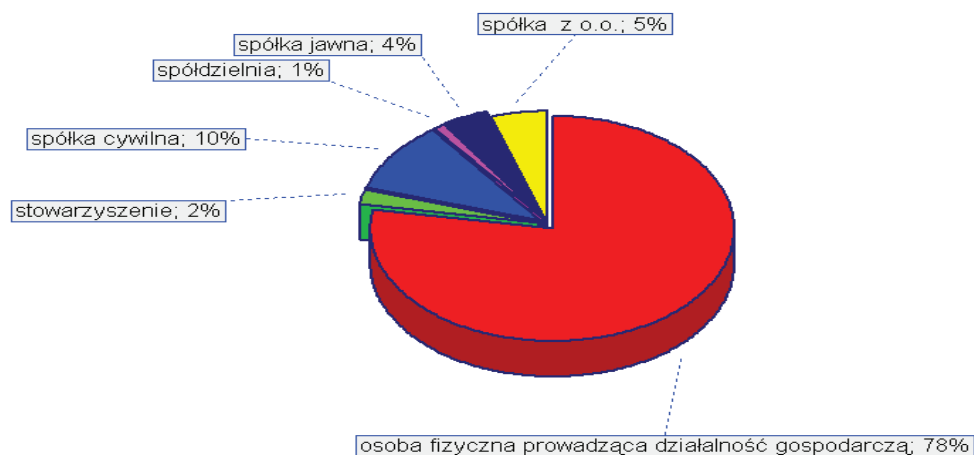
Wykres 23. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na reprezentowaną branżę



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Badane przedsiębiorstwa określiły w metryczce formę swojej działalności i okazało się, iż zdecydowana większość badanych (78%) wskazała formę działalności jako osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą. Co dziesiąta badana firma to spółka cywilna, 5% firm stanowiły spółki z o.o., zaś 4% to spółki jawne. Wśród badanych była jedna spółdzielnia i dwa stowarzyszenia (Wykres 24. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną działalności).

Wykres 24. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną działalności

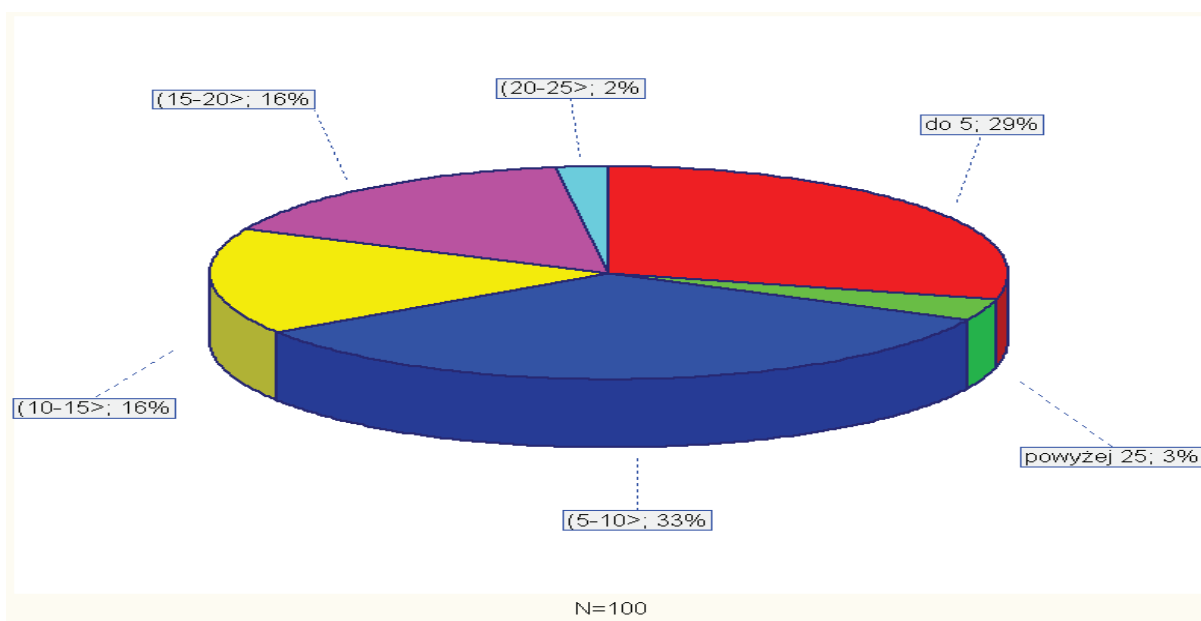


N=100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Czas funkcjonowania na rynku badanych przedsiębiorstw ilustruje wykres 25. Firm najmłodszych, charakteryzujące się stażem do 5 lat było 29%. Co trzecia badana firma funkcjonuje na rynku od 5 do 10 lat. Po 16% przedsiębiorstw charakteryzowało się wiekiem z kolejnych przedziałów, czyli 10-15 lat oraz 15-20 lat. Firmy, których staż przekraczał 20 lat stanowiły 5% badanych jednostek. Tak struktura wieku, z przeważającą liczbą firm o niskim stażu funkcjonowania na rynku usług turystycznych oznacza, że sektor ten jest w naszym województwie sektorem rozwijającym się.

Wykres 25. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na czas funkcjonowania na rynku

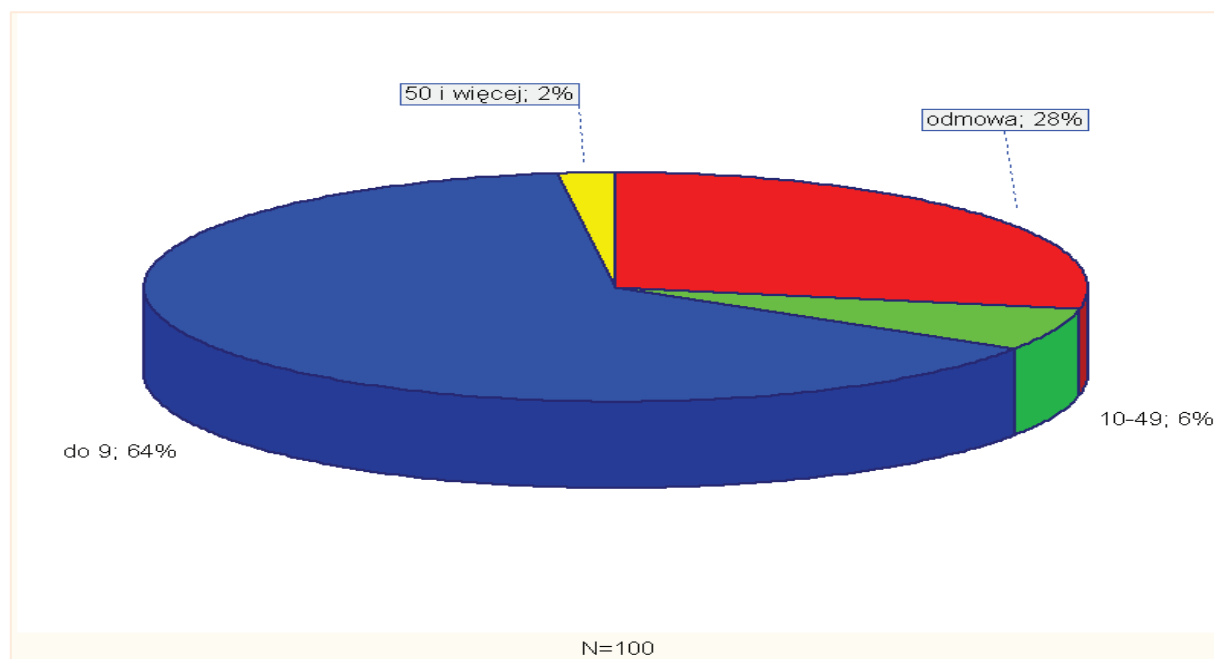


N=100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Zapytano również badane firmy o liczbę zatrudnionych, ale 28% respondentów nie chciało ujawnić tej informacji. Wśród pozostałych dominowały przedsiębiorstwa małe, zatrudniające do 9 osób. Stanowiły one 64% badanych przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa średnie, zatrudniające od 10 do 49 osób stanowiły 6%, zaś największe, zatrudniające powyżej 50 osób, to 2% badanych (wykres 26). Struktura próby odzwierciedla strukturę populacji w tym zakresie, bowiem w branży turystycznej w naszym województwie dominują małe przedsiębiorstwa, zaś przedsiębiorstwa duże występują w niedużej liczbie.

Wykres 26. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na liczbę zatrudnionych

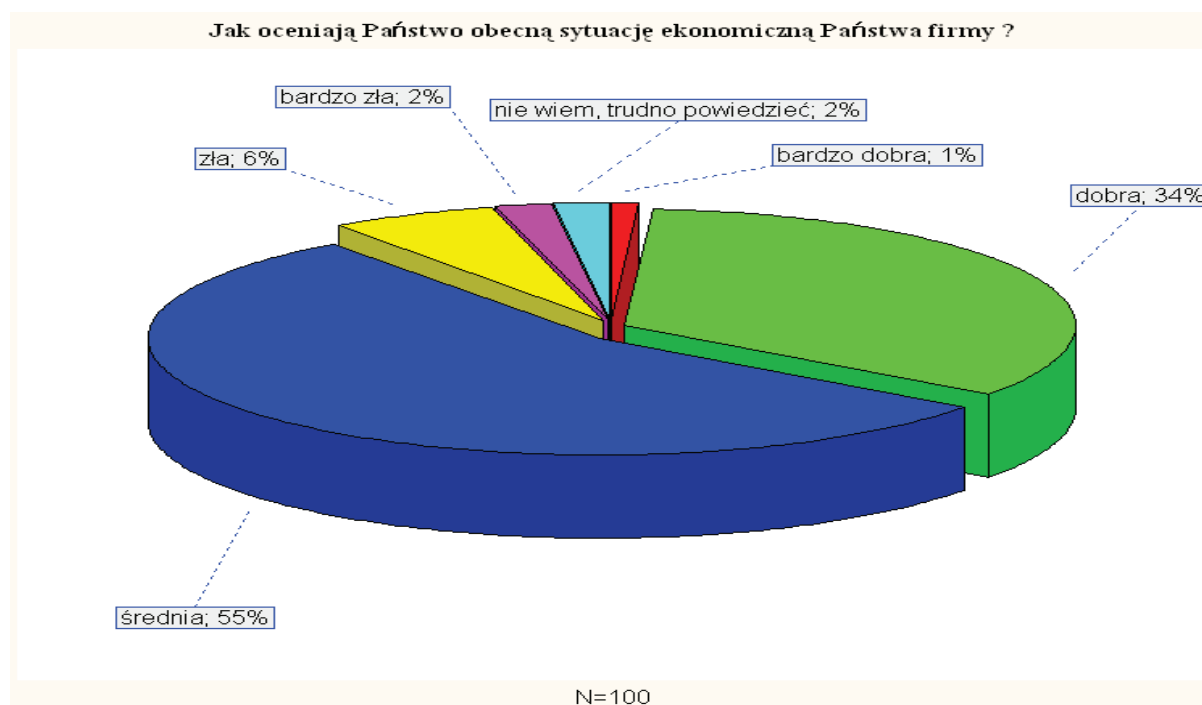


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.2. Ogólna sytuacja ekonomiczna firm

Analiza danych zgromadzonych w wyniku badań ankietowych pozwala bliżej poznać populację podmiotów zaangażowanych w świadczenie usług turystycznych. W części pierwszej badania ankietowego postanowiono sprawdzić ocenę sytuacji ekonomicznej w jakich znajdowała się firma w przeszłości, jak radzi sobie dzisiaj w dobie kryzysu gospodarczego oraz jakie są rokowania co do przyszłości. Generalnie cała grupa badanych sektora turystycznego pozytywnie oceniła obecną sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa i wprowadzie tylko jeden procent odpowiedzi wskazywał, iż sytuacja jest bardzo dobra to już co trzeci badany stwierdził, iż sytuacja w przedsiębiorstwie jest dobra, a 55% wskazało, że sytuację oceniają jako średnią. Negatywną ocenę obecnej sytuacji znaleziono w 8% odpowiedzi, co wskazuje, iż generalnie kryzys gospodarczy nie dotknął w znacznym stopniu sektora usług turystycznych (wykres 27).

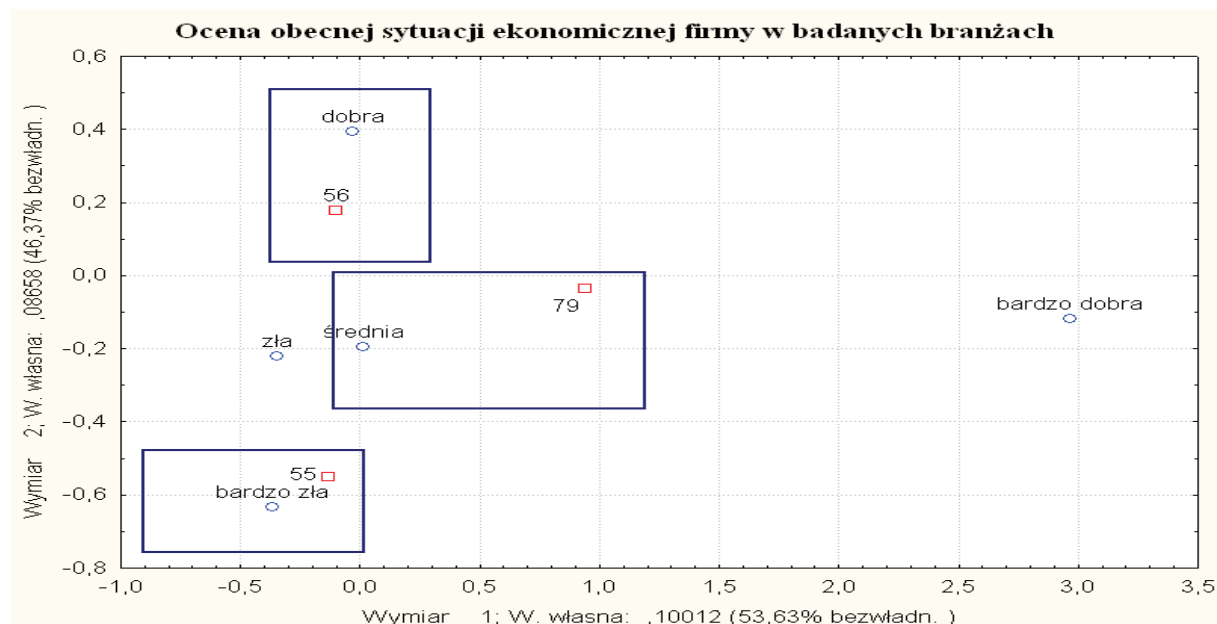
Wykres 27. Ocena obecnej sytuacji ekonomicznej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Zastosowanie metody analizy korespondencji pozwoliło na bliższe przyjrzenie się badanej populacji i pozwoliło uchwycić istotne różnice w ocenie obecnej sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa. Najbardziej negatywne oceny obecnej sytuacji ekonomicznej zaobserwowano w grupie przedsiębiorstw reprezentujących branżę zakwaterowania, przedsiębiorstwa reprezentujące działalność usługową związaną z wyżywieniem były mniej sceptyczne i oceniły sytuację jako dobrą, zaś organizatorzy turystyki ocenili sytuację jako średnią. Zastanawiać w tych okolicznościach może bardzo negatywna ocena wystawiona przez podmioty świadczące usługi zakwaterowania zbiorowego. Prawdopodobnie wytłumaczenia należy szukać w znacznym spadku przyjazdów turystów widocznym już w roku 2008 i (potwierdzanym na podstawie niepełnych danych) równie istotnym spadku w roku 2009. Przedsiębiorcy prowadzący działalność związaną z wyżywieniem oceniali sytuację jako dobrą i wynika to prawdopodobnie z faktu, iż znaczna część z tych przedsiębiorców nie jest w pełni uzależniona od świadczenia usług tylko dla turystów w związku z czym nie odczuli oni w tak znacznym stopniu spadku liczby przyjazdów. Organizatorzy turystyki w mniejszym stopniu będąc uzależnionymi od turystyki krajowej są skłonni oceniać sytuację jako średnią (wykres 28).

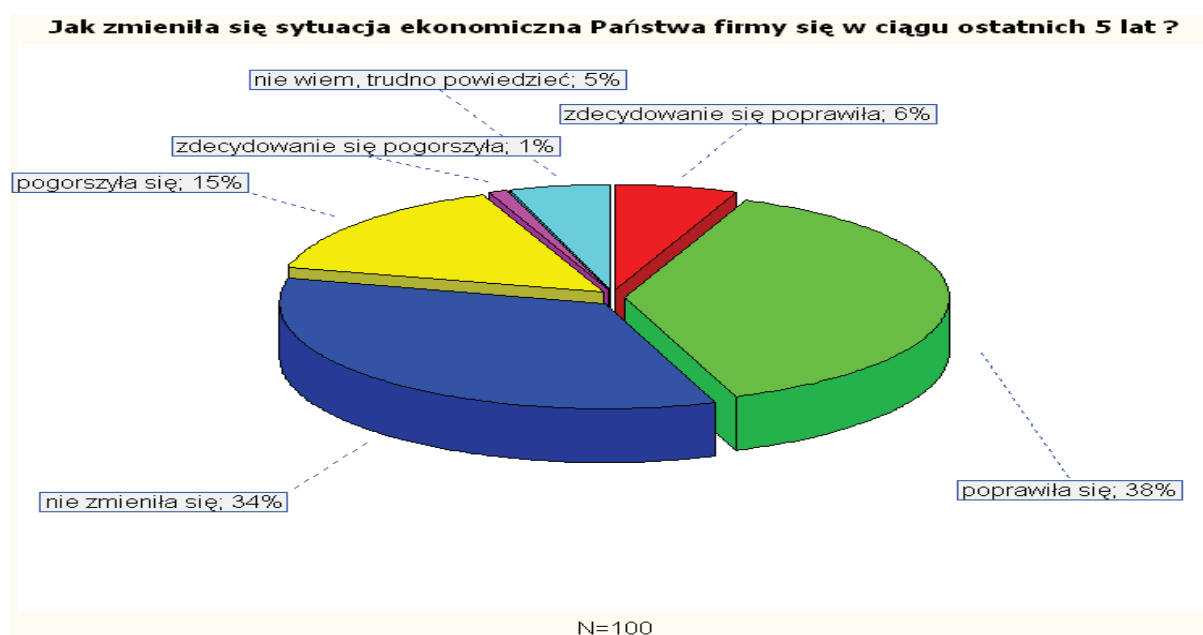
Wykres 28. Ocena sytuacji ekonomicznej w badanych branżach



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ocena zmian sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w ostatnich latach (Wykres 29. Ocena zmiany sytuacji ekonomicznej w ciągu ostatnich 5 lat) wskazuje na pozytywne aspekty funkcjonowania na rozwijającym się rynku, gdyż w opinii aż 44% badanych sytuacja poprawiła się w stopniu umiarkowanym lub znacznym. Dodając do tego opinie neutralne okazuje się, iż blisko 80% respondentów pozytywnie postrzega funkcjonowanie przedsiębiorstwa w ostatnich latach.

Wykres 29. Ocena zmiany sytuacji ekonomicznej w ciągu ostatnich 5 lat

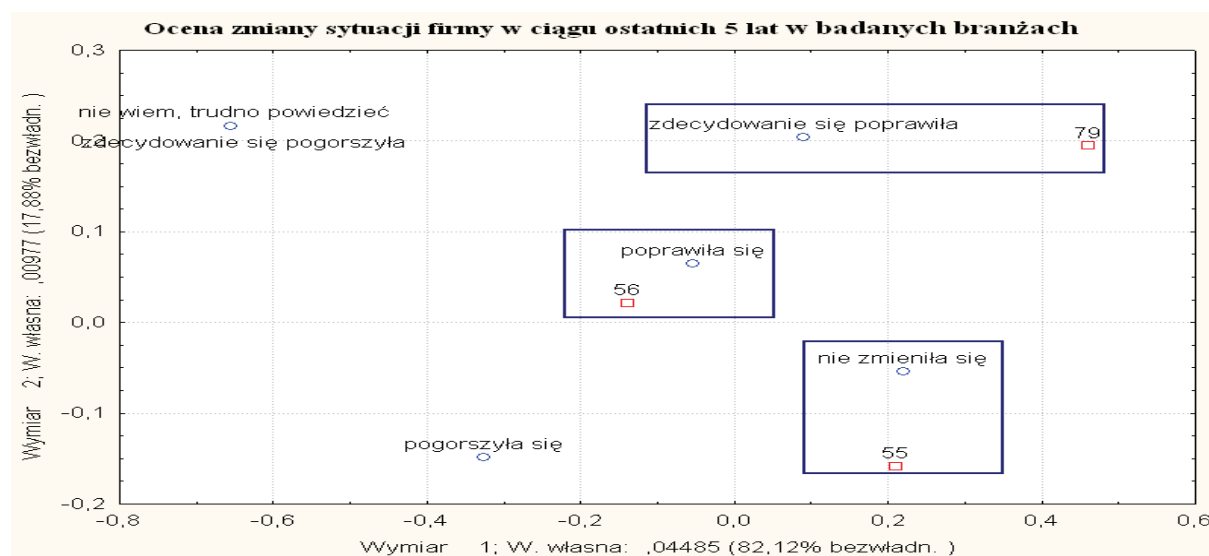


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

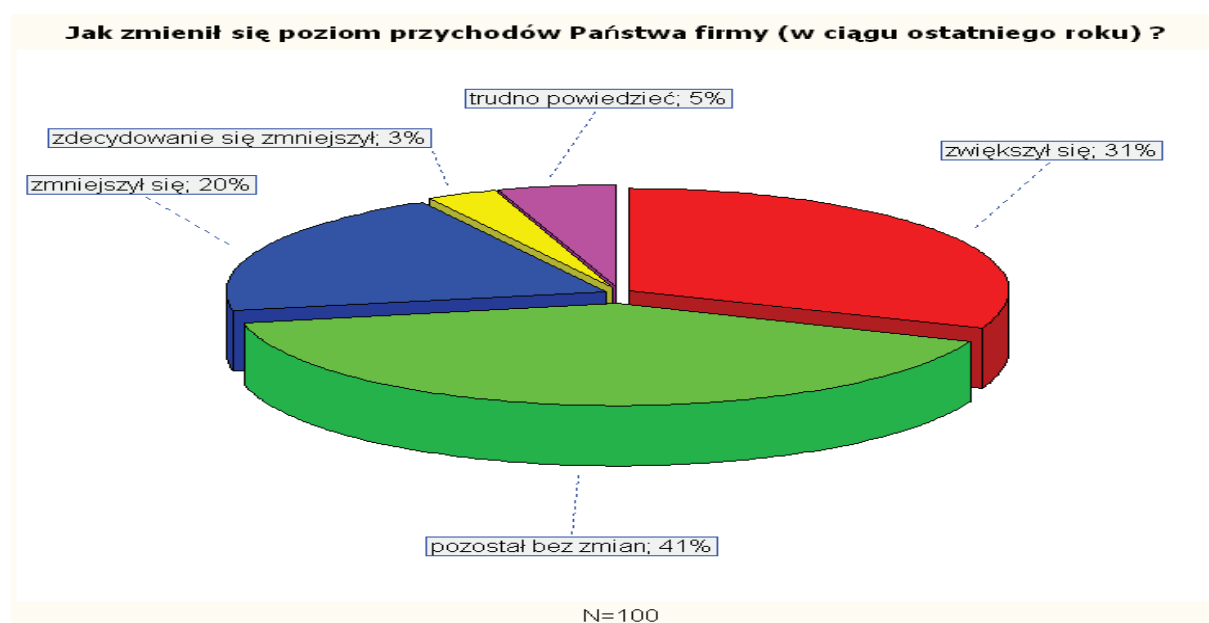
Szczegółowa analiza trzech podgrup zakwalifikowanych do badania metodą analizy korespondencji (Wykres 30. Ocena zmiany sytuacji formy w ciągu ostatnich 5 lat) wskazuje na nieznaczne zróżnicowanie opinii o zmianach w sytuacji przedsiębiorstwa w ostatnich pięciu latach. Najbardziej sceptyczne opinie znalazły się w wypowiedziach przedsiębiorców z branży zakwaterowania. Niestety nie koresponduje to z danymi wskazującymi na dynamiczny rozwój tego sektora usług turystycznych w ostatnich latach. Bardziej pozytywne opinie znalazły się w wypowiedziach przedsiębiorców świadczących usługi gastronomiczne, zaś organizatorzy turystyki są najbardziej zadowoleni z rozwoju rynku usług turystycznych i w zdecydowany sposób stwierdzają, że sytuacja zdecydowanie się poprawiła.

Wykres 30. Ocena zmiany sytuacji formy w ciągu ostatnich 5 lat



Zródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wykres 31. Ocena zmiany poziomu przychodów firmy w ciągu ostatniego roku

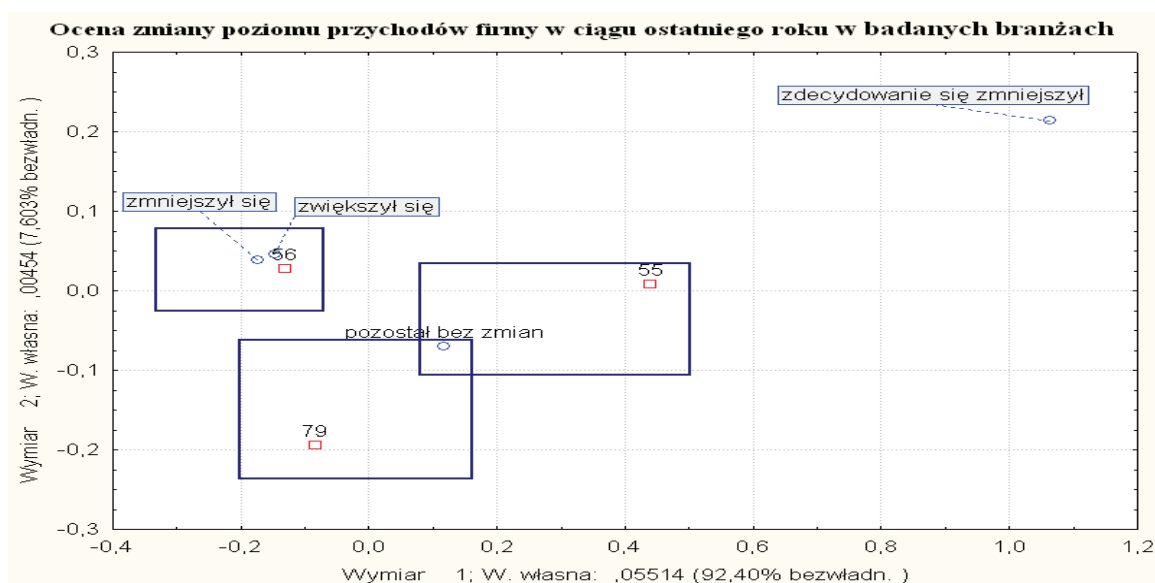


Zródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

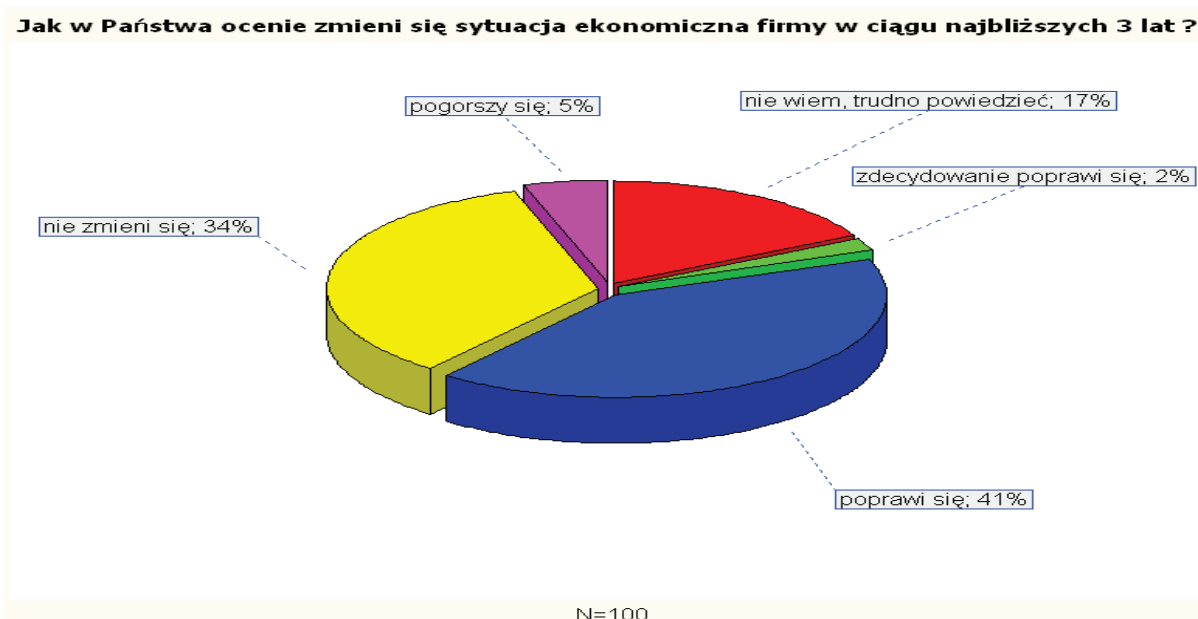
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Ocena zmian przychodów przedsiębiorstw w ostatnim roku (Wykres 31. Ocena zmiany poziomu przychodów firmy w ciągu ostatniego roku) potwierdza skądinąd pozytywną opinię o funkcjonowaniu przedsiębiorstw z branży turystycznej. Ponad 72% badanych stwierdziło, że poziom przychodów pozostał na poziomie niezmiennym lub też wzrósł, co świadczy, iż skutki kryzysu gospodarczego nie dotknęły przedsiębiorców. Generalnie w najmniejszym stopniu zmiany dotknęły przedsiębiorców z sektora zakwaterowania i organizatorów turystyki. Jednakże rozbieżne opinie pojawiły się w odpowiedziach przedsiębiorców z branży usługowej związanej z wyżywieniem, część z nich uważa, że poziom przychodów zmniejszył się ale również znaczna część uważa, że się zwiększył. Prawdopodobnie część przedsiębiorców działa na rynku niekoniecznie powiązanym z turystyką w związku z czym generują większe przychody.

Wykres 32. Ocena zmiany poziomu przychodów firmy w ciągu ostatniego roku

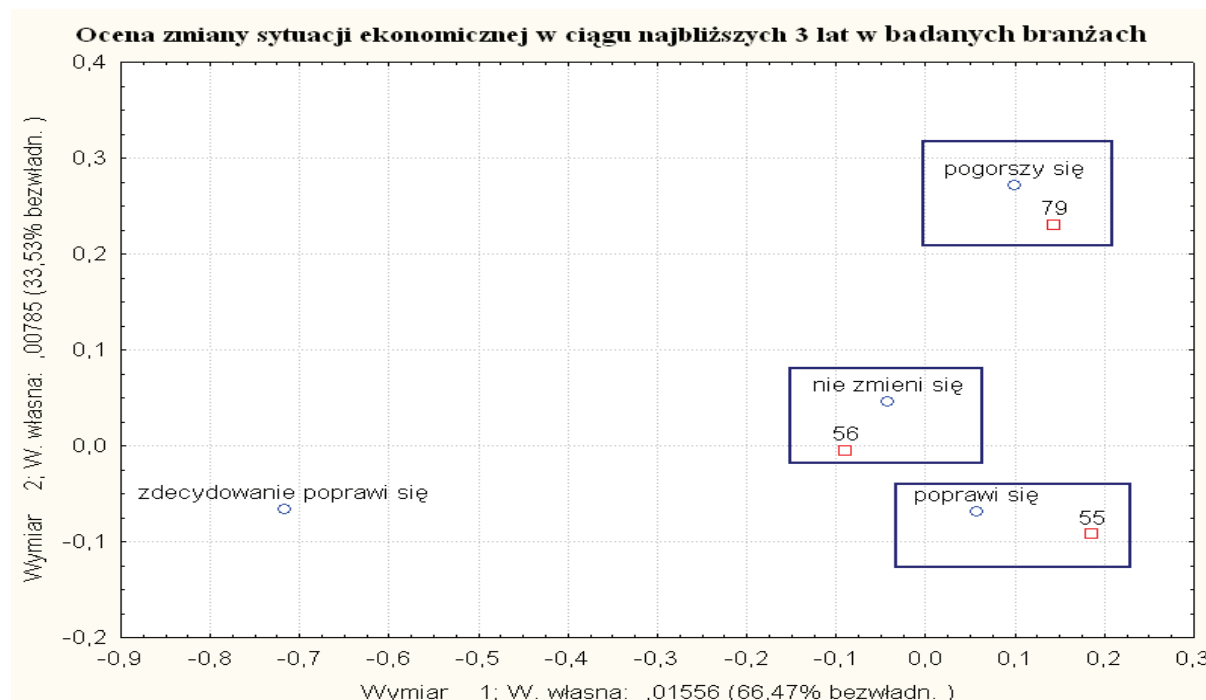


Wykres 33. Ocena przewidywanej zmiany sytuacji ekonomicznej firmy w ciągu najbliższych 3 lat



Zródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wykres 34. Ocena przewidywanej zmiany sytuacji ekonomicznej firmy w ciągu najbliższych 3 lat



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Największą trudność sprawiło badanym pytanie o przyszłość ekonomiczną ich przedsiębiorstw w najbliższych (wykres 33) latach, gdyż 17% z nich wskazało, iż nie potrafi ocenić przewidywanych kierunków rozwoju otoczenia. Niemniej poziom optymizmu co do przyszłości rozwoju przedsiębiorstw jest wyższy niż poziom sceptycyzmu, gdyż 43% badanych wskazało, iż sytuacja ekonomiczna w ich branży poprawi się, 34% wskazywało na brak symptomów sugerujących zmiany zaś tylko 5% przewiduje, iż sytuacja w ich branży może się pogorszyć.

Analiza korelacji (wykres 34) wskazuje, iż najwięcej optymizmu pojawiło się w sektorze zakwaterowania. Zestawiając to ze zdecydowaniem negatywną oceną obecnej sytuacji ekonomicznej oraz stwierdzeniami, iż w ciągu ostatnich lat nie zaszły w przedsiębiorstwach żadne istotne pozytywne zdarzenia jest to nic innego tylko oczekiwanie na tłuste lata. Branża działalności usługowej związanej z wyżywieniem nie oczekuje zmian i prawdopodobnie wynika to z faktu dosyć dobrej kondycji tej branży, wszakże przedsiębiorcy wskazali, iż w ostatnich latach w branży miały miejsce pozytywne zjawiska poprawy sytuacji, a i obecna sytuacja jest oceniana jako dobra w związku z czym przedsiębiorcy bardziej są zainteresowani pomyślnym trwaniem niż niepewnym rozwojem sytuacji. Organizatorzy turystyki uważają że sytuacja się pogorszy i wydaje się, iż jest to sceptycyzm na wyrost związany ze zdecydowanym poprawieniem się sytuacji w branży w ostatnich latach oraz stosunkowo dobrą sytuacją w chwili obecnej. Być może jest to również obawa o przyszłość rozwoju turystyki, wszakże od tego właśnie zależy przyszłość organizatorów turystyki.

3.3. Analiza czynników oddziałujących na sektor

Kolejną sferą którą postanowił zbadać zespół ekspertów był konglomerat czynników z jakimi spotyka się przedsiębiorstwo na rynku. Analiza miała na celu ustalenie które z czynników w opiniach badanych mają największy wpływ na ich funkcjonowanie, co ogranicza rozwój, a co umożliwia skuteczne działanie i konkutowanie na turbulentnym rynku. Zamiarem badaczy było również zidentyfikowanie kierunków przyszłego rozwoju oraz określenie w jakim stopniu zewnętrzne źródła finansowania w postaci środków unijnych będą wykorzystywane na ścieżce rozwoju.

Badani zostali na wstępie zapytani o globalną ocenę pewnych sfer wpływających na działanie ich przedsiębiorstw². W odpowiedziach jako zbiór najistotniejszych czynników sprzyjających rozwojowi działalności gospodarczej wskazywano sferę ekonomiczną. Aż 61% respondentów wskazało, iż czynniki te mają duże i bardzo duże znaczenie w rozwoju działalności. Rola czynników społecznych była dużo mniejsza, gdyż na jej istotne znaczenie wskazywało 46% badanych, zaś 40% lokując swoje odpowiedzi po środku skali wskazywało, że rola tych czynników jest mało istotna.

Okazuje się, iż czynniki o charakterze politycznym właściwie nie mają większego znaczenia, gdyż 51% badanych opowiedziało się za nieistotną lub zupełnie nieistotną rolą tych czynników w rozwoju działalności, a kolejne 29% lokując odpowiedzi w środku skali również wskazywała na stosunkowo małe znaczenie czynników tego rodzaju. Zauważyć jednocześnie należy, iż ocena tej sfery była najtrudniejsza, gdyż 18% respondentów uniknęło odpowiedzi stwierdzając, iż nie mają zdania.

Przy ocenie czynników o charakterze technicznym odpowiedzi rozrzuciły się po całej skali, a najmniejszy procent wskazań pojawił się przy potwierdzeniu bardzo istotnego znaczenia tego rodzaju czynników w rozwoju przedsiębiorstw. Tak duże rozrzucenie odpowiedzi może być wynikiem tego, że na badaną grupę składały się podmioty działające w trzech różnych sferach obsługi ruchu turystycznego (zakwaterowanie, działalność usługowa związana z wyżywieniem i organizatorzy turystyki). W ich działaniach znaczenie czynników technicznych jest odmienne w związku czym jedni wskazywali na istotne znaczenie czynników technicznych inni zaś twierdzili, że nie mają one żadnego znaczenia.

Rola czynników demograficznych w odpowiedziach badanych okazała się mieć istotne znaczenie, gdyż 45% badanych odpowiedziało, że sprzyjają one w stopniu wysokim i bardzo wysokim rozwojowi przedsiębiorstw. Okazuje się, iż badani potrafią powiązać fakty demograficzne w postaci: istnienia znacznych skupisk mieszkańców, starzenia się społeczeństwa czy też innych podobnych czynników z pomyślnością lub też zagrożeniami dla funkcjonowania ich przedsiębiorstw.

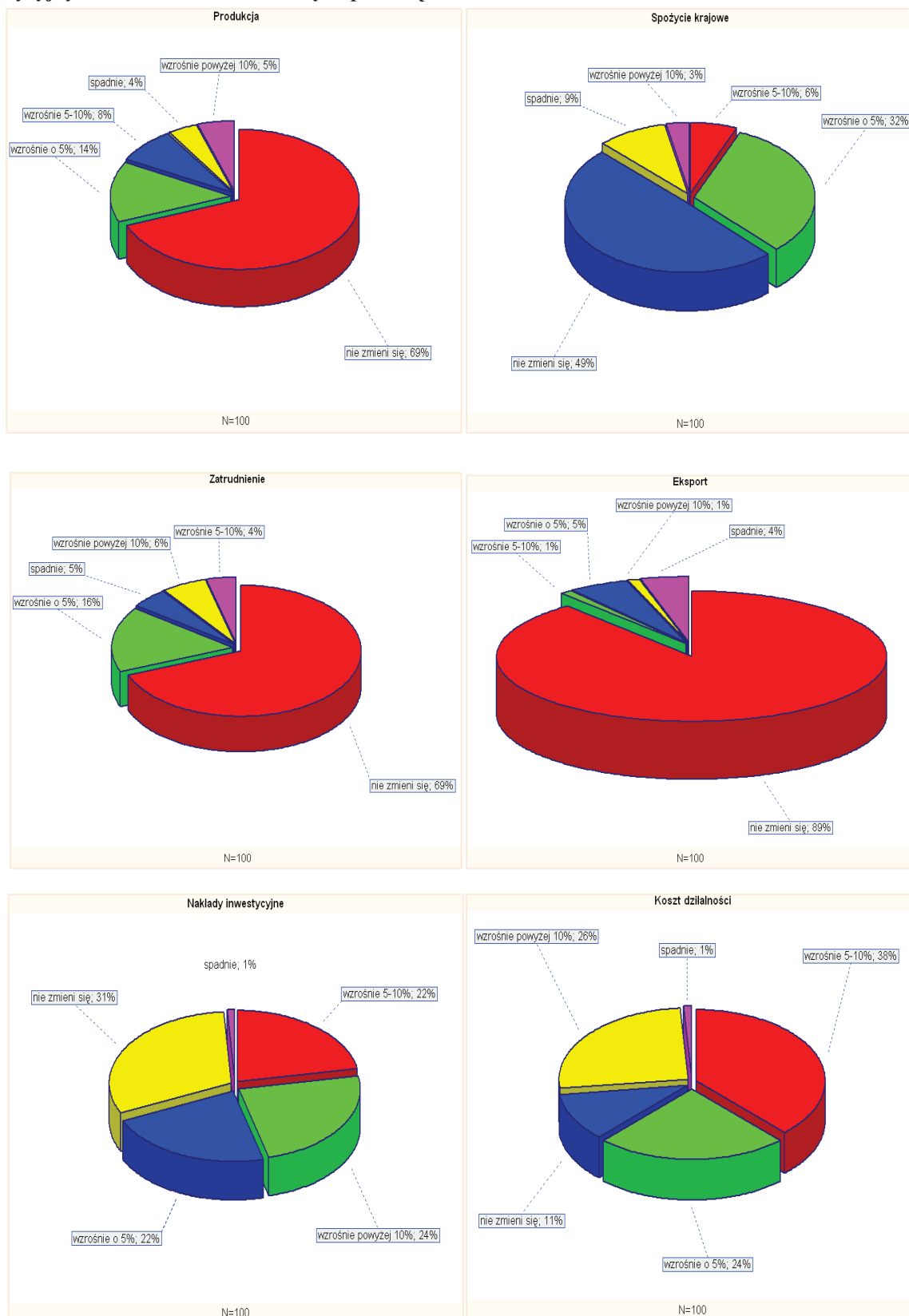
Interesujących danych dostarczyły odpowiedzi na pytanie o ocenę perspektywy wzrostu produkcji, eksportu, spożycia krajowego, kosztów działalności, nakładów inwestycyjnych i zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach (wykres 35). Według opinii badanych generalnie w sferze produkcji nie należy oczekiwać żadnych istotnych zmian, gdyż 69% z nich wskazało na taką właśnie odpowiedź. Niemniej 27% badanych stwierdziło, iż przewidują wzrost produkcji z czego 5% szacuje wzrost produkcji powyżej 10%. W odpowiedzi na to pytanie jedynie 4% badanych przewiduje spadek produkcji. Jeszcze większy sceptycyzm panuje jeśli chodzi o ocenę możliwości zmian eksportu. Aż 89% badanych stwierdziło, iż nie przewiduje żadnych istotnych zmian w tym zakresie.

Bardziej optymistycznie ocenili przedsiębiorcy możliwość wzrostów spożycia krajowego i wprowadzie 49% z nich wskazało na brak istotnych przesłanek zwiastujących zmiany, a 9% stwierdziło, że mogą nastąpić spadki spożycia krajowego to 42% badanych widzi szanse na możliwości wzrostu.

² Okazuje się, iż tak skoncentrowane pytanie sprawiło wiele kłopotów i znaczna część respondentów nie potrafiła na nie odpowiedzieć unikając zdecydowanych deklaracji.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 35. Ocena perspektywy wzrostu produkcji, eksportu, spożycia krajowego, kosztów działalności, nakładów inwestycyjnych i zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Bardzo pesymistyczne oceny uzyskały perspektywy zmian kosztów działalności, gdyż 88% badanych stwierdziło, iż przewiduje wzrost kosztów działalności. Jest tym bardziej niepokojące, że 38% badanych przewiduje wzrost kosztów na poziomie 5-10%, zaś kolejne 26% sądzi, iż koszty wzrosną o ponad 10%. Spełnienie się takich przewidywań z pewnością wpłynie na zmniejszenie opłacalności prowadzenia działalności gospodarczej.

Wzrosty są przewidywane również w przypadku nakładów inwestycyjnych z tym że ta sfera wzrostów ma charakter pozytywny. Odpowiedzi świadczą, iż 68% badanych planuje wzrost nakładów inwestycyjnych, co prawdopodobnie będzie skutkowało zwiększeniem potencjału badanych firm. Tylko 31% badanych nie planuje zwiększenia nakładów inwestycyjnych a 1% stwierdza, że zmniejszy nakłady.

Niestety wzrost nakładów inwestycyjnych prawdopodobnie nie będzie wiązał się bezpośrednio z powiększaniem istniejących przedsiębiorstw, gdyż 69% z nich nie planuje zwiększania zatrudnienia. Tylko 26% badanych przedsiębiorstw przewiduje zwiększanie poziomu zatrudnienia, jednak w przeważającej liczbie przypadków ten wzrost oszacowano na 5%.

Niechęć do zwiększania poziomu zatrudnienia znajduje swoje wytłumaczenia w ocenie poszczególnych czynników w skali mikro. I tak na rosnące koszty zatrudnienia jako czynnik utrudniający działalność wskazało 83% badanych, dla 11% rosnące koszty zatrudnienia nie wpływają na proces prowadzenia działalności gospodarczej i tylko 7% badanych stwierdziło, iż rosnące koszty zatrudnienia zupełnie nie utrudniają działalności i rozwoju przedsiębiorstwa (wykres 36).

Ocena pozycji przetargowej odbiorców wskazuje na znaczne lekceważenie tego elementu rynkowego przez badanych przedsiębiorców i wprowadzie tylko 21% z nich wskazała, iż jest to istotny czynnik utrudniający działalność, to dla kolejnych 35% badanych czynnik ten nie miał istotnego znaczenia, a tylko 44% badanych stwierdziło, że coraz silniejsza pozycja przetargowa odbiorców utrudnia działalność i rozwój przedsiębiorstw w stopniu wysokim i bardzo wysokim.

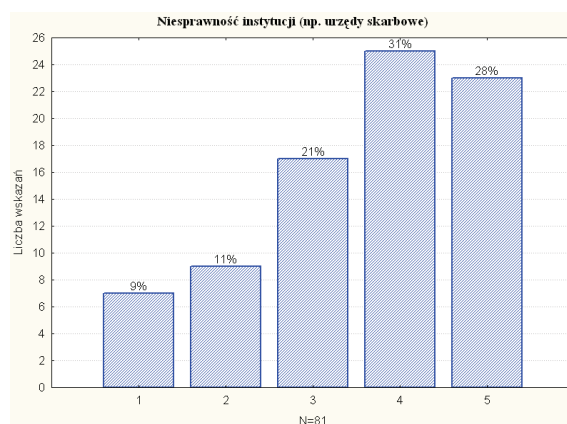
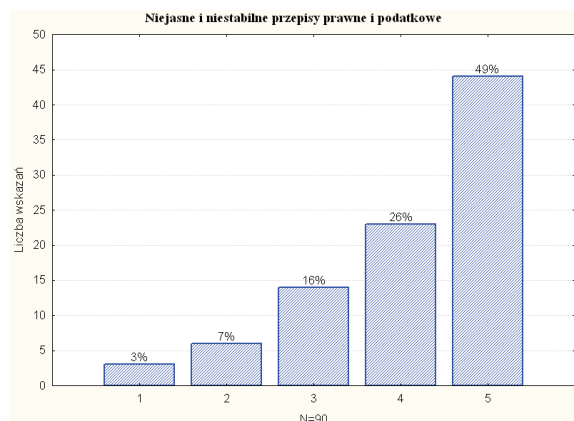
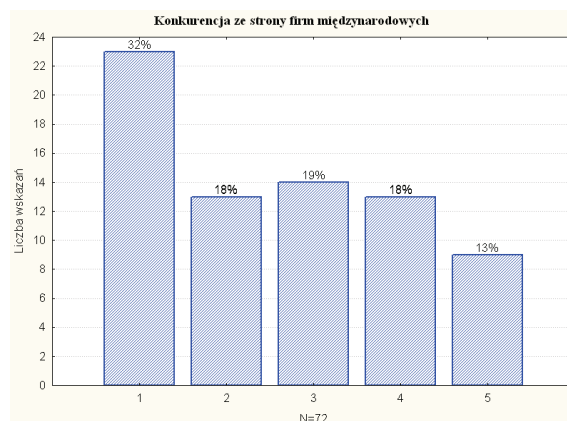
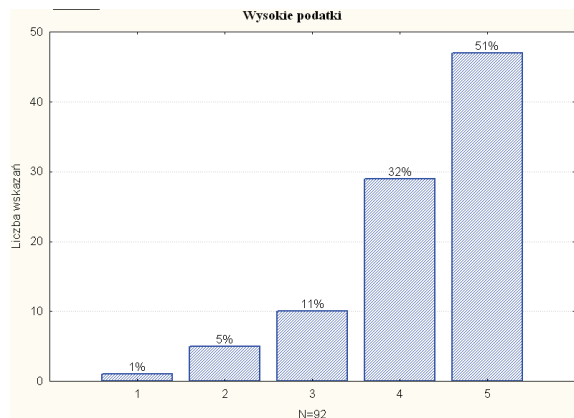
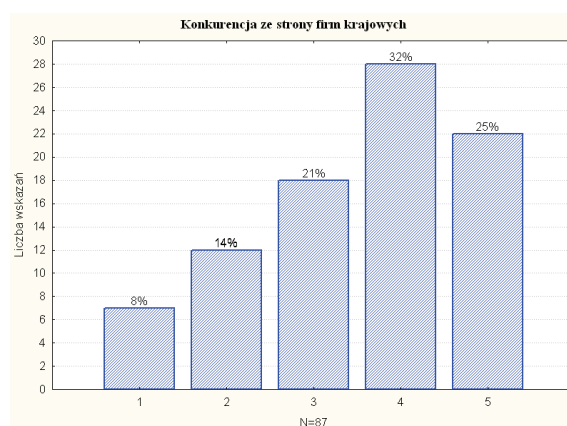
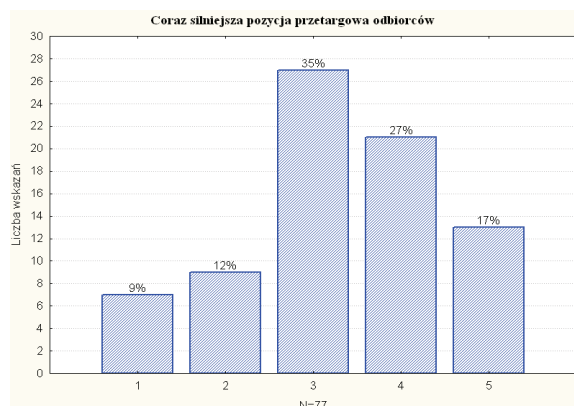
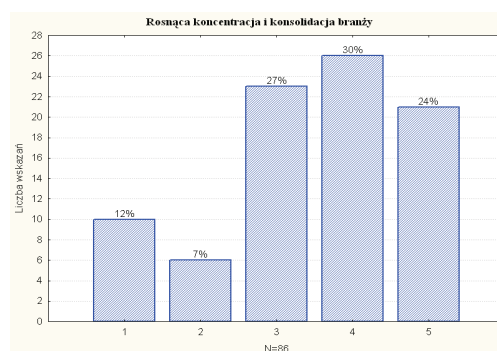
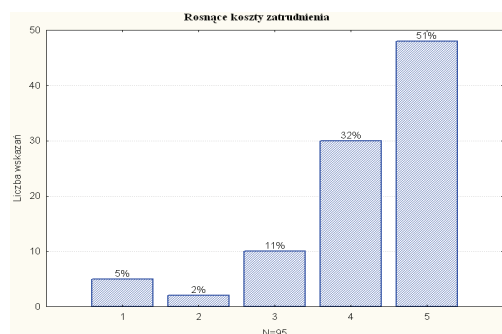
O wiele istotniejsze w opinii przedsiębiorców znaczenie mają wysokie podatki, gdyż 83% badanych wskazało na ich ograniczającą rolę. Łącząc to z negatywną oceną instytucji finansowych wystawioną przez 59% badanych otrzymujemy bardzo negatywny obraz polskiego systemu finansowego. Co ciekawe dla 6% badanych wysokie podatki nie są żadnym utrudnieniem, a 20% badanych wystawiło pozytywną ocenę instytucjom skarbowym co może być pozytywnym sygnałem zmian w dobrym kierunku.

Równie duże znaczenie ograniczające rozwój działalności jest przypisywane niejasnym i niestabilnym przepisom prawnym i podatkowym. W opinii 75% badanych to właśnie ta sfera wpływa na znaczące i bardzo znaczące utrudnienie działalności i rozwoju. Pocieszeniem może być fakt, iż dla 10% badanych niejasne i niestabilne przepisy prawne i podatkowe nie stanowią żadnego utrudnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej.

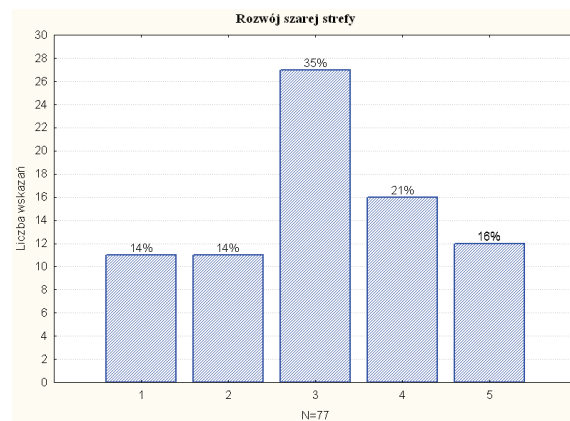
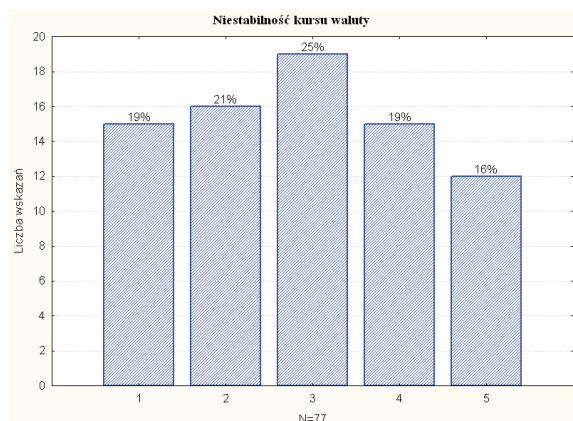
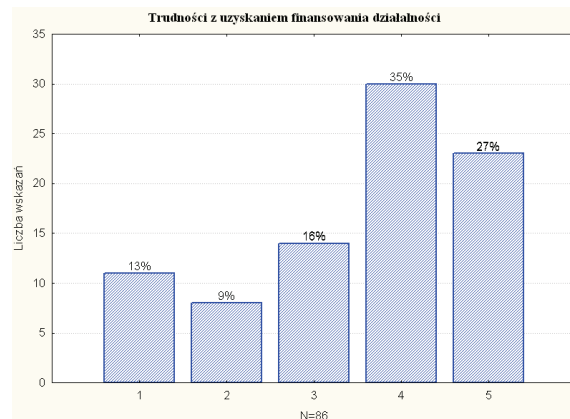
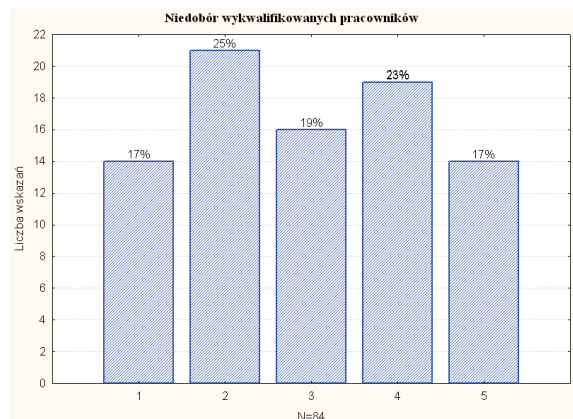
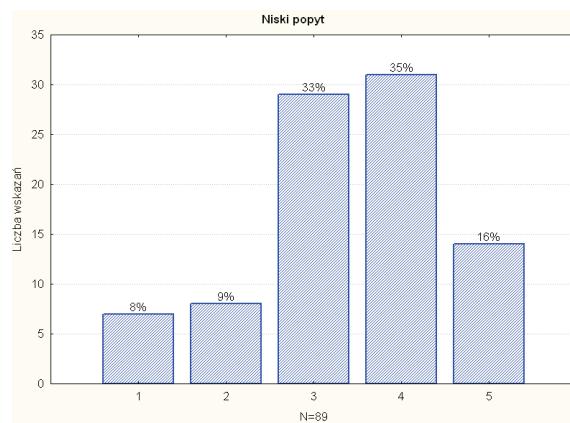
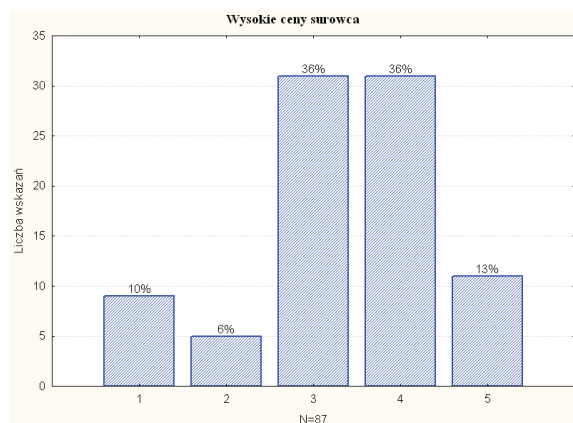
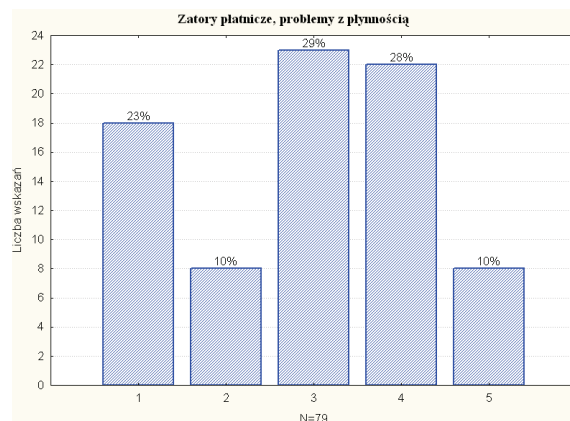
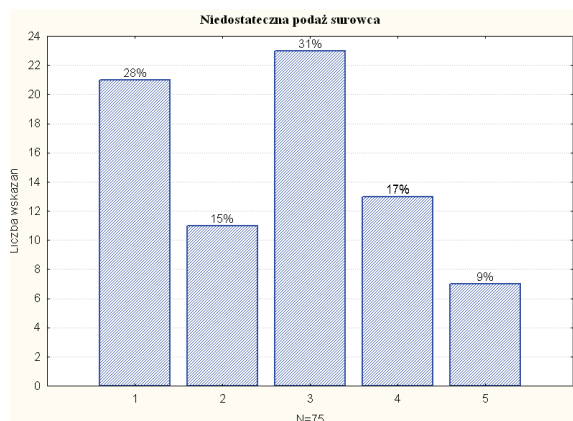
Wydaje się, iż ewentualna koncentracja i konsolidacja branży stanowi również istotny czynnik utrudniający prowadzenie działalności (54% badanych widzi w tym znaczne utrudnienie). Ten argument prawdopodobnie był podnoszony przez przedsiębiorców o najmniejszym potencjale, którzy mogą czuć się zagrożeni ze strony dużych silnych podmiotów na rynku. Podobnego zagrożenia obawiają się przedsiębiorcy ze strony krajowych firm konkurencyjnych, gdyż w 57% odpowiedzi pojawił się taki argument. Zastanawiające jest, iż około 20% badanych nie widzi żadnych utrudnień w fakcie, iż na rynku mogą pojawić się procesy koncentracyjne i wzrosnąć konkurencja ze strony firm krajowych. Ciekawe jest jednocześnie to, że aż 50% badanych nie widzi zagrożeń w postaci konkurencji ze strony firm międzynarodowych. Czyżby w dalszym ciągu mieliśmy do czynienia z zaściankowym postrzeganiem otoczenia gospodarczego i niedopuszczaniem do świadomości faktu, iż działamy obecnie w warunkach rynków globalnych.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 36. Czynniki utrudniające prowadzenie działalności



ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Niedostateczna podaż surowca nie jest czynnikiem utrudniającym dla większości badanych przedsiębiorców i nie ma w tym nic nadzwyczajnego zważywszy na fakt, iż znaczną grupę badanych stanowiły przedsiębiorstwa nie korzystające w swoich działaniach z jakichkolwiek surowców. Niemniej zastanawiać może kolejna odpowiedź gdzie 49% badanych stwierdziło, iż to właśnie wysokie ceny surowców są czynnikiem utrudniającym prowadzenie i rozwój działalności gospodarczej, co pojawia się głównie w wypowiedziach przedstawicieli usług gastronomicznych.

Okazuje się, iż niedobór wykwalifikowanych pracowników jest zarówno czynnikiem utrudniającym jak też nie ma istotnego znaczenia dla takiej samej liczby badanych. Prawdopodobnie w jednych branżach znaczenie kwalifikacji jest ważniejsze, w innych zaś mało ważne w związku z czym wystąpiły tak rozbieżne opinie.

Podobne rozbieżności pojawiły się w przypadku oceny niestabilności kursów walutowych. Tutaj też prawdopodobnie miało miejsce wewnętrzne zróżnicowanie badanej próby. W przypadku świadczenia usług w zakresie zakwaterowania i wyżywienia znaczenie kursów walutowych jest stosunkowo mało istotne. Tymczasem w przypadku organizatorów turystyki kurs walutowy ma jak najbardziej istotne znaczenie, gdyż może przesądzać o być albo nie być takiego przedsiębiorstwa.

Zatory płatnicze i problemy z płynnością są istotnym czynnikiem utrudniającym działalność dla 38% badanych, niemniej 23% z badanych wskazało, iż problem ten nie dotyczy ich w najmniejszym stopniu. Te drugie odpowiedzi mogły paść z ust przedsiębiorców prowadzących bardzo małe firmy ze stosunkowo ograniczonym obrotem finansowym w związku z czym zagrożenie takie jest stosunkowo niewielkie.

Istotniejsze zagrożenie dla pomyślnego funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw płynie z niskiego popytu i taką opinię wyraziło 51% badanych. Niemniej interesujące jest, iż 17% badanych wskazało, iż niski popyt nie jest dla nich żadnym utrudnieniem w prowadzeniu działalności i ewentualnym rozwoju firmy. O wiele istotniejsze w opinii badanych są trudności w uzyskaniu finansowania działalności. Według 62% badanych właśnie sfera finansowania działalności jest istotnym czynnikiem utrudniającym prowadzenie i rozwój firm. Ocena szarej strefy ma wśród badanych odmienny charakter i odpowiedzi praktycznie rozłożyły się na trzy grupy po około 30%. Można więc sądzić, iż dla części przedsiębiorców szara strefa jest istotnym zagrożeniem funkcjonowania, dla części zaś takie zjawisko nie ma żadnego istotnego wpływu na ich działalność.

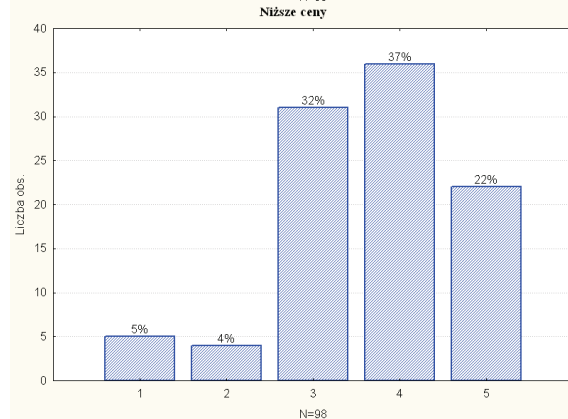
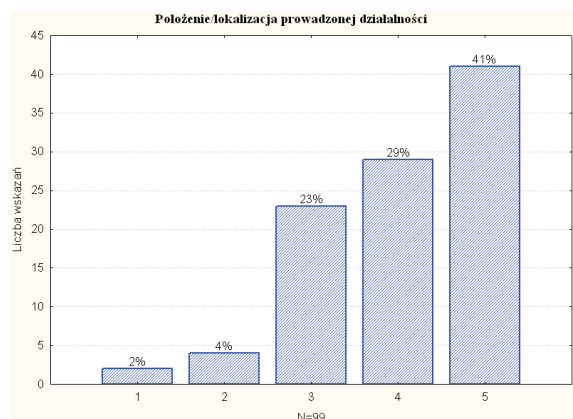
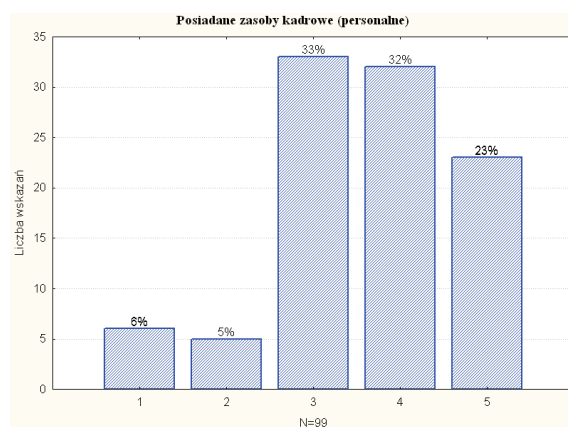
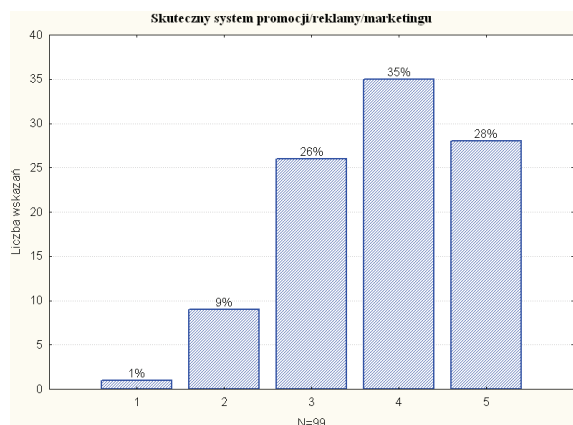
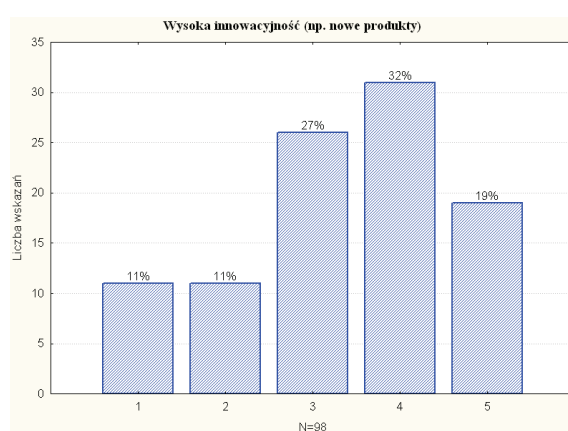
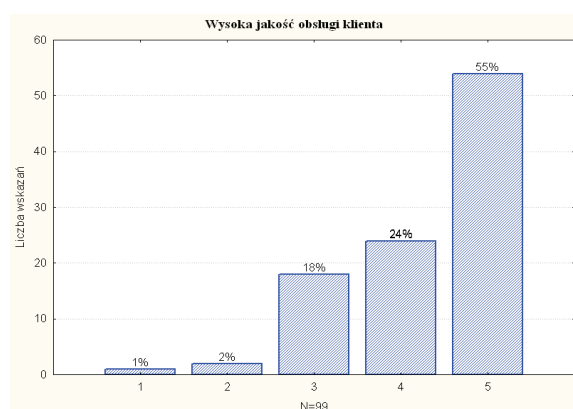
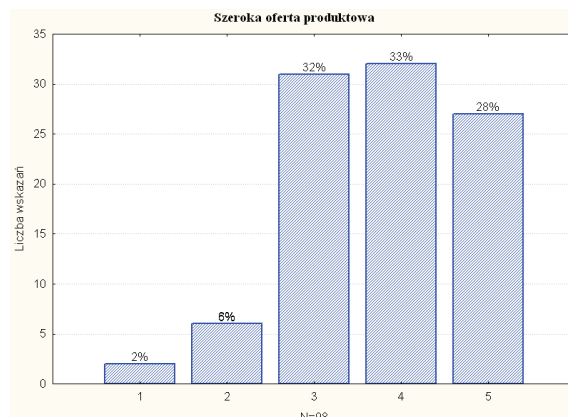
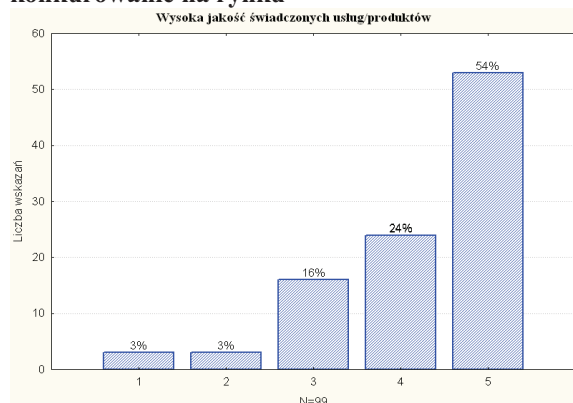
Kolejna sfera badań dotyczyła oceny czynników umożliwiających konkurowanie na rynku (wykres 37), gdyż jak już wcześniej stwierdzono przedsiębiorcy w znacznym stopniu obawiają się działań konkurencyjnych ze strony innych podmiotów głównie o charakterze wewnętrznym. Okazuje się, iż generalnie przedsiębiorcy bardzo dużą uwagę przykładają do wszelkich działań, które mogą przyczynić się do wzrostu ich konkurencyjności. Przede wszystkim największe znaczenie jest przypisywane wysokiej jakości usług/produktów oraz wysokiej jakości obsługi klienta, gdyż blisko 80% badanych stwierdziło, iż takie działania są ważne lub bardzo ważne z położeniem nacisku głównie na bardzo ważne. Zaledwie 3-6% badanych stwierdziło, że działania te mają marginalne znaczenie i postawę taką należy uznać za bardzo negatywną. Na kolejnym miejscu jeśli chodzi o skuteczność w podejmowaniu działań konkurencyjnych badani uznali czynnik lokalizacyjny, gdyż w opiniach 70% z nich ma to bardzo duże znaczenie. Znowu stosunkowo niewielka grupa przedsiębiorców (6%) uznała czynnik lokalizacyjny za mało istotny co jest już znacznym lekceważeniem reguł rynkowych.

Stosowanie skutecznych systemów reklamy oraz szeroka oferta produktowa ma bardzo duże znaczenie według ponad 60% badanych, co w połączeniu z równie wysoką oceną wystawioną znaczeniu niskich cen skłania do wniosku, iż przedsiębiorcy widzą już potrzebę prowadzenia aktywnych działań marketingowych.

Stosunkowo duże znaczenie jest przykładane do zasobów ludzkich, gdyż 55% badanych stwierdza, że posiadane zasoby kadrowe mogą być istotnym czynnikiem w podejmowaniu działań konkurencyjnych. Odpowiedź na to pytanie ujawnia pewną sprzeczność z poprzednimi opiniami, gdzie badani w 42% stwierdzili iż niedobór wykwalifikowanych pracowników nie jest czynnikiem ograniczającym rozwój.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 37. Ocena czynników umożliwiających konkurowanie na rynku



ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Najmniejszym uznaniem wśród przedsiębiorców z branży turystycznej wśród czynników konkurencyjności cieszy się wysoka innowacyjność, gdyż tylko (a może aż) 51% z nich uznało ten czynnik za istotny w podejmowaniu wyzwań konkurencyjnych. Niemniej należy uznać za pozytywne, że tylko 22% z badanych stwierdziło, iż wdrażanie nowych produktów, poszukiwanie nowych możliwości czy też angażowanie nowych technologii nie ma istotnego znaczenia dla konkurowania na rynku.

Aby szerzej wykorzystać informacje z tej części badania postanowiono zastosować grupowanie przedsiębiorstw pod względem czynników umożliwiających konkurowanie na rynku. Aby pogrupować badane obiekty, czyli przedsiębiorstwa sektora turystycznego, na skupienia składające się z elementów podobnych pod względem preferowanych czynników umożliwiających konkurowanie na rynku użyto dwóch metod analizy skupień: hierarchicznej metody Warda oraz niehierarchicznej metody k-średnich (z zadaną liczbą skupień wynikającą z dendrogramu metody Warda). Jako cechy diagnostyczne, według których dokonano podziału przedsiębiorstw, przyjęto oceniane przez przedsiębiorstwa czynniki konkurencji:

- X_1 - wysoka jakość świadczonych usług/produktów;
- X_2 - wysoka jakość obsługi klienta;
- X_3 - skuteczny system promocji/reklamy/marketingu;
- X_4 - położenie/lokalizacja prowadzonej działalności;
- X_5 - szeroka oferta produktowa;
- X_6 - wysoka innowacyjność (np. nowe produkty);
- X_7 - posiadane zasoby kadrowe (personalne);
- X_8 - niższe ceny.

Stosując do analizy metodę Warda otrzymano dendrogram (Wykres 38. Grupowanie przedsiębiorstw pod względem czynników umożliwiających konkurowanie na rynku) i na jego podstawie wybrano liczbę skupień. Klasyfikacja 100 przedsiębiorstw pozwoliła na wyłonienie trzech skupień przedsiębiorstw o podobnych czynnikach konkurencyjności.

Do klasyfikacji obiektów zastosowano również metodę grupowania k-średnich. Metoda ta wymaga podania liczby skupień, a zatem zgodnie z otrzymanym wynikiem z dendrogramu, podano 3 skupienia. W rezultacie tego grupowania otrzymano różnice w grupowaniu tylko w 5 przypadkach, co potwierdza zasadność wyodrębnienia trzech skupień przedsiębiorstw. W celu określenia czynników konkurencyjności w poszczególnych skupieniach dokonano analizy średnich arytmetycznych poszczególnych ocen czynników konkurencyjności w wyłonionych grupach (wykres 39).

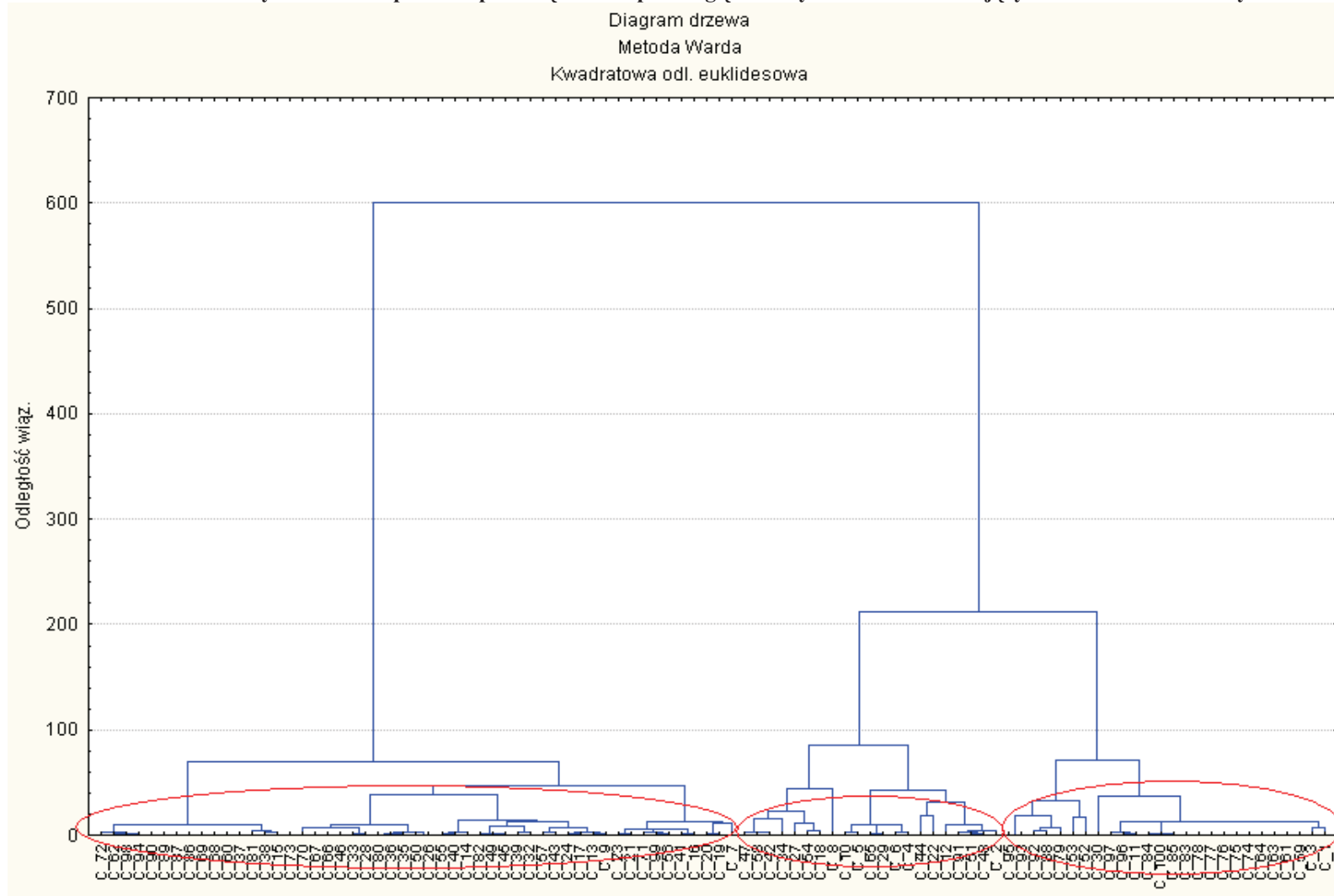
Tabela 53. Udział (w %) przedsiębiorstw z poszczególnych branż w wyłonionych skupieniach

	PKD 2007 55	PKD 2007 56	PKD 2007 79	Razem
Skupienie 1	13	75	12	100
Skupienie 2	32	58	11	100
Skupienie 3	26	67	7	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

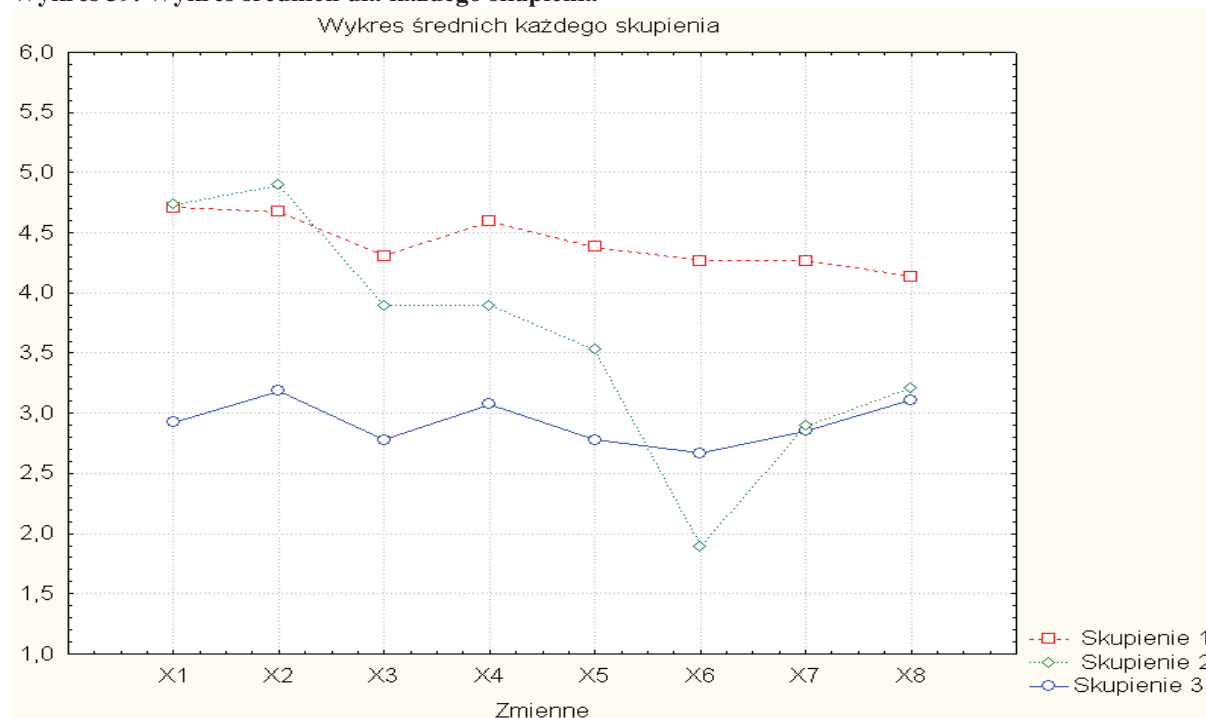
Wykres 38. Grupowanie przedsiębiorstw pod względem czynników umożliwiających konkurowanie na rynku



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 39. Wykres średnich dla każdego skupienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Skupienie 1 składa się z przedsiębiorstw, które wszystkie czynniki konkurencyjności oceniły dość wysoko, bowiem średnie oceny wahały się pomiędzy 4 a 5. Jest to najbardziej liczne skupienie, bowiem znalazły się tam 52 przedsiębiorstwa.

W skupieniu 2 (najmniej liczny) znalazły się przedsiębiorstwa, dla których najwyżej oceniana była wysoka jakość świadczonych usług/produktów (X1) oraz wysoka jakość obsługi klienta (X2). Nisko bądź bardzo nisko zostały ocenione w tej grupie takie czynniki jak: wysoka innowacyjność (np. nowe produkty) (X6), posiadane zasoby kadrowe (personalne) (X7) oraz niższe ceny (X8) i w skupieniu tym znalazła się dosyć liczna grupa przedsiębiorców oferujących zakwaterowanie. Trzecie skupienie stanowią przedsiębiorstwa, które wszystkie czynniki konkurencyjności oceniły na ocenę zbliżoną do 3 czyli wymienione czynniki nie mają dla nich ani cech negatywnych ani też pozytywnych.

Kolejna część badań dotyczyła zachowań inwestycyjnych przedsiębiorstw branży turystycznej (wykres 40). Badania przeanalizowały zakres inwestycji w ostatnich latach, źródła ich finansowania oraz zamierzenia inwestycyjne na przyszłość. Okazuje się, iż badane przedsiębiorstwa w ostatnich latach inwestowały głównie w poprawę jakości usług, modernizację lub budowę obiektów infrastruktury, działania promocyjno – marketingowe oraz wprowadzanie nowych produktów. Potwierdzają się więc wcześniejsze wnioski, iż firmy w celu poprawy konkurencyjności podejmują działania głównie ze sfery marketingowej czyli podejmują intensywniejszy wysiłek na rzecz poprawy jakości produkcji oraz promują i wdrażają nowe produkty.

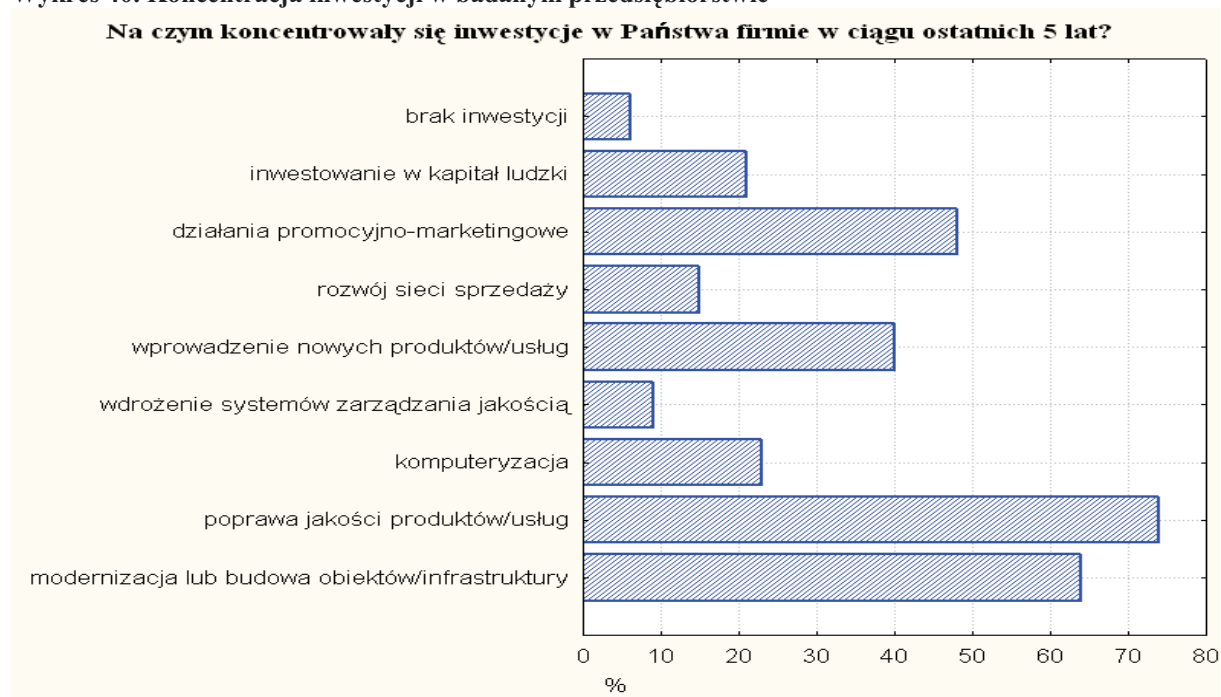
Na tym tle imponująco wygląda kwestia działań inwestycyjnych w zakresie budowy i modernizacji obiektów infrastruktury, gdyż ponad 60% badanych stwierdziło, iż w ich firmach takie działania były podejmowane.

Stosunkowo słabo przedstawia się kwestia komputeryzacji, inwestowania w kapitał ludzki oraz rozwój sieci sprzedaży. Jeśli chodzi o komputeryzację można z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, iż przedsiębiorstwa ten zakres inwestycji mają za sobą i nie widzą potrzeby podejmowania dodatkowych działań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Niepokój może budzić stosunkowo mały nacisk na inwestowanie w kapitał ludzki i jest to tym bardziej niezrozumiałe, że właśnie jakość kapitału ludzkiego była podkreślana jako istotny czynnik umożliwiający podejmowane działań konkurencyjnych. Brak nacisku na rozwój sieci sprzedaży jest z kolei pochodną tego, że gro tych przedsiębiorstw ma charakter lokalny i nie widzi potrzeby intensywniejszego rozwoju, co zresztą potwierdziło około 6% firm stwierdzając, iż nie podejmowały żadnych inwestycji.

Wykres 40. Koncentracja inwestycji w badanym przedsiębiorstwie

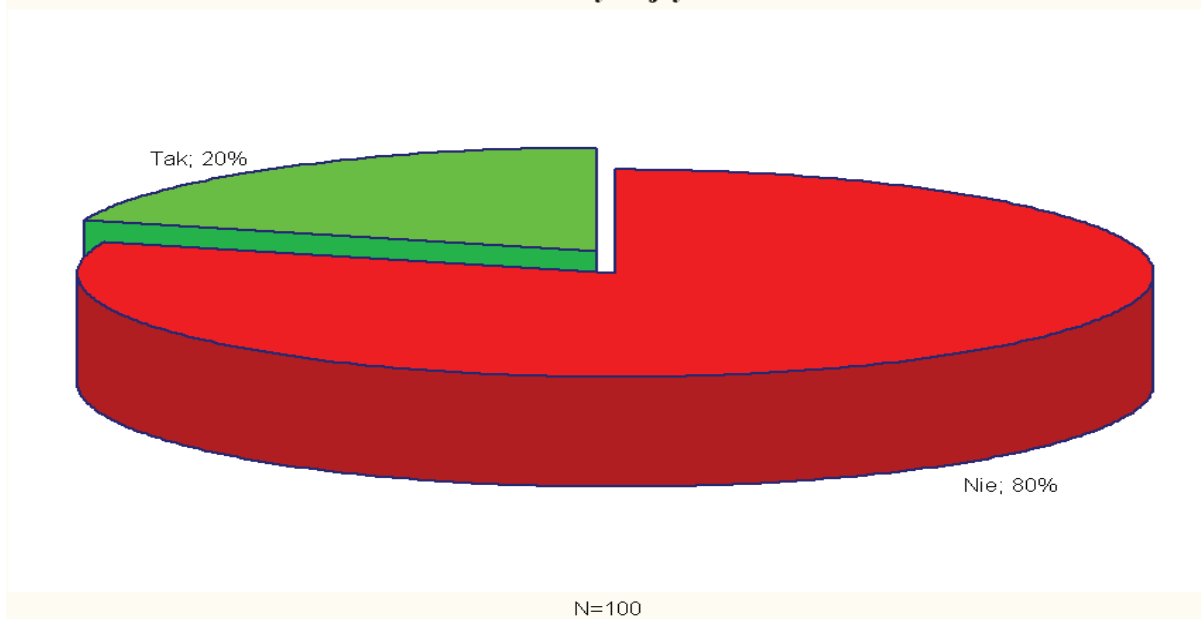


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Okazuje się, iż opisane powyżej działania inwestycyjne w przeważającej mierze były realizowane z własnych środków przedsiębiorców i tylko 20% z nich korzystało ze wsparcia z funduszy unijnych. W ramach tego wsparcia 25% podmiotów dofinansowało swoje działania w wysokości niepełna 10%, około 40% badanych którzy korzystali ze wsparcia zewnętrznego dofinansowała inwestycje w wysokości 10-30%, kolejne 20% badanych skorzystało z dofinansowanie w wysokości 30-50% i tylko 15% badanych korzystających ze wsparcia ze środków unijnych oceniło poziom wsparcia powyżej 50%.

Wykres 41. Ocena stopnia korzystania ze środków unijnych w ciągu ostatnich 5 lat

Czy w ciągu ostatnich 5 lat przy finansowaniu inwestycji Państwa firma korzystała z pomocy finansowej z funduszy unijnych?

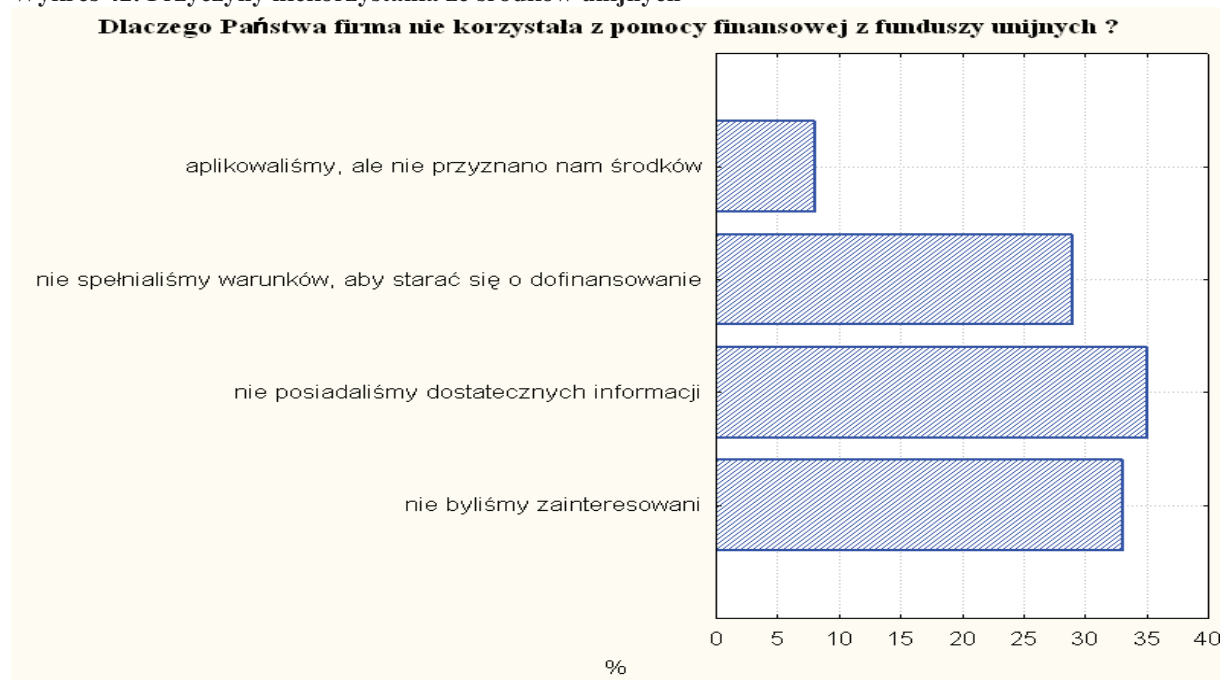


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Przeważająca grupa badanych w procesie inwestycyjnym nie korzystała ze wsparcia ze środków unijnych i w grupie tej zaledwie około 16% przedsiębiorców stwierdziło, iż składali wnioski o dofinansowanie inwestycji jednak nie zostały one pozytywnie zaopiniowane. Blisko 30% przedsiębiorców stwierdziło, że ich firmy nie spełniały warunków stawianych firmom starającym się o dofinansowanie i wydaje się, że była to raczej odpowiedź wymijająca w sytuacji braku środków własnych albo też przedsiębiorcy nie do końca poznali różnorodność możliwości dofinansowania. Można to połączyć z odpowiedziami 40% badanych z tej grupy, którzy stwierdzili, iż nie posiadali dostatecznych informacji. Łącznie świadczyć to może o wysokim poziomie ignorancji jeśli chodzi o możliwość czerpania środków finansowych ze źródeł zewnętrznych, a także brakiem zainteresowania intensywniejszym rozwojem. Potwierdza to chociażby stwierdzenie około 33% badanych którzy stwierdzili, iż nie byli zainteresowani zewnętrzną pomocą finansową, a także wskazywali na brak środków własnych i potrzebę dużych wkładów własnych, które to opinie znalazły się w dodatkowych wypowiedziach.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 42. Przyczyny niekorzystania ze środków unijnych



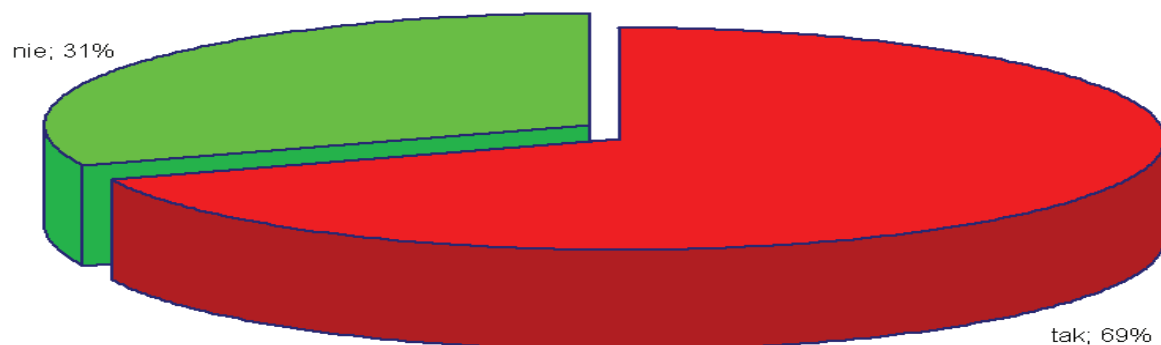
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Niemniej dotychczasowy brak zainteresowania dofinansowaniem ze środków unijnych nie oznacza całkowitego odwrócenia się przedsiębiorców od takiego rodzaju finansowania. Przedsiębiorcy zapytani o taką możliwość w przyszłości w blisko 70% stwierdzają, że będą z dużym prawdopodobieństwem aplikowali o środki unijne. Niestety nadal ponad 30% badanych stwierdza, iż nie jest zainteresowana pozyskaniem wsparcia finansowego z takich źródeł, a wśród przyczyn podawane są zazwyczaj:

- brak potrzeby, brak planów rozbudowy;
- nie jesteśmy za bardzo poinformowani, z jakich moglibyśmy korzystać;
- otrzymanie pomocy graniczy z cudem;
- nie widzą powodów;
- likwidacja firmy;
- już korzystaliśmy;
- mała firma.

Wykres 43. Ocena skłonności do skorzystania z funduszy unijnych

Czy Państwa firma zamierza skorzystać z funduszy unijnych w ciągu najbliższych 3 lat?



N=100

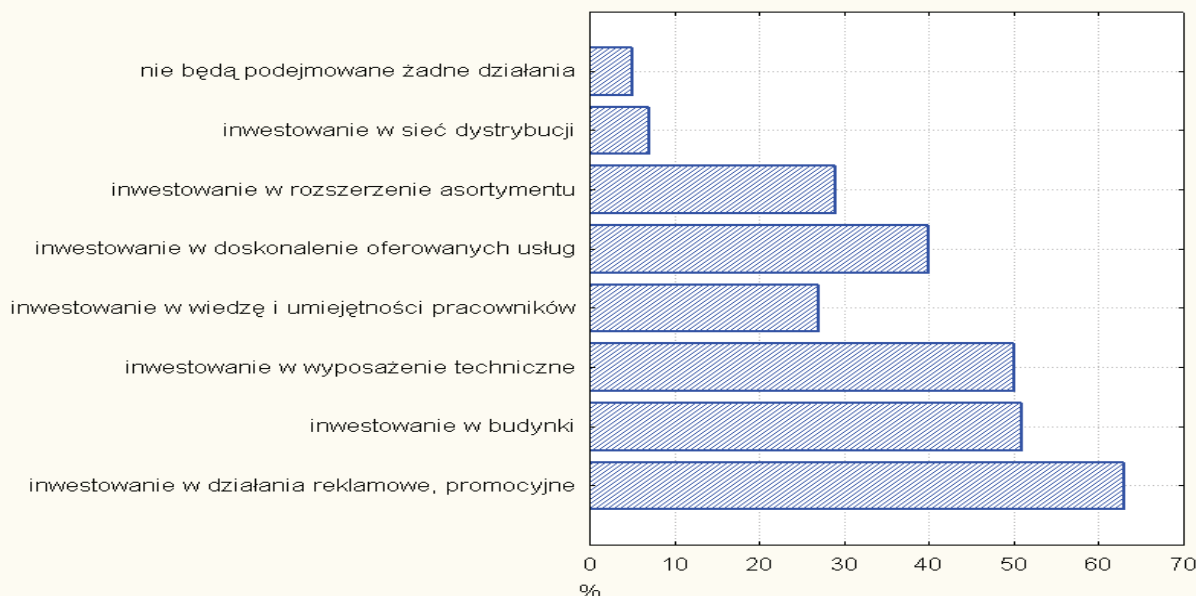
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Interesujących informacji dostarczają dane na temat zamierzeń inwestycyjnych badanych przedsiębiorców (wykres 44). Na pierwszym miejscu stawiają oni konieczność inwestowania w działania reklamowe i promocyjne, na co wskazało około 63% badanych. Około 50% badanych w dalszym ciągu chce inwestować w budynki oraz infrastrukturę techniczną, a na kolejnym miejscu znalazły się zamierzenia dotyczące inwestycji w doskonalenie oferowanych usług. Stosunkowo mało firm zamierza rozszerzać asortyment i podnosić wartość kapitału ludzkiego, co w dalszym ciągu stoi w sprzeczności z wcześniejszymi stwierdzeniami o dużym znaczeniu zasobów ludzkich. Ponadto potwierdzają się wcześniejsze dywagacje, iż badane firmy mają prawdopodobnie tylko lokalny charakter i nie zamierzają inwestować w sieć dystrybucyjną.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 44. Rodzaj planowanych działań inwestycyjnych w ciągu najbliższych 12 miesięcy

Jakie działania inwestycyjne zamierzają Państwo podjąć w ciągu najbliższych 12 miesięcy?

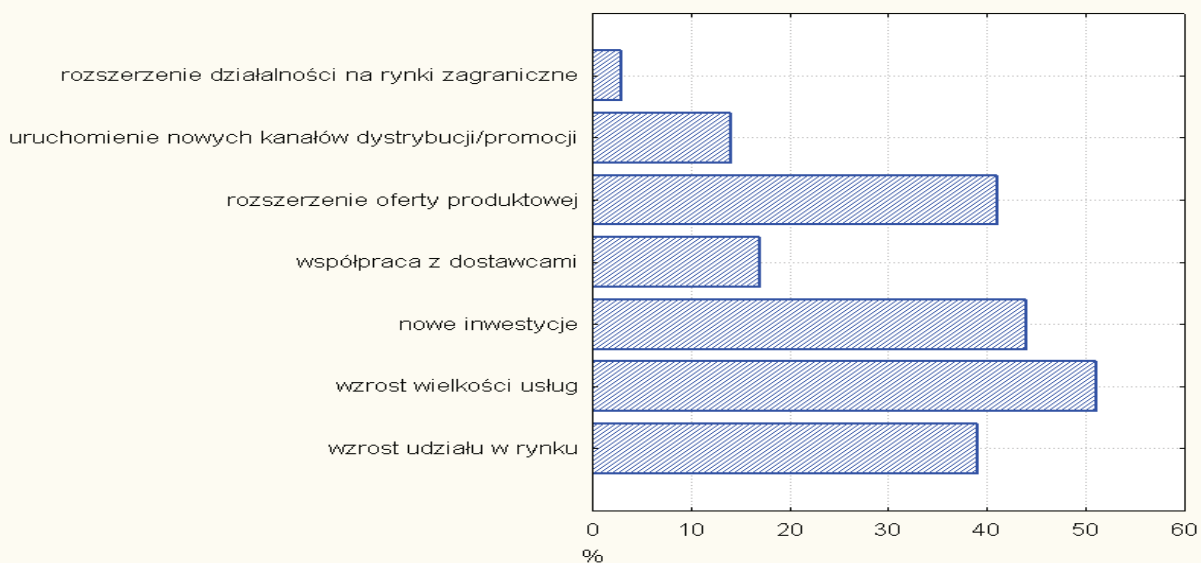


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Co do kierunków strategicznych największa uwaga zostanie skupiona na wzroście wielkości usług, nowych inwestycjach, rozszerzeniu oferty produktowej oraz wzroście udziału w rynku. Takie zamierzenia zgłasza około 40-50% badanych i w tej grupie można doszukiwać się lokalnych liderów, którzy z dużym prawdopodobieństwem przetrwają na rynku i rozwiną się w przyszłości. Plany strategiczne w dalszym ciągu nie obejmują szerszej ekspansji w postaci nowych kanałów dystrybucji czy też poszerzenia współpracy (wykres 45).

Wykres 45. Przewidywane strategiczne kierunki rozwoju

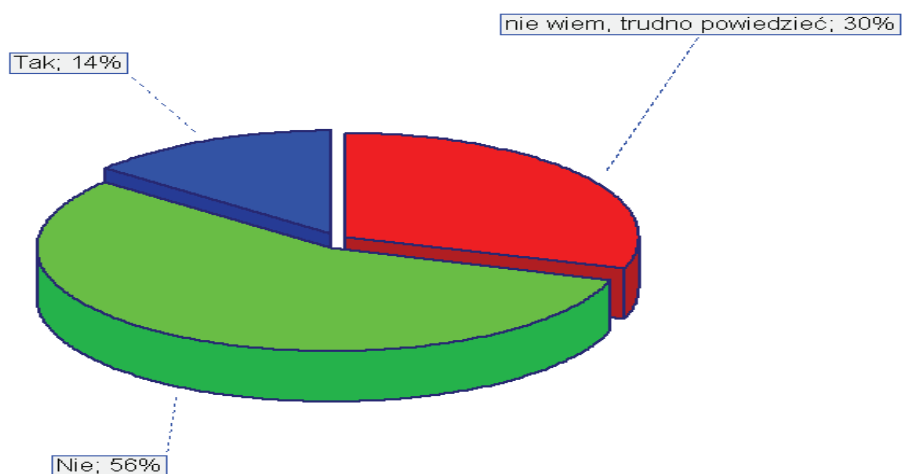
Jakie przewidują Państwo najważniejsze strategiczne kierunki rozwoju firmy w perspektywie najbliższych 2-3 lat?



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wykres 46. Plany w zakresie rozszerzenia działalności na inne segmenty

Czy zamierzają Państwo rozszerzyć działalność na inne segmenty rynku?



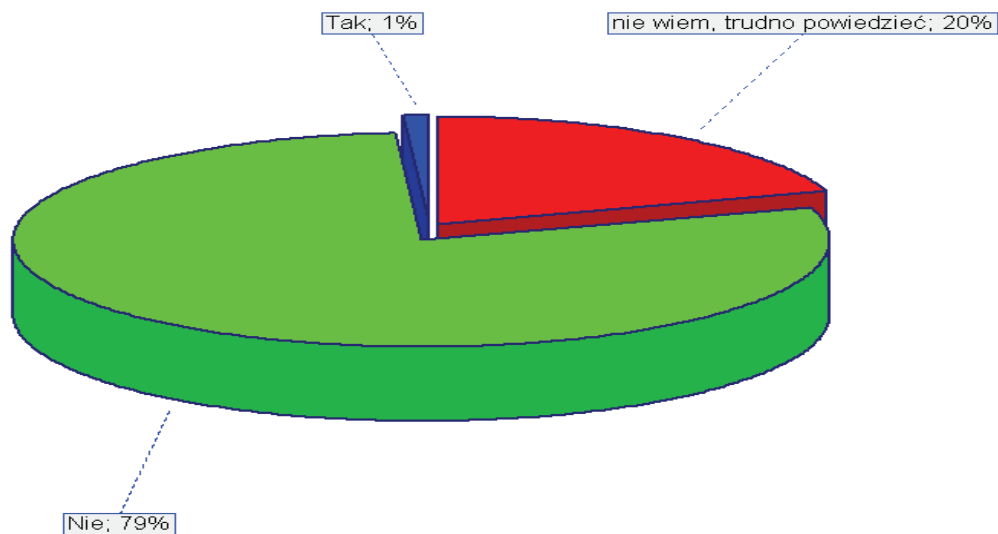
N=100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Powyższe rozważania co do niechęci rozszerzania zakresu swojej działalności znajdują potwierdzenie w fakcie, iż tylko 14% badanych zamierza rozszerzyć działalność na inne segmenty. Tymczasem aż 56% badanych definitywnie stwierdza, iż nie są zainteresowani rozszerzaniem działalności na inne segmenty, a kolejne 30% ma znaczne trudności w zadeklarowaniu nowych kierunków rozwoju. Z pewnością też można stwierdzić, iż jakakolwiek ekspansja na pewno nie będzie odbywała się drogą przejmowania innych firm (wykres 47).

Wykres 47. Plany w zakresie ekspansji rynkowej

Czy przewidują Państwo ekspansję rynkową poprzez przejęcie innych firm?



N=100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

3.4. Analiza otoczenia konkurencyjnego

Trzecia część badania ankietowego dotyczyła analizy otoczenia konkurencyjnego sektora turystycznego. Pytania zadawane przedsiębiorcom dotyczyły czynników utrudniających rozwój turystyki, oceny konkurencji w analizowanym sektorze oraz oceny ryzyka pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej przez badanych działalności.

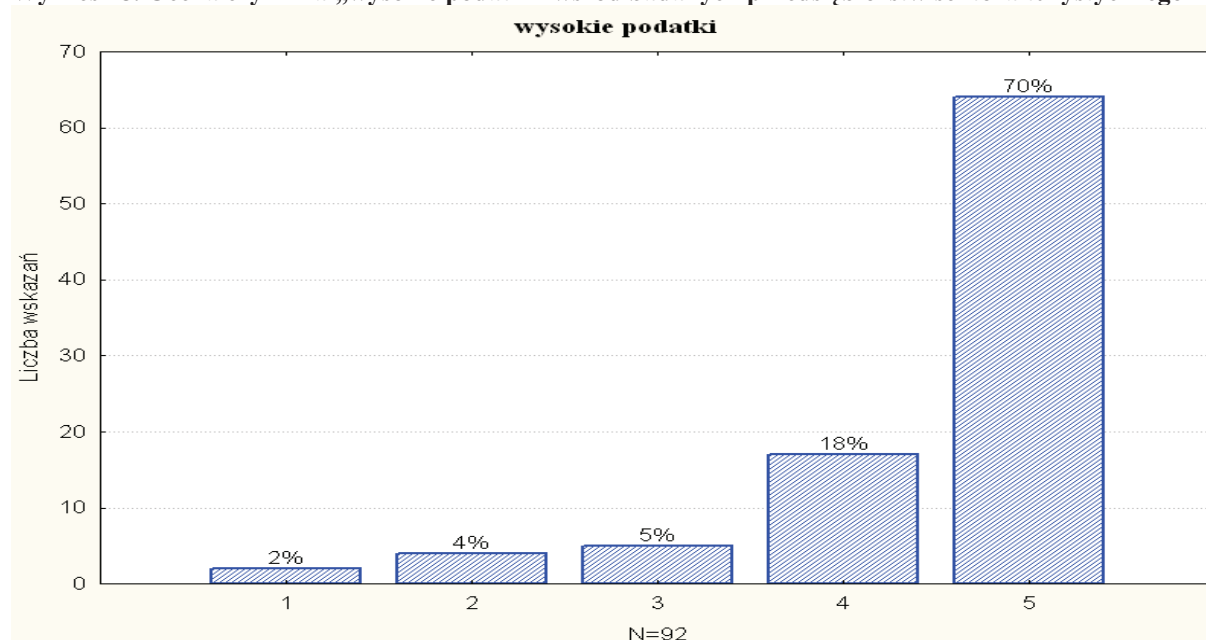
Podczas badania przedsiębiorcy ocenili w skali od 1 do 5 (gdzie 1 oznaczało zupełne nie utrudnia zaś 5 bardzo utrudnia) pewne czynniki pod względem ich utrudniania rozwoju rynku turystycznego. Możliwa była również opcja wyboru wariantu 0 oznaczającego brak zdania na temat danego czynnika.

Na liście ocenianych czynników znalazły się :

- wysokie podatki;
- wysokie koszty pracy;
- wysokie koszty inwestycji początkowych;
- rosnące ceny wpływające na mniejszą konkurencyjność polskich produktów/usług;
- niespójne i niejasne przepisy prawne;
- silna presja ze strony podmiotów funkcjonujących w sektorze;
- mała dostępność środków na inwestycje;
- monopolizacja rynku.

Zgodnie z przewidywaniami wysokie podatki okazały się być bardzo utrudniającym czynnikiem w rozwoju rynku, bowiem 88 % ocen to oceny najwyższe czyli 5 i 4. Nieliczne jednostki uważają ten czynnik za nie utrudniający rozwoju turystyki, zaś 8% respondentów nie wyraziło swojej opinii na temat tego czynnika (Wykres 48. Ocena czynnika „Wysokie podatki” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego).

Wykres 48. Ocena czynnika „wysokie podatki” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



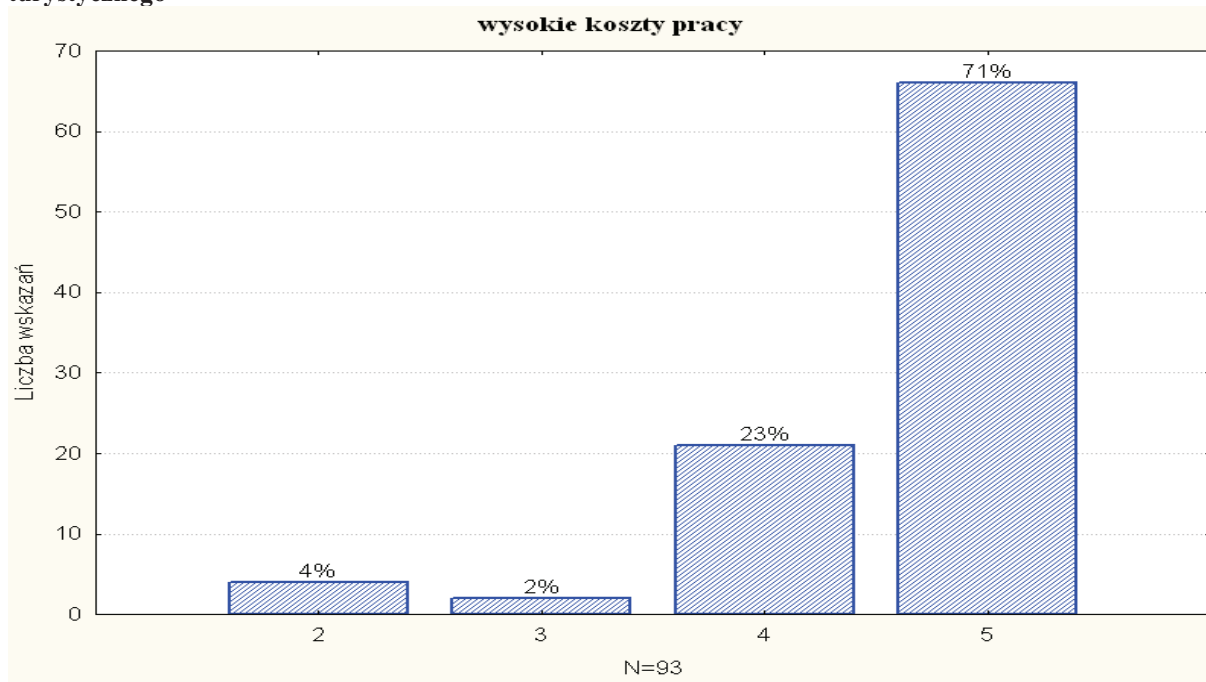
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Kolejnym bardzo utrudniającym czynnikiem w opinii przedsiębiorstw sektora turystycznego są wysokie koszty pracy. Oceny najwyższe (5 i 4) oddało 94% oceniających, a na uwagę zasługuje fakt, że żaden respondent

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

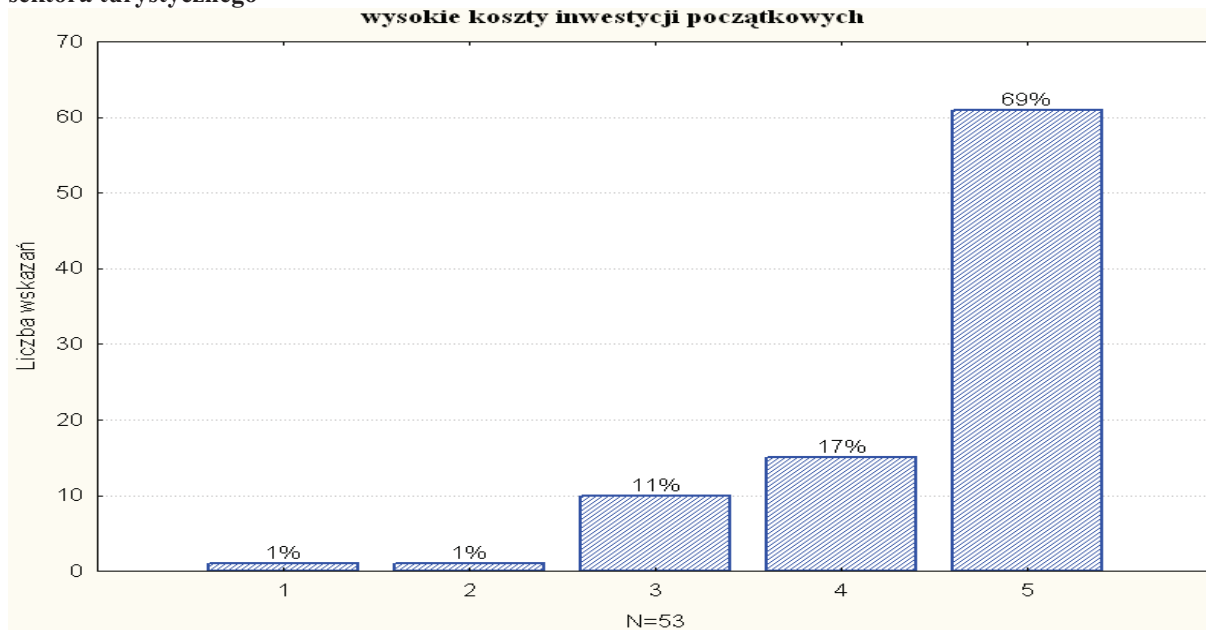
nie wskazał oceny 1 (Wykres 49. Ocena czynnika „wysokie koszty pracy” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego).

Wykres 49. Ocena czynnika „wysokie koszty pracy” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wykres 50. Ocena czynnika „wysokie koszty inwestycji początkowych” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

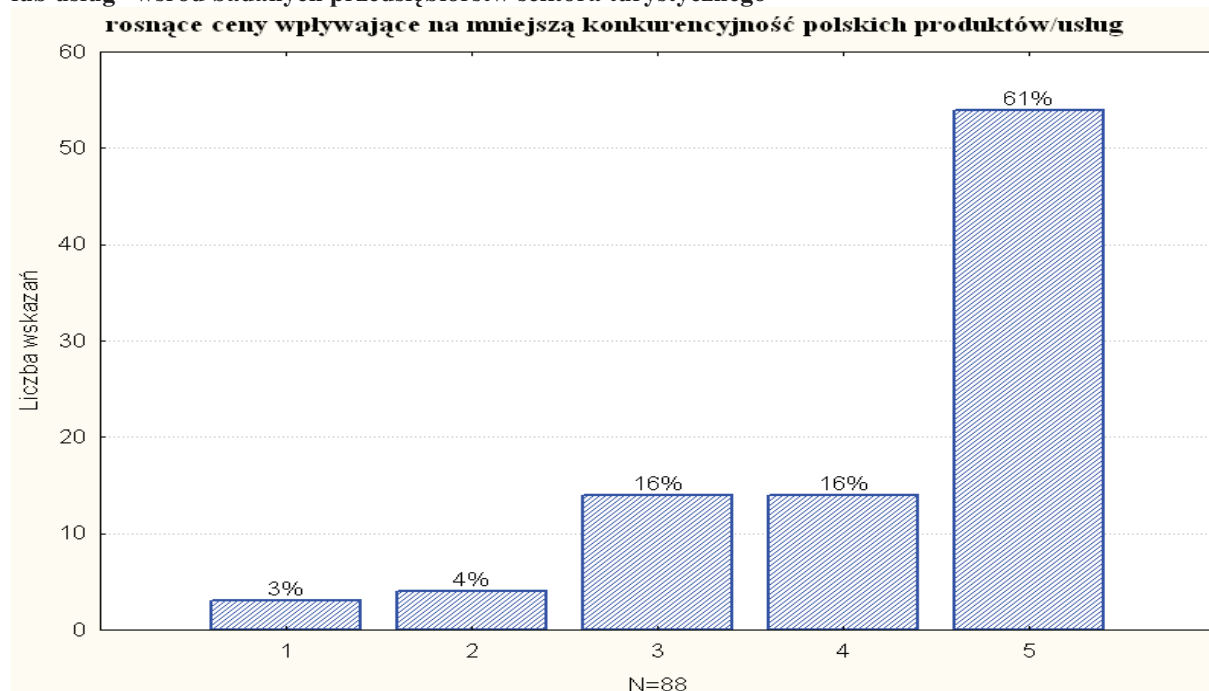
Kolejnym ocenianym czynnikiem utrudniającym rozwój turystyki były wysokie koszty inwestycji początkowych. Ten czynnik oceniło zaledwie 53 respondentów, pozostałe 47 wskazań to brak opinii na temat

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

wpływu tego czynnika w rozwoju sektora. Noty oceniających były raczej wysokie, bo 80% wskazań dotyczyło oceny 4 i 5, ale 11% oceniło wysokie koszty inwestycji początkowych jako czynnik w średnim stopniu utrudniający rozwój turystyki (wykres 50).

Według badanych rozwój turystyki utrudniają również rosnące ceny wpływające na mniejszą konkurencyjność polskich produktów lub usług. Średnia ocena dla tego czynnika to 4,28. Za czynnik nie mający znaczenia w rozwoju sektora turystycznego uznało rosnące ceny 7% oceniających. Umiarkowane znaczenie w rozwoju ma ten czynnik u 11% oceniających. Pozostali wskazywali na duże lub bardzo duże znaczenie tego czynnika w rozwoju turystyki (wykres 51)

Wykres 51. Ocena czynnika „rosnące ceny wpływające na mniejszą konkurencyjność polskich produktów lub usług” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego

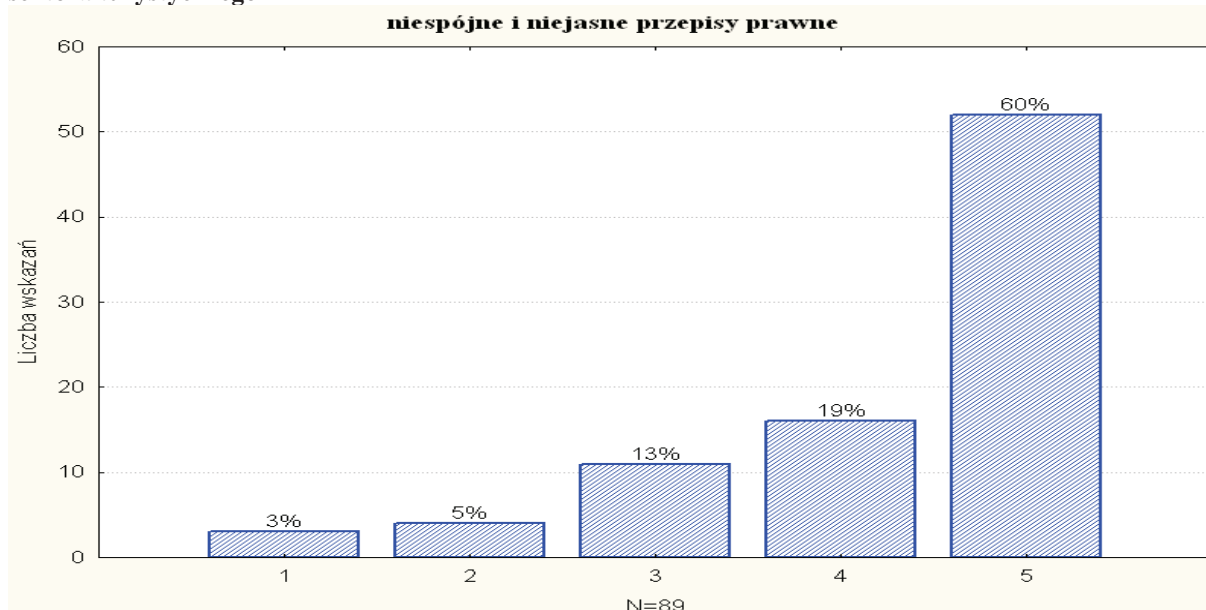


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Niespójność i niejasność przepisów prawnych to kolejny czynnik oceniany przez przedsiębiorców sektora turystycznego. Przeważająca część oceniających (79%) wskazała oceny 4 i 5 dla tego czynnika, a zatem zdaniem przedsiębiorców przepisy prawne utrudniają rozwój sektora (Wykres 52. Ocena czynnika „niespójne i niejasne przepisy prawne” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

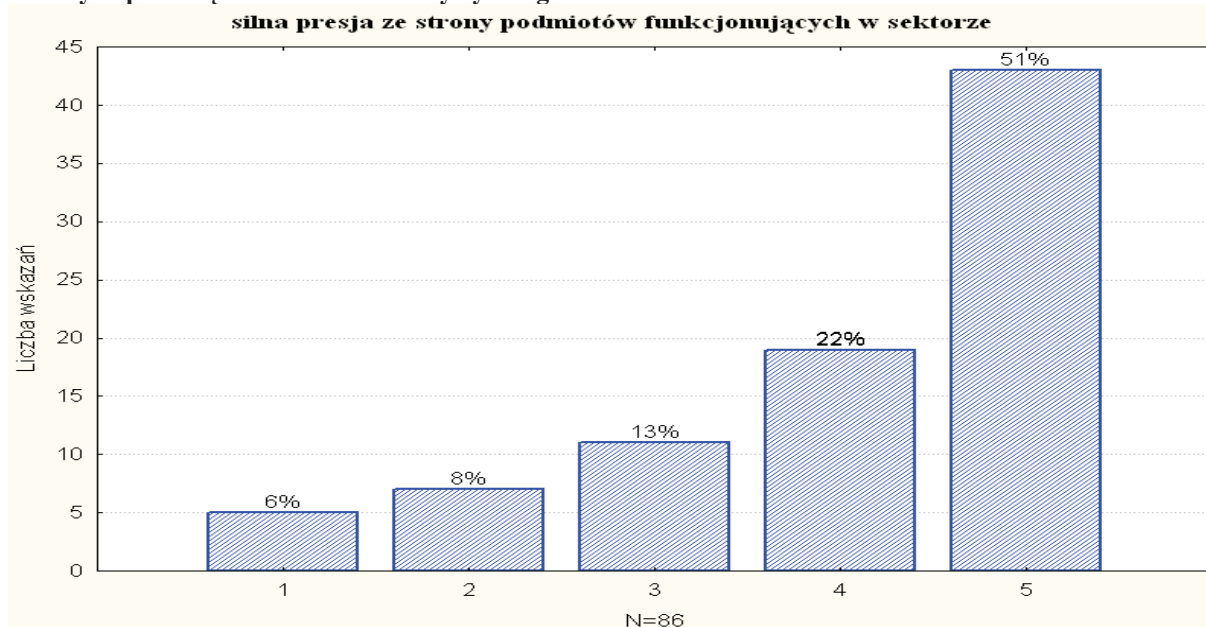
Wykres 52. Ocena czynnika „niespójne i niejasne przepisy prawne” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Presja ze strony podmiotów funkcjonujących w sektorze u około połowy oceniających odgrywa znaczący wpływ na rozwój sektora. Prawie 30% oceniających nie uznaje tego czynnika jako znaczący w rozwoju turystyki (wykres 53).

Wykres 53. Ocena czynnika „silna presja ze strony podmiotów funkcjonujących w sektorze” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego

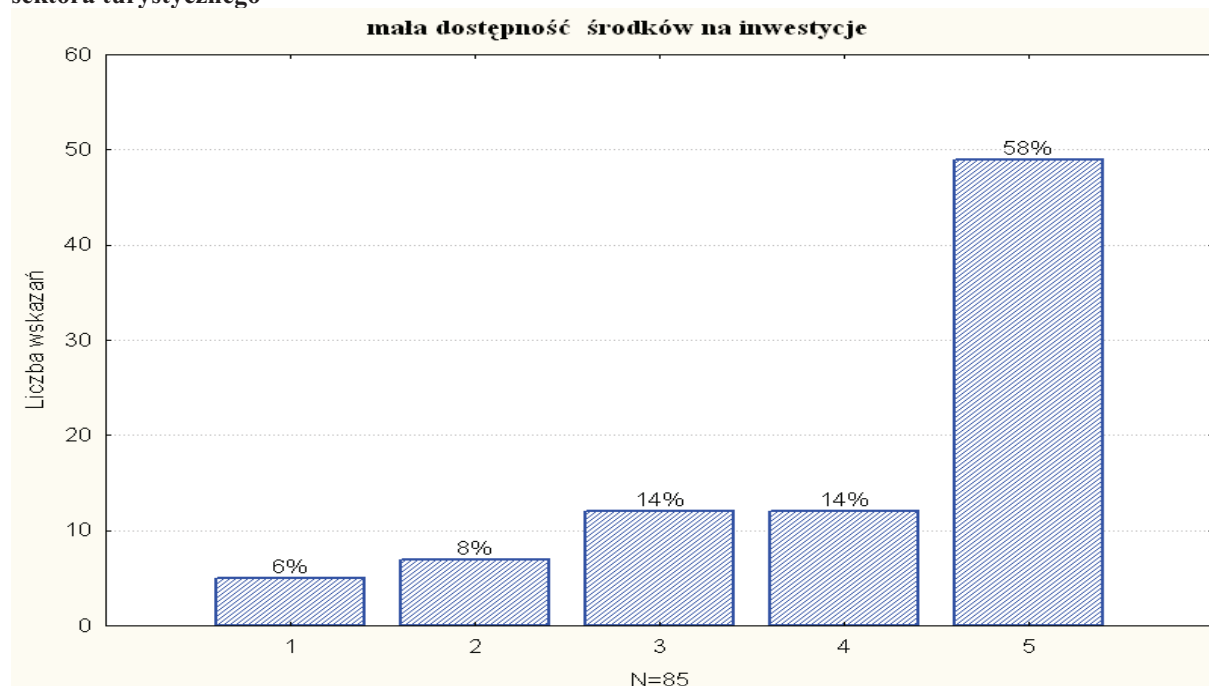


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Kolejnym ocenianym czynnikiem mającym wpływ na rozwój turystyki była mała dostępność środków na inwestycje. W przypadku 58% oceniających czynnik ten ma bardzo duże znaczenie w rozwoju turystyki, 42%

ocenijący rozłożyło swoje głosy dość równomiernie na pozostałe oceny (Wykres 54. Ocena czynnika „mała dostępność środków na inwestycje” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego).

Wykres 54. Ocena czynnika „mała dostępność środków na inwestycje” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego

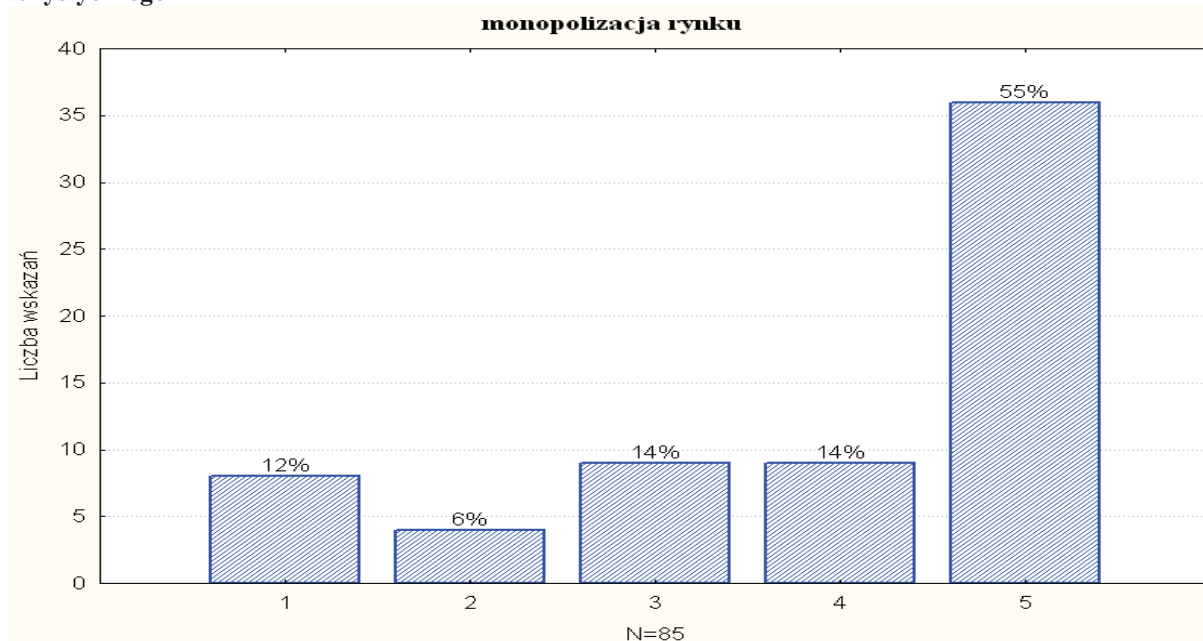


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ostatnim ocenianym czynnikiem była monopolizacja rynku, która okazała się być dość zróżnicowanym ze względu na oceny czynnikiem utrudniającym rozwój turystyki. Ponad połowa uznała ten czynnik za bardzo utrudniający rozwój, ale pozostała część respondentów miała odmienne zdanie, nawet 12% stwierdziło, że monopolizacja rynku turystycznego nie wpływa na rozwój tego rynku. 15% respondentów nie wyraziło opinii na ten temat (Wykres 55. Ocena czynnika „monopolizacja rynku” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

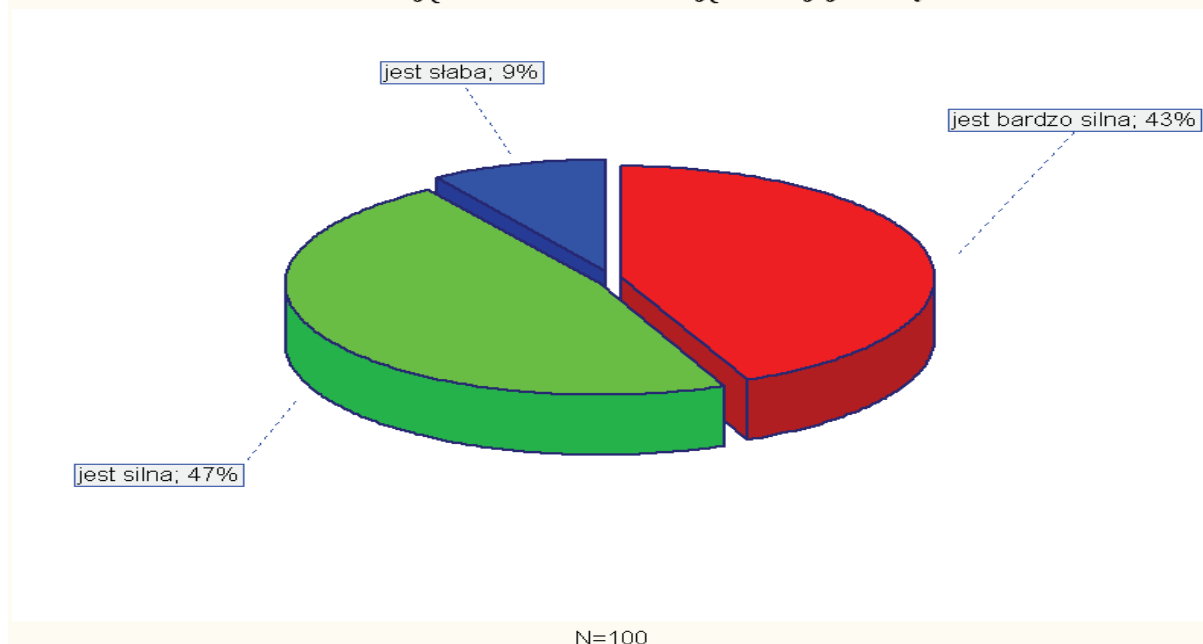
Wykres 55. Ocena czynnika „monopolizacja rynku” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Respondenci mieli również za zdanie ocenić konkurencję w swojej branży i w znaczącej części oceniono ją jako bardzo silną lub silną (wykres 56). Jedynie 9% ankietowanych oceniła konkurencję jako słabą.

Wykres 56. Ocena konkurencji w branży wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego
Jak oceniają Państwo konkurencję w swojej branży?

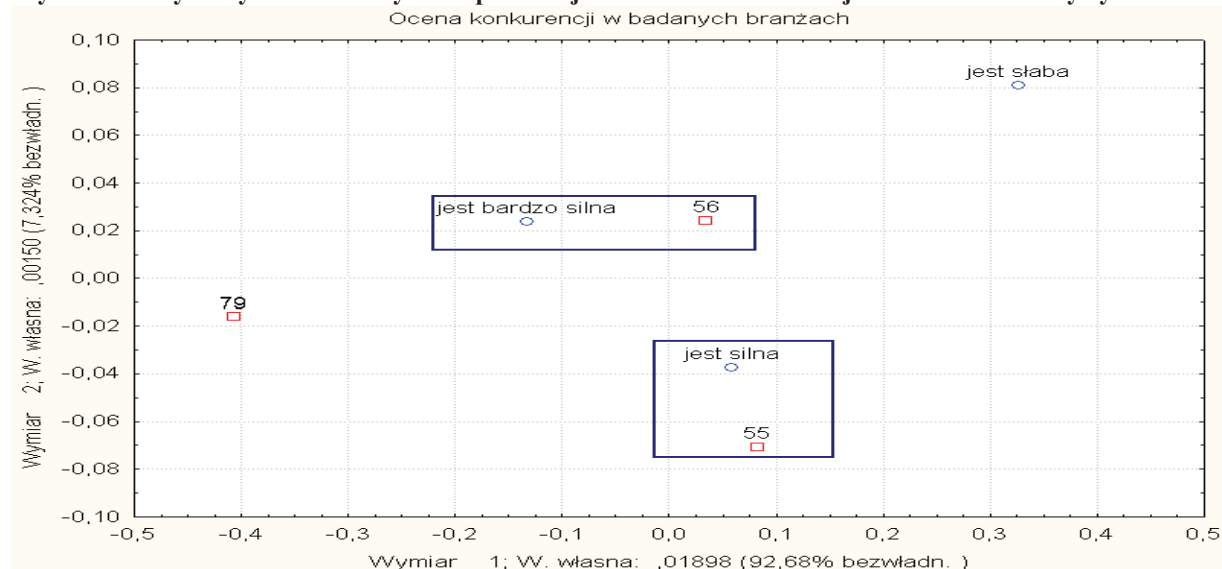


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Jak pokazują wyniki analizy korespondencji (Wykres 57. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu branż sektora turystyki) silną konkurencję wskazują głównie przedsiębiorstwa z branży

zakwaterowanie, zaś bardzo silną głównie przedsiębiorstwa z branży działalność usługowa związana z wyżywieniem.

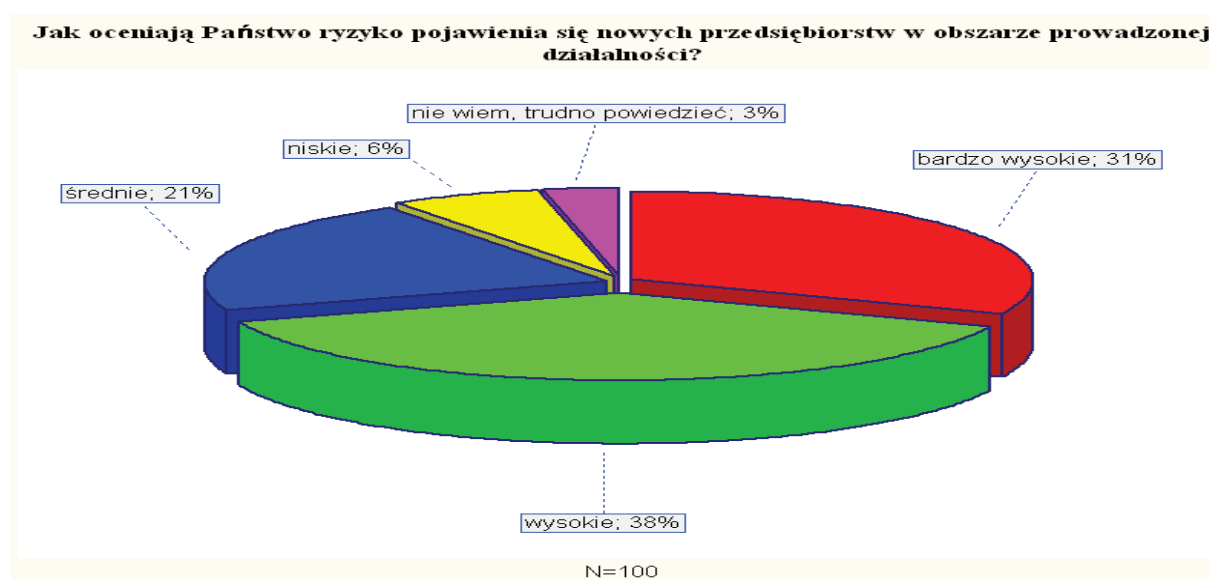
Wykres 57. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu konkurencji branż sektora turystyki



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ryzyko pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej działalności respondenci postrzegają jako wysokie a nawet bardzo wysokie, bowiem tak odpowiadało blisko 70% badanych (wykres 58). Zgodnie z przeprowadzonymi wcześniej badaniami stanu sektora turystycznego oraz z prognozami jego rozwoju wydaje się, że faktycznie zjawisko pojawiania się nowych przedsiębiorstw w sektorze turystycznym będzie miało miejsce.

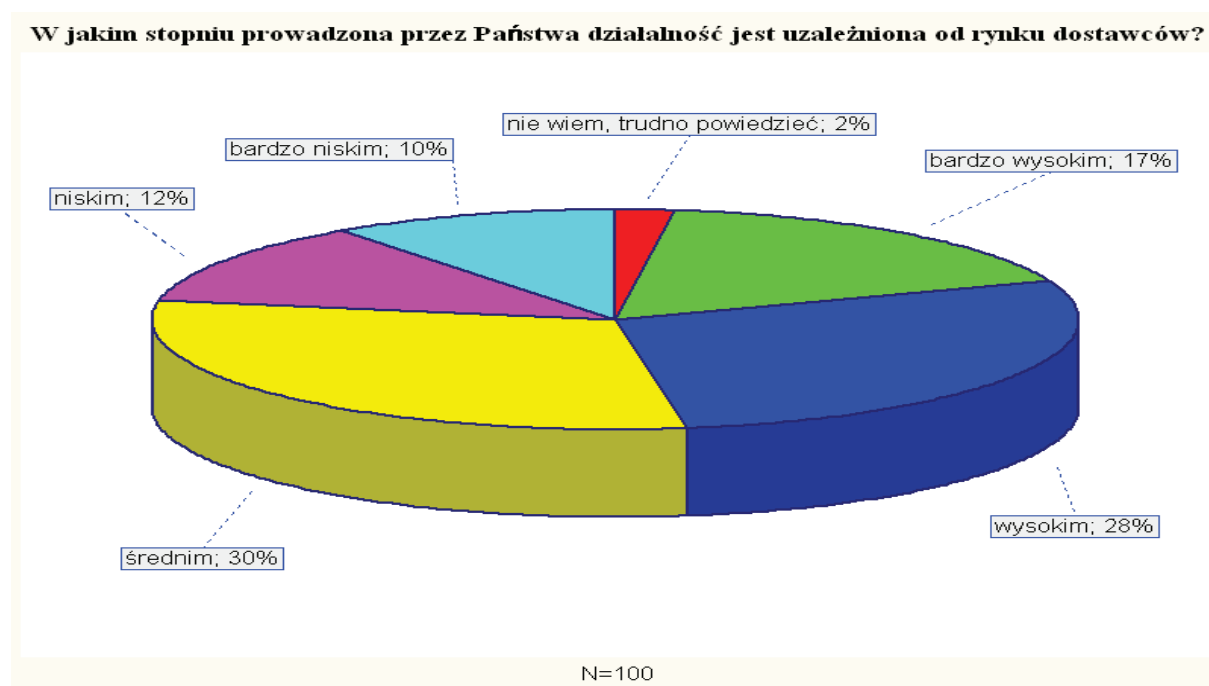
Wykres 58. Ocena ryzyka pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej działalności wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Kolejne pytanie w tej części ankiety dotyczyło stopnia uzależnienia prowadzonej działalności od rynku dostawców. Oceny rozłożyły się dość równomiernie, bowiem 28% badanych wskazuje na wysoki stopień uzależnienia od rynku dostawców, 17% na bardzo wysoki, 2% na niski albo bardzo niski (wykres 59).

Wykres 59. Ocena stopnia uzależnienia prowadzonej działalności od rynku dostawców wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego

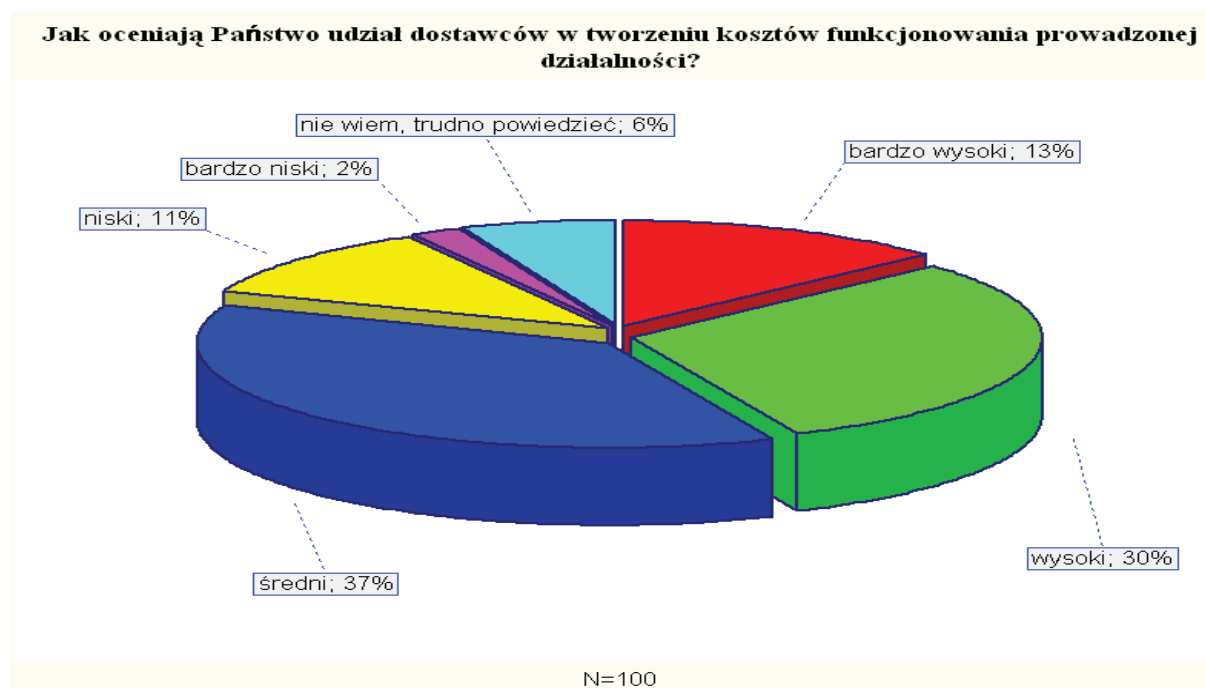


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Ostatnie pytanie w tej części ankiety dotyczyło oceny udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności. W przypadku tego pytania, podobnie jak w pytaniu poprzednim, warianty ocen rozłożyły się dość równomiernie. 43% badanych przedsiębiorstw uważa, że udział dostawców jest wysoki albo bardzo wysoki, natomiast 50% ocenia udział dostawców jako niski lub średni (wykres 60)

Wykres 60. Ocena udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego

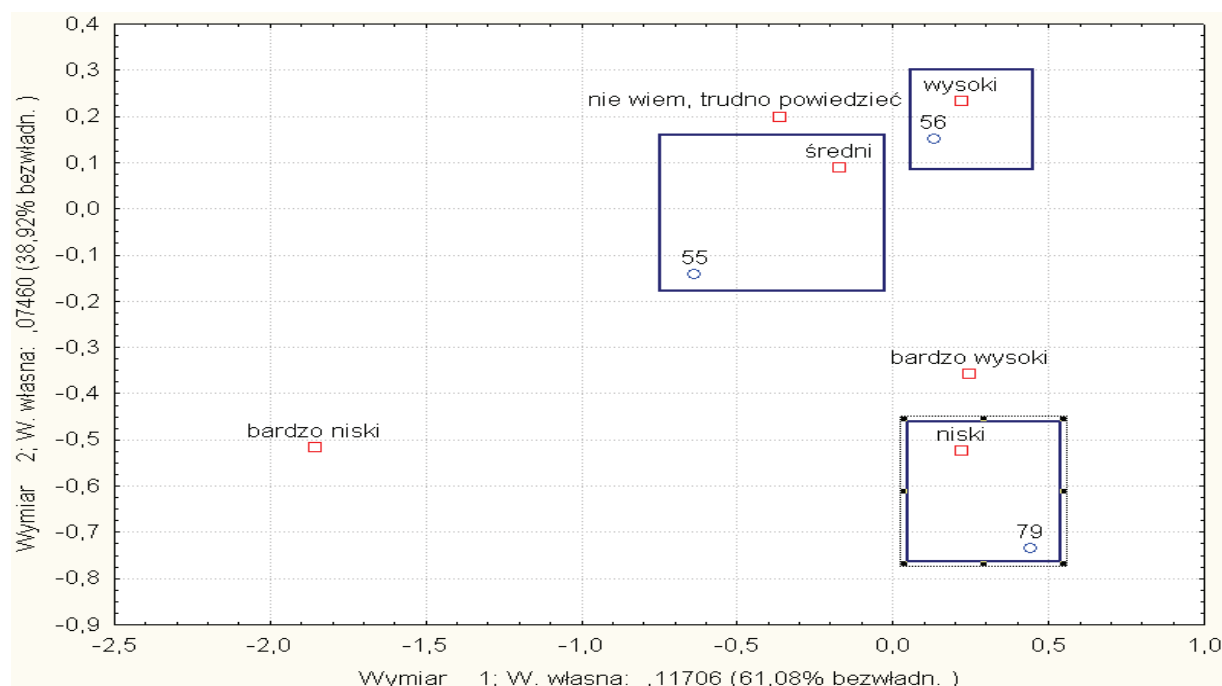


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Na uwagę zasługują wyniki analizy korespondencji (Wykres 61. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności w badanych branżach sektora turystyki), które wskazują, że wysoki udział dostawców w tworzeniu kosztów działalności występuje głównie w przedsiębiorstwach reprezentujących usługi związane z wyżywieniem, średni udział dostawców występuje w przedsiębiorstwach reprezentujących branżę zakwaterowanie, natomiast przedsiębiorstwa reprezentujące organizację turystyki głównie wskazywały niski udział dostawców w tworzeniu kosztów prowadzonej działalności.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 61. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności w badanych branżach sektora turystyki



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.5. Analiza stanu zatrudnienia

Czwarta część realizowanych badań dotyczyła oceny stanu i perspektyw zmian dotyczących obszaru zatrudniania. W tym celu przeprowadzona została analiza ilościowo-jakościowa stanu zatrudnienia oraz zmian w zatrudnieniu, a w tym: analiza dostępności i zapotrzebowania na kadry (stopień i źródła zaspokojenia potrzeb kadrowych pracodawcy, stopień realizacji wymagań pracodawcy w zakresie: umiejętności i kwalifikacji, postaw pracowniczych, poziomu wynagrodzeń), analiza rozwoju kadr pracowniczych.

Respondentów poproszono w pierwszej kolejności o scharakteryzowanie struktury zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach pod względem płci, wieku, poziomu wykształcenia i form zatrudnienia. W strukturze zatrudnienia badanych przedsiębiorstwa kobiety stanowią około 75%, Zdecydowana większość zatrudnionych (60%) to osoby w wiek od 25 do 40 lat, ze średnim wykształceniem (60%) oraz zatrudnieni na umowę o pracę na czas nieokreślony (68%) – tabela 54.

Tabela 54. Struktura zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach

Cecha	Charakterystyka badanych cechy	Średni udział pracowników [procenty]
Płeć	kobiety	75
	mężczyźni	25
	razem	100%
Wiek	poniżej 25 lat	22
	25 – 45 lat	60
	powyżej 45 lat	18
	razem	100%
Wykształcenie	podstawowe	2
	średnie	60
	wyższe	38

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

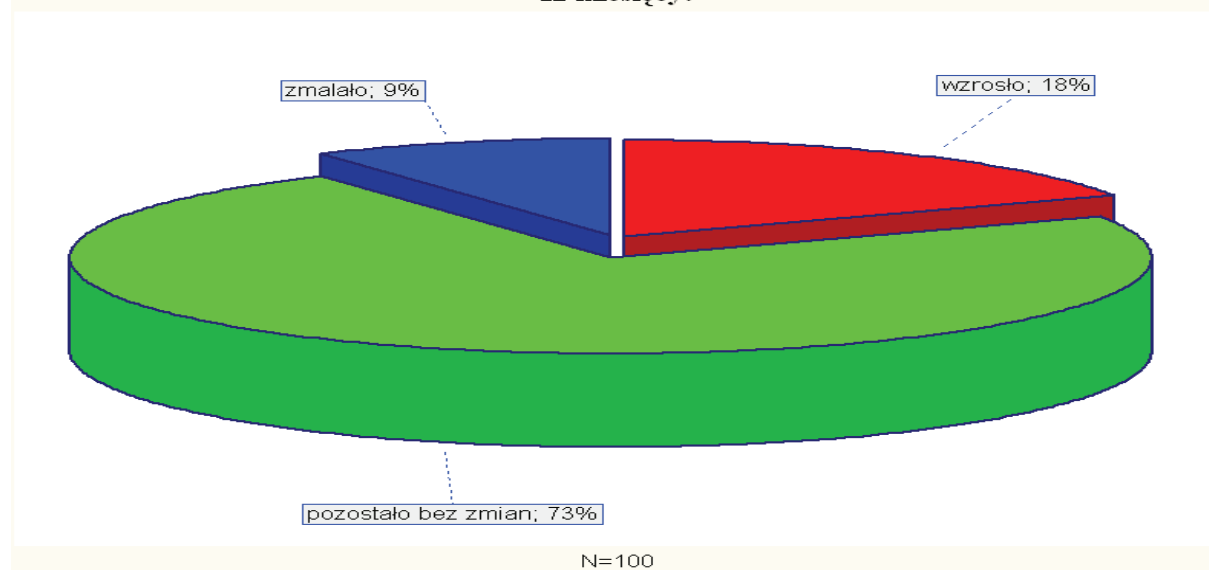
	razem	100%
Formy zatrudnienia	umowa o pracę na czas nieokreślony	68
	umowa o pracę na czas określony	20
	umowa zlecenie/ o dzieło	12
	razem	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Poznanie opinii respondentów na temat planowanych zmian w zatrudnieniu zostało poprzedzone pytaniem o zmiany w poziomie zatrudnienia jakie nastąpiły w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Zdecydowana większość badanych wskazała, że zatrudnienie pozostało bez zmian (73%), w przypadku 18% badanych przedsiębiorstwa zatrudnienie wzrosło, a jedynie w 9% zatrudnienie spadło. Uzyskane wyniki nie potwierdziły istotnych niekorzystnych zjawisk związanych z redukcją zatrudnienia (Wykres 62 Struktura zmian w zatrudnieniu w ciągu ostatnich 12 miesięcy).

Wykres 62. Struktura zmian w zatrudnieniu w ciągu ostatnich 12 miesięcy

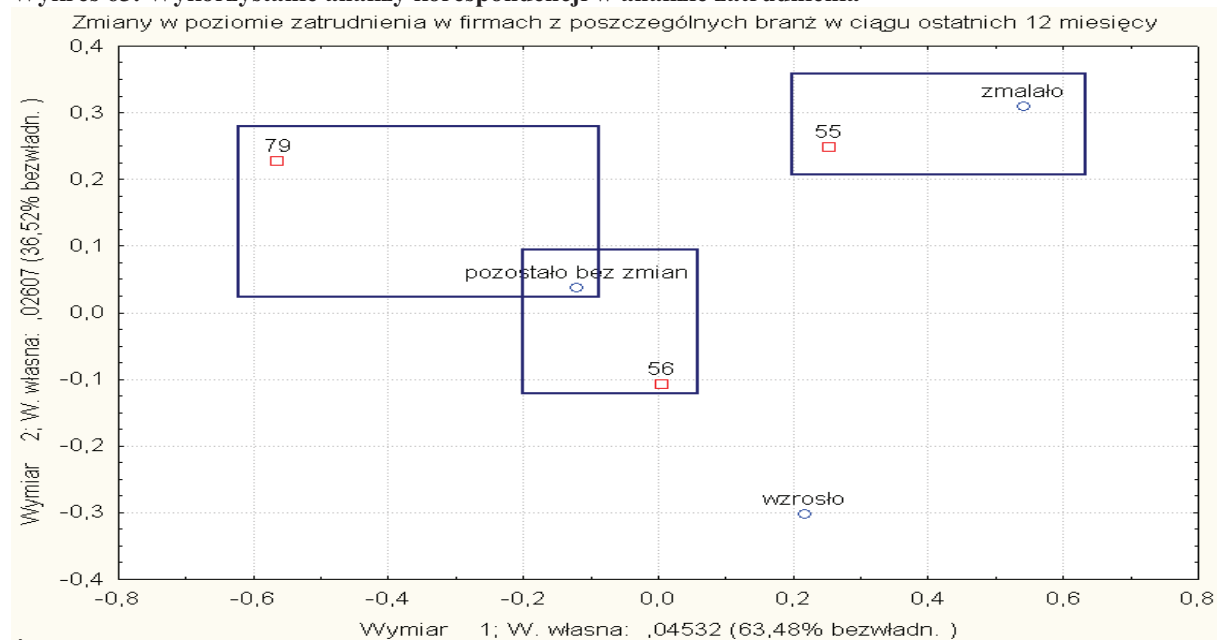
Jakie zmiany w poziomie zatrudnienia nastąpiły w Państwa przedsiębiorstwie w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Przeprowadzone badania wskazały, że respondenci reprezentujący branżę zakwaterowania częściej wskazywali zmniejszenie zatrudnienia w ciągu ostatnich 12 miesięcy, niż dwie pozostałe branże: działalność usługowa związana z wyżywieniem oraz działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane. W tych branżach respondenci częściej deklarowali, że zatrudnienie pozostało bez zmian (Wykres 63. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie zatrudnienia).

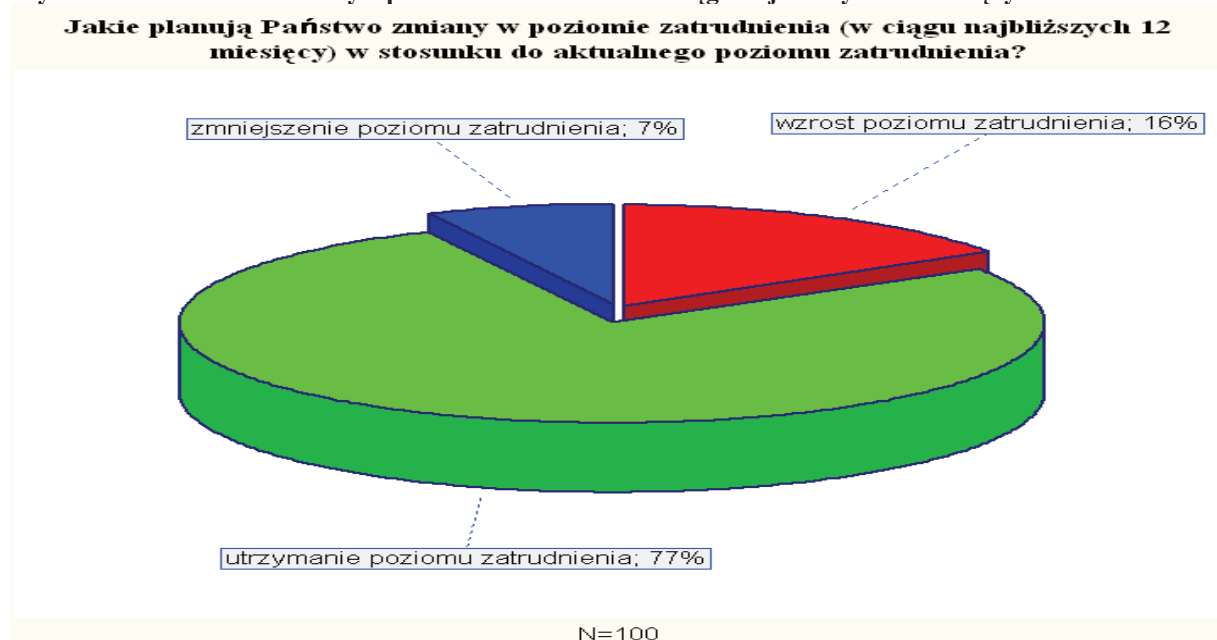
Wykres 63. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Uzyskane odpowiedzi na pytanie dotyczące planowanych zmian w poziomie zatrudnienia, odzwierciedla raczej optymizm badanych przedsiębiorstw. W 16% badanych przedsiębiorstw planowany jest wzrost zatrudnienia, w stosunku do 7%, gdzie planowana jest redukcja zatrudnienia. Przedstawiciele pozostałych badanych organizacji deklarowali, że zatrudnienie pozostanie bez zmian (wykres 64).

Wykres 64. Planowane zmiany z poziomem zatrudnienia w ciągu najbliższych 12 miesięcy



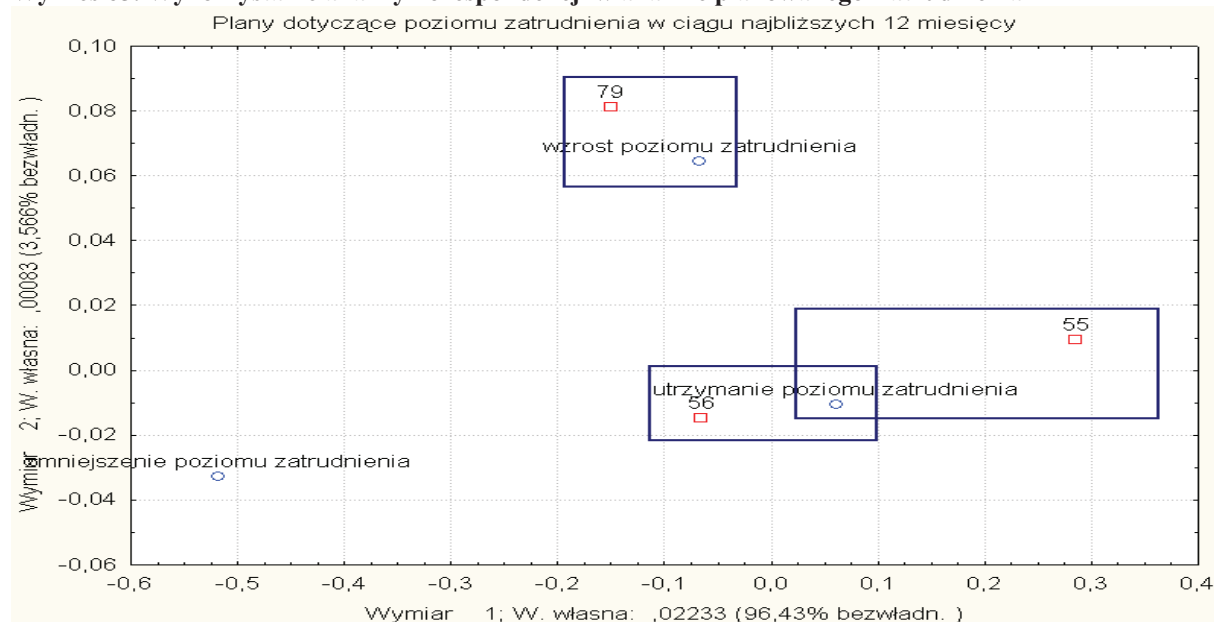
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

W przypadku planów dotyczących zmiany zatrudnienia w ciągu najbliższych 12 miesięcy firmy reprezentujące branżę zakwaterowania oraz działalność usługową związaną z żywnością głównie planują

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

utrzymanie poziomu zatrudnienia. Natomiast przedsiębiorstwa reprezentujące działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostałą działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane wskazują głównie na planowany wzrost poziomu zatrudnienia (Wykres 65. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie planowanego zatrudnienia).

Wykres 65. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie planowanego zatrudnienia

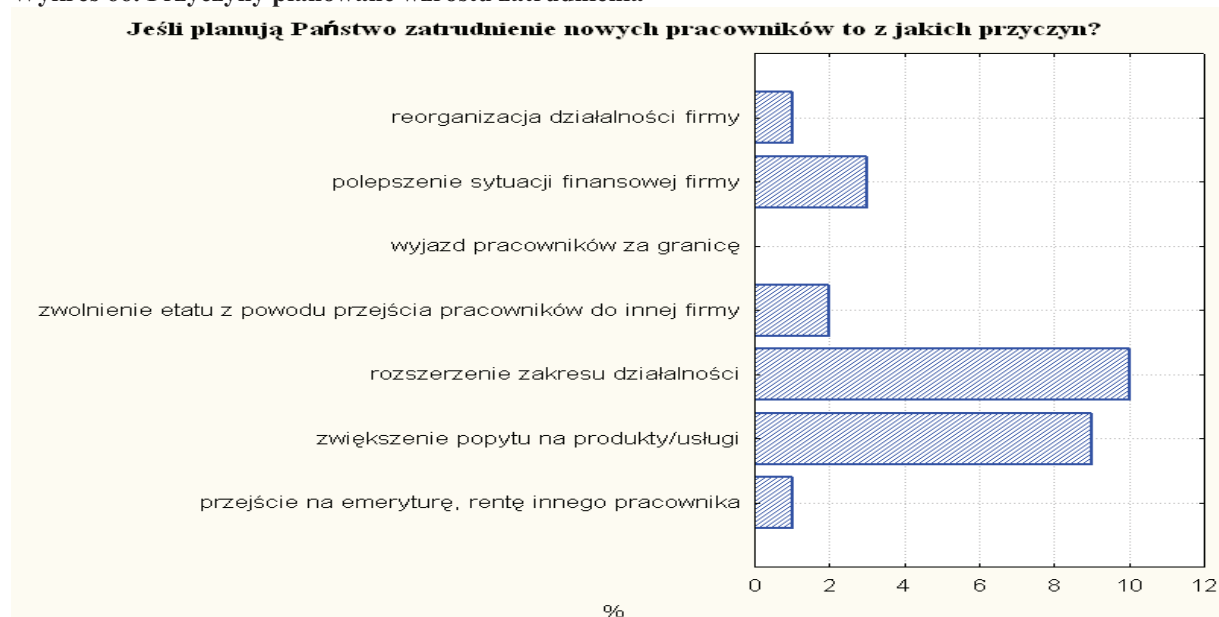


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

W przypadku respondentów, którzy planują zatrudnianie nowych pracowników, poproszono o wskazanie przyczyn planowanego wzrostu zatrudnienia. Do najczęściej wskazywanych przyczyn planowanych zmian w zatrudnieniu respondenci zaliczyli rozszerzenie zakresu działalności oraz przewidywane zwiększenie popytu na świadczone usługi. W żadnym z badanych przedsiębiorstw jako przyczyna planowanego wzrostu zatrudnienia nie została wymieniona przyczyna związana z wyjazdem aktualnie zatrudnionych pracowników za granicę w poszukiwaniu lepszej pracy (wykres 66).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

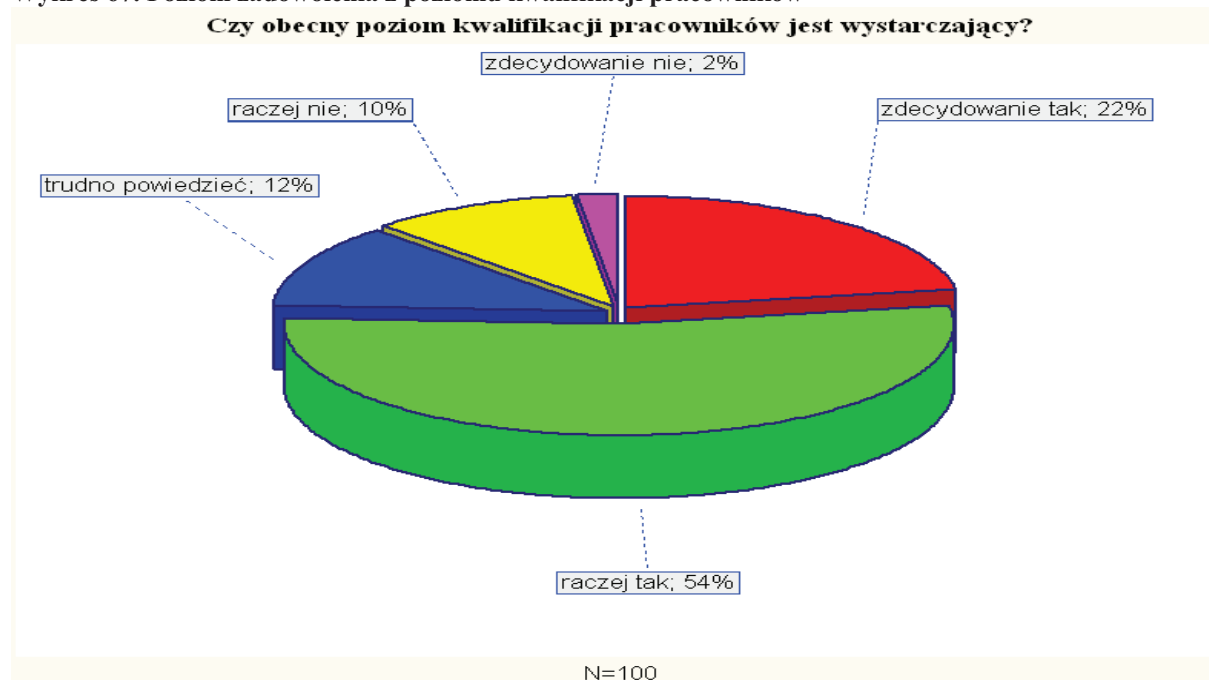
Wykres 66. Przyczyny planowane wzrostu zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Polityka zatrudnienia realizowana na poziomie przedsiębiorstwa oprócz czynników zewnętrznych np. dotyczących zmian z popycie na świadczone usługi uzależniona jest od czynników wewnętrznych takich jak dotychczasowe kwalifikacje pracowników i stopień zadowolenia pracodawców z tych kwalifikacji. Na pytanie Czy obecny poziom kwalifikacji pracowników jest wystarczający? przeszło 75% badanych respondentów odpowiedziało tak lub raczej tak wyrażając tym samym zadowolenie z jakości zasobów kadrowych. W badanej grupie respondentów 12% wskazało, na brak zadowolenia kwalifikacji personelu (Wykres 67. Poziom zadowolenia z poziomu kwalifikacji pracowników).

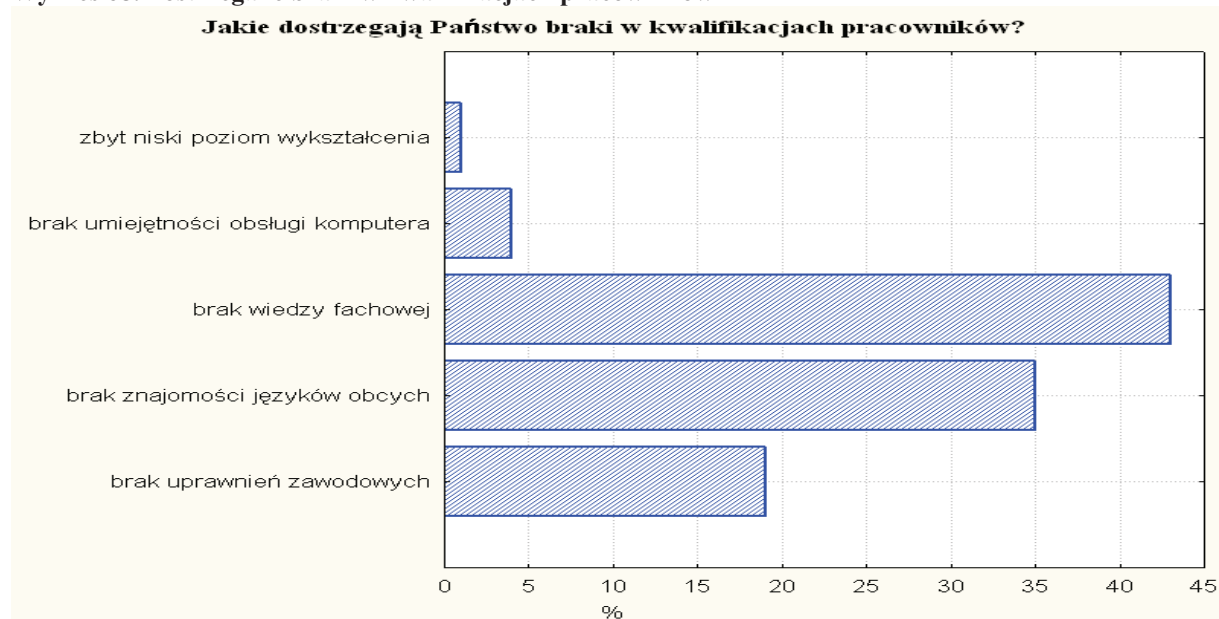
Wykres 67. Poziom zadowolenia z poziomu kwalifikacji pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wśród najczęściej wskazywanych braków w kwalifikacjach personelu respondenci wymieniali: brak znajomości języków obcych oraz brak wiedzy fachowej (specjalistycznej, praktycznej). Często wskazali na brak uprawnień zawodowych (wykres 68). Pracodawcy przywiązują istotną wagę do praktycznych umiejętności i kwalifikacji pracowników, które zdobywane są w raz z nabywanym doświadczeniem zawodowym. W grupie badanych respondentów 14% badanych nie dostrzega braków w kwalifikacjach kadry.

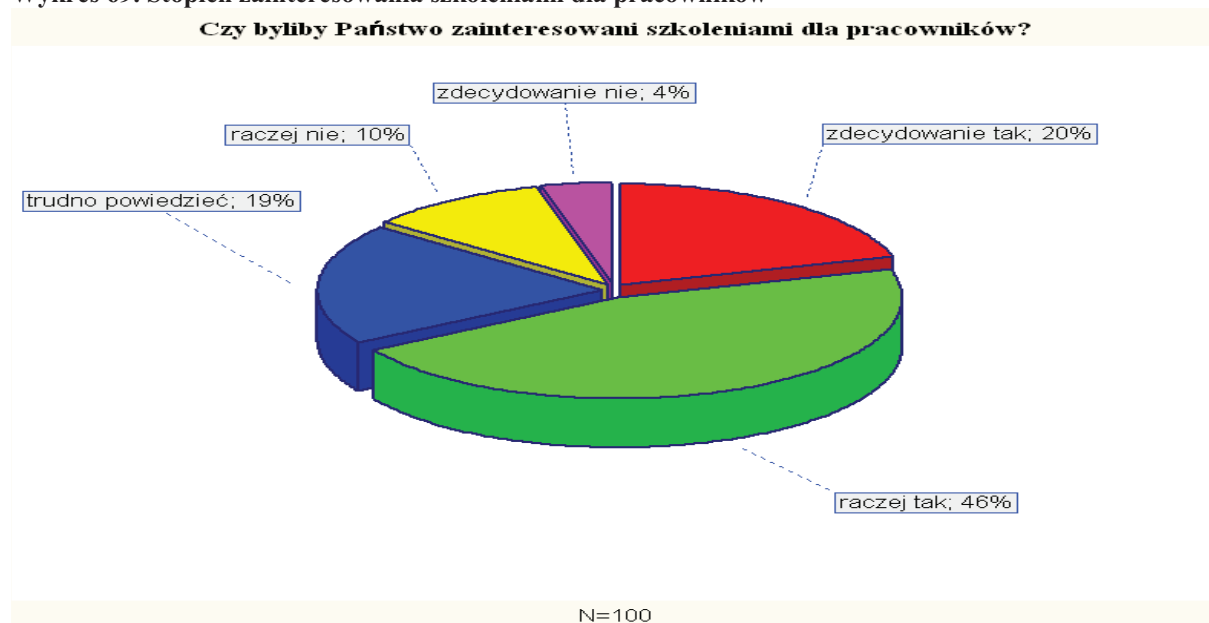
Wykres 68. Postrzegane braki w kwalifikacjach pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Poziom zadowolenia z posiadanych zasobów kadrowych odzwierciedla potencjalne zainteresowanie pracodawców szkoleniami dla pracowników. Zdecydowana większość respondentów, bo aż 66% zadeklarowała zainteresowanie szkoleniami dla pracowników podnoszącymi kwalifikacje. Jedynie 14% respondentów nie jest zainteresowanych udziałem swoich pracowników w szkoleniach (Wykres 69. Stopień zainteresowania szkoleniami dla pracowników).

Wykres 69. Stopień zainteresowania szkoleniami dla pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

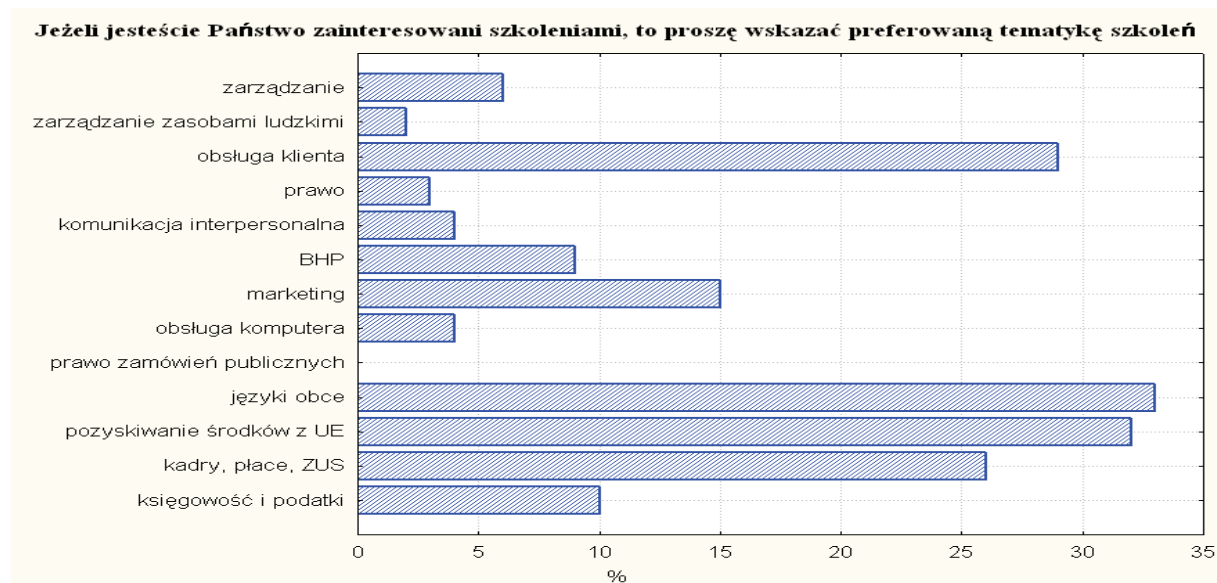
Osoby, które zadeklarowały chęć udziału w szkolenia poproszono o wskazanie rodzajów szkoleń najbardziej przydatnych. Respondenci najczęściej wskazywali zainteresowanie szkoleniami dotyczącymi:

- praktycznej nauki języków obcych;
- umiejętności pozyskiwania środków z UE;
- zarządzania zasobami ludzkimi;
- zagadnień kadrowych, płacowych i ZUS (wykres 70).

Oprócz niewymienionych w kwestionariuszu badawczym tematów szkoleń respondenci wyrazili swoje zainteresowanie szkoleniami zawodowymi, przygotowującymi do wykonywania określonego zawodu np. kucharza czy osoby związanej z obsługą ruchu turystycznego (przewodnik).

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 70. Stopień zainteresowania szkoleniami dla pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Realizowana na poziomie organizacji polityka zatrudnienia uzależniona jest również od stosowanych metod rekrutacji pracowników. Respondentów poproszono o ocenę skali od 1 do 5 wskazanych metod rekrutacji pracowników. Ocenie zostały poddane następujące metody rekrutacji:

- samodzielne zgłoszenie kandydatów;
- pośrednictwo PUP;
- polecenie przez znajomych;
- polecenie przez pracowników firmy;
- ogłoszenie w prasie;
- wewnętrzna rekrutacja;
- ogłoszenie w Internecie;
- pośrednictwo firmy rekrutacyjnej.

Do najskuteczniejszych metod rekrutacji (przypisując ocenę 4 lub 5) respondenci zaliczyli:

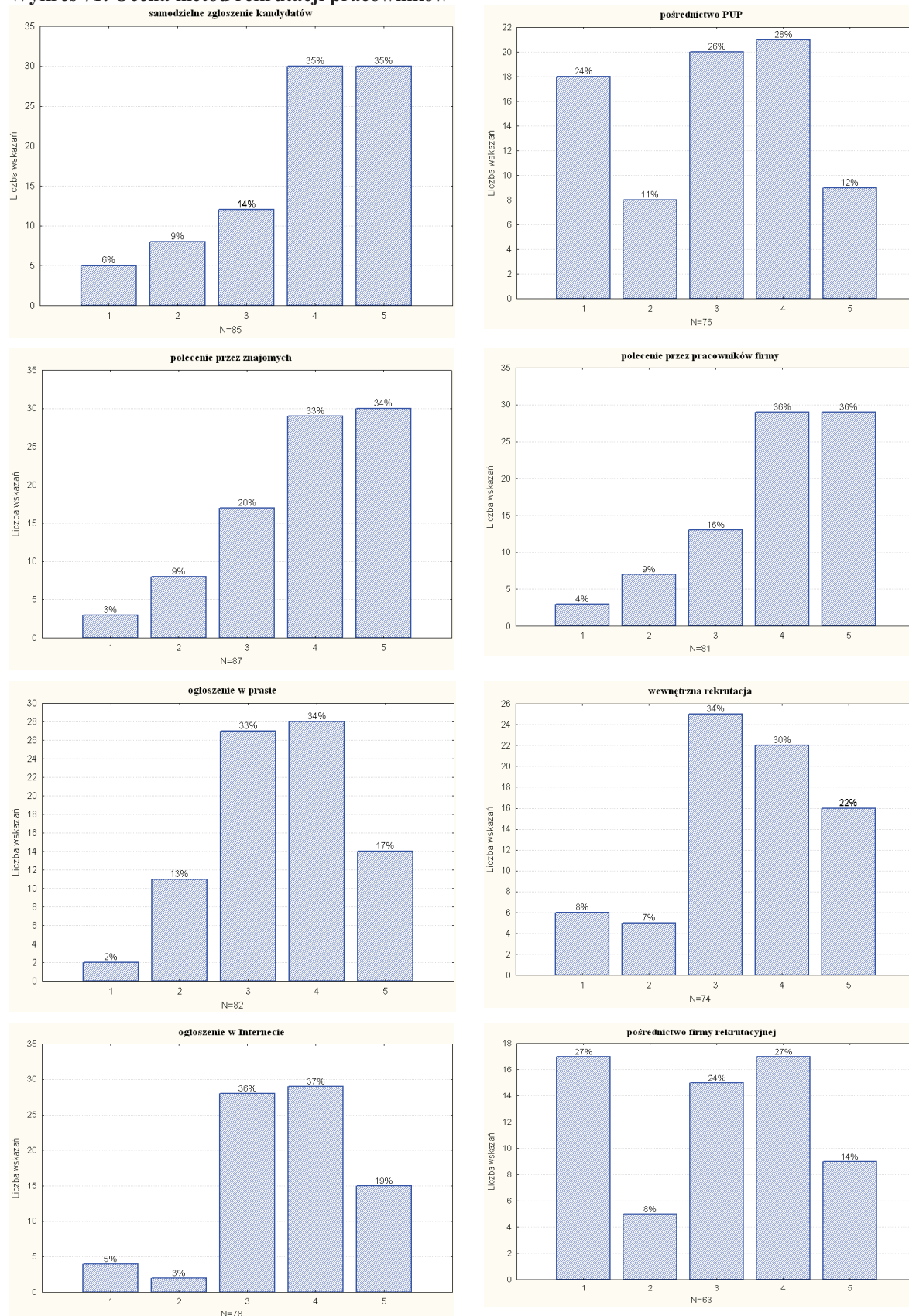
- polecenie przez pracowników firmy (72% przyporządkowało ocenę 4 lub 5);
- samodzielne zgłoszenie kandydatów (70% respondentów przyporządkowało ocenę 4 lub 5);
- polecenie przez znajomych (67% przyporządkowało ocenę 4 lub 5) (wykres 71).

Dwie z wymienionych metod rekrutacji: pośrednictwo firmy rekrutacyjnej oraz pośrednictwo PUP zostały najslabiej ocenione przez respondentów, którzy w 35% przyporządkowali ocenę 1 lub 2.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA SEKTORA TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Wykres 71. Ocena metod rekrutacji pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

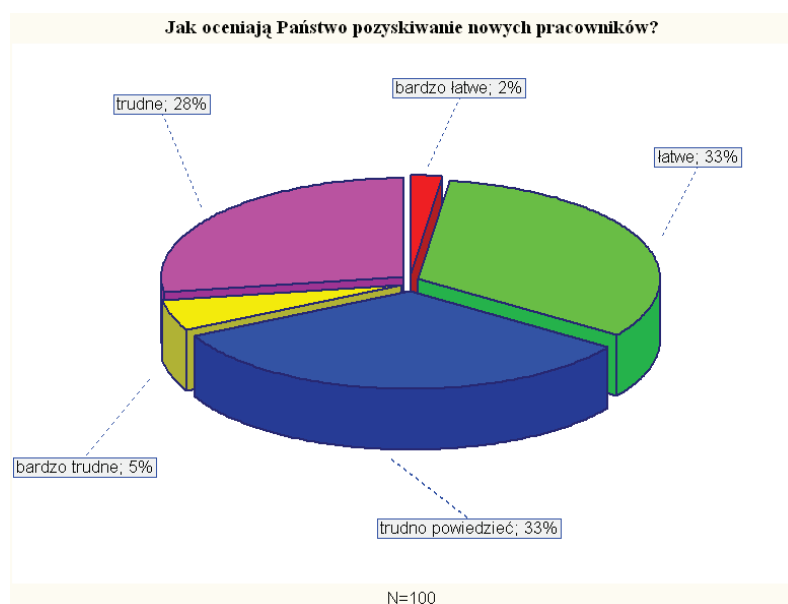
Jednym z celów realizowanych badań ankietowych było wskazanie zawodów deficytowych w odniesieniu do których pracodawcy mają trudności z rekrutacją. Do najczęściej wskazywanych stanowisk pracy na które najtrudniej znaleźć pracowników respondenci zaliczyli: kucharza, szefa kuchni, pilota wycieczek zagranicznych oraz barmana. Respondenci ponadto wskazywali na trudności związane z pozyskaniem do pracy: pomoc kuchenną, sprzątaczkę, menedżera zarządzania, konserwatora, ratownika.

Co dziesiąty badany respondent wskazywał, na istniejące wolne miejsca pracy w swoim przedsiębiorstwie na takich stanowiskach jak: kucharz, kelner, obsługa klienta-sprzedaż wycieczek. Na pytanie: „Dlaczego do tej pory nie zatrudnili pracowników na wskazanych stanowiskach pracy?” udzielali odpowiedzi:

- trwa proces rekrutacji – 40%;
- osoby zgłaszające się nie posiadają odpowiednich kwalifikacji – 40%;
- brak kandydatów do pracy – 10%;
- osoby zgłaszające się nie chcą podjąć pracy na zaproponowanych warunkach – 10%.

Dokonana przez respondentów ocena pozyskiwania nowych pracowników jest nierównomierna. Przeszło 33% badanych wskazało, że proces pozyskiwania nowych pracowników jest trudny lub bardzo trudny, 35% wskazało, że łatwy. Pozostałe osoby nie miały zdania na ten temat (wykres 72).

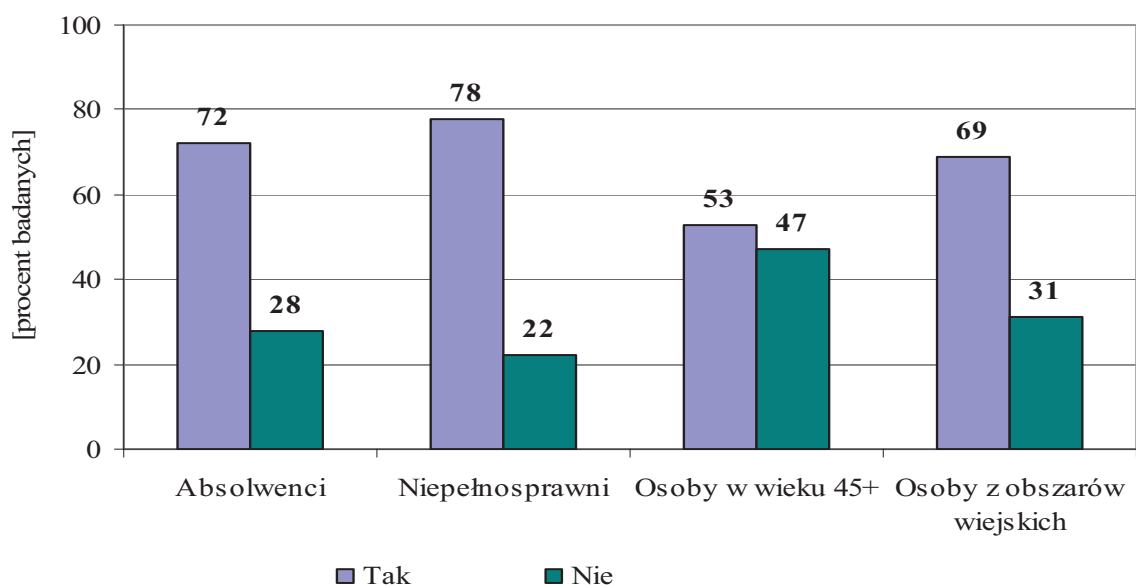
Wykres 72. Ocena stopnia trudności pozyskiwania nowych pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Przedmiotem zainteresowania w trakcie prowadzonych badań była również skłonności ankietowanych do zatrudniania osób z grup ryzyka. Skłonność do zatrudniania osób w wieku powyżej 45 lat jest zdecydowanie niższa niż w odniesieniu do takich grup jak: absolwenci czy osoby niepełnosprawne. Jest to spowodowane istniejącym systemem dofinansowywania kosztów organizacji stanowiska czy obniżania kosztów pracy w przypadku zatrudniania osób z tych grup ryzyka (Wykres 73 Ocena stopnia trudności pozyskiwania nowych pracowników).

Wykres 73. Ocena stopnia trudności pozyskiwania nowych pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

4. Analiza badań panelowych

4.1. Metodologia badań panelowych

W ramach realizowanych badań stworzono panel ekspercki dla sektora turystycznego. Do prac panelu eksperckiego zostali zaproszeni przedstawiciele badanego sektora reprezentujący analizowane branże, czyli zakwaterowanie, wyżywienie i organizację turystyki. Panel ekspercki sektora turystycznego składał się z 6 osób, a dyskusja była realizowana w oparciu o scenariusz wywiadu nazwany przewodnikiem wywiadu grupowego (załącznik 2). Dobór uczestników do paneli uwzględniał strukturę podmiotów według wielkości zatrudnienia. Respondenci reprezentowali różne stanowiska, najczęściej kierownicze: dyrektorzy jednostek, kierownicy działów, właściciele firm.

Badania, w których zastosowano technikę zogniskowanego wywiadu grupowego zostały zrealizowane w listopadzie 2009, a przeprowadzili je wybrani eksperci zespołu. Zespół ekspertów przeprowadził rekrutację uczestników spotkań, zapewnił ich obsługę logistyczną, wspierał też moderatorów badania zarówno pod względem merytorycznym, jaki technicznym. Dyskusje grupowe prowadzono w oparciu o przewodnik, opracowany na bazie materiałów dostarczonych przez zespół ekspertów.

Głównym celem badań panelowych było określenie determinant rozwoju sektora turystycznego oraz ogólna ocena sektora i możliwości jego rozwoju. Badanie to miało stanowić uzupełnienie przeprowadzonych wcześniej badań ankietowych.

Przewodnik wywiadu grupowego składał się z czterech części. Pierwsza poświęcona była ocenie sytuacji ekonomicznej firm. Uczestnicy badania rozmawiali w tej części o sytuacji ekonomicznej firm sektora turystycznego, o wpływie kryzysu gospodarczego na sektor i o przyszłym rozwoju przedsiębiorstwa.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Część druga wywiadu grupowego dotyczyła analizy czynników oddziałujących na funkcjonowanie sektora turystycznego. Badani mieli za zadanie wskazać czynniki sprzyjające rozwojowi firm oraz czynniki ograniczające rozwój działalności. Ta część badania posłużyła ekspertom Instytutu Badań i Analiz VIVADE na opracowanie wyników analizy SWOT oraz opracowanie scenariuszy rozwoju sektora turystycznego.

Kolejną częścią badań panelowych była ocena otoczenia konkurencyjnego. Pytania w tej części dotyczyły głównie rodzaju działań podnoszących konkurencyjność firmy. Pytania dotyczyły również wsparcia finansowego ze środków UE i konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Ostatnią część badań panelowych stanowiła ocena zatrudnienia w przedsiębiorstwach branży turystycznej. Pytania dotyczyły m. in. jakości zatrudnienia, form zatrudnienia oraz metod rekrutacji pracowników. Badani rozmawiali o potrzebie doszkalania pracowników, o planach w zakresie zmiany zatrudnienia oraz o możliwości zatrudniania osób z grup ryzyka (niepełnosprawni, absolwenci, osoby w wieku przedemerytalnym).

Jedną z głównych technik wykorzystywanych przez ekspertów w ramach badań typu foresight, była burza mózgów. Burza mózgów należy do grupy metod kreatywnych i interaktywnych, która umożliwia szybkie zgromadzenie wielu pomysłów i rozwiązanie postawionego problemu. Głównym celem burzy mózgów było zidentyfikowanie i wybór kluczowych (najważniejszych) czynników rozwoju badanych sektorów, które następnie zostały wykorzystane do budowy scenariuszy rozwoju.

Wyniki prac paneli dyskusyjnych pozwoliły na zaproponowanie scenariuszy rozwoju analizowanego sektora gospodarki, ze wskazaniem założeń i warunków budowy scenariusza sukcesu. Do konstrukcji scenariuszy zostało zastosowane podejście eksperckie (*experts' scenarios*) polegające na pozyskaniu wiedzy od wysokiej klasy specjalistów na temat czynników makrootoczenia kształtujących rozwój analizowanego sektora. Identyfikacja wyżej wymienionych czynników była możliwa dzięki zastosowaniu analizy STEEP, której nazwa pochodzi od pierwszych liter angielskiego opisu elementów tej analizy: czynników społecznych (*Social*), technologicznych (*Technological*), ekonomicznych (*Economic*), środowiskowych (*Environmental*) oraz polityczno-prawnych (*Political*), które mają wpływ na kształtowanie rozwoju sektora turystycznego w regionie. Następnie spośród listy czynników zostały wybrane 2 czynniki zmian (*key driving forces*), charakteryzujące się jednocześnie dużym stopniem niepewności (co przekłada się na nieprzewidywalny kierunek rozwoju) oraz potencjalnym, decydującym wpływem na rozwój sektora w regionie.

Przeprowadzone badania pozwoliły na uzupełnienie oceny sektora turystycznego wynikającej z badań ankietowych, a ponadto ich realizacja doprowadziła do wyłonienia głównych czynników rozwoju sektora oraz zbudowania scenariuszy tego rozwoju.

4.2. Ocena sektora turystycznego w świetle badań panelowych

Pierwsza część panelu

Na wstępie badań panelowych dokonano oceny sytuacji ekonomicznej firm działających w sektorze turystycznym, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji ekonomicznej firm reprezentowanych przez osoby biorące udział w badaniu. Oceniając sytuację ekonomiczną omawiano wpływ sytuacji gospodarczej kraju i świata na sytuację ekonomiczną firmy. Pytano o wpływ kryzysu globalnego na sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa oraz o ewentualne symptomy wychodzenia z kryzysu. Przedsiębiorcy określali również perspektywy rozwoju swoich firm w przyszłości.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Nasza organizacja zajmuje się promowaniem usług turystycznych, współpracujemy z branżą turystyczną i nas bezpośrednio kryzys nie dotknął. Prowadzimy sprawozdawczość ruchu turystycznego na podstawie punktów informacyjnych rozmieszczonych w województwie podlaskim i muszę powiedzieć, że zaobserwowaliśmy w tym roku wzrost liczby turystów w porównaniu do roku poprzedniego. Turystów jest więcej wówczas gdy coś się dzieje, jako przykład można podać 94 Światowy Kongres Esperanto, który odbywał się w tym roku w Białymstoku.

Przedstawiciel organizacji turystyki

Reprezentuję niedużą firmę, restaurację i moim zdaniem sytuacja gospodarcza nie miała wielkiego wpływu na działalność przedsiębiorstwa. Uważam, że „medialny szum” sztucznie napędził kryzys i ludzie w to uwierzyli. To jest zasadnicza przeszkoda, czy warto jest się „nakręcać”, że kryzys jest duży albo że i tak nas czeka. Ludzie wierząc w kryzys zaczynają uważać na swoje wydatki. Zauważyłem na przykład, że zwiększyły się kolejki w hipermarkiecie, bo ludzie zaczynają sobie gotować. Oczywiście nie każdy umie gotować, bo to wymaga czasu. Gotowanie w większości sprowadza się do przyrządzania mrożonek lub zupek w proszku. Odczuwamy to jednoznacznie, bo tak jak wyglądał I kwartał tego roku – to był po prostu jakiś koszmar. Opustoszało wszystko. Nadmuchiwanie tematu kryzysu gospodarczego, nie miało planu B, nikt nic nie zrobił, żeby ludzi uspokoić. Dopiero uspokoiły ludzi święta i rozmowy rodzinne. Oczywiście w mojej branży widoczne są skutki kryzysu, np. widoczne są zmiany w podejściu do imprez integracyjnych. Słyszałem taką opinię, że robienie imprez jest niepolityczne, że to nie wypada. Dla nas to oczywiście mniejsze przychody.

Przedstawiciel usług związanych z wyżywieniem

Dużo złego zrobiła „medialna zadyma” wokół tematu kryzysu. Na początku roku nie wiedzieliśmy co będzie, ogarnął nas strach, że trzeba będzie zwalniać ludzi, że dojdzie do dużego spadku przychodów. Po czym w II kwartale okazało się, że to nie jest prawdą, ruch turystyczny zaczął być odczuwalny, zaczęły pojawiać się normalne rezerwacje na sezon, na imprezy grupowe, integracyjne. Oczywiście w niektórych firmach zapadły decyzje, żeby integracja nie odbywała się w wielką pompą. Natomiast generalnie liczba turystów nie spadła. Nasze przychody od kilku lat wykazują tendencję rosnącą i również ten rok nie zakłóci tej tendencji.

Przedstawiciel usług hotelarskich

Liczba turystów w mieście Augustów nie zmniejszyła się, a nawet była większa niż w latach poprzednich. Podobnie dzieje się w augustowskiej żegludze, która zapowiada, że liczba przewożonych osób będzie wynosić 100 tys. osób. Nie widać generalnie zmniejszenia liczby odwiedzających miasto Augustów.

Przedstawiciel organizacji turystyki

Ja mam trochę inne zdanie niż moi poprzednicy. Reprezentuję branżę gastronomiczną, gdzie prowadzimy szerokie usługi gastronomiczne: od barów, kawiarni, restauracji aż do zbiorowego żywienia. Nie ma jednolitego obrazu na rynku usług gastronomicznych. Jeżeli podzieli się klientów na indywidualnych i instytucjonalnych, to faktycznie mniejsze straty są w kategorii klienta indywidualnego. Ten klient wydaje mniej więcej tyle samo pieniędzy. Ale po firmach efekt działania kryzysu jest widoczny. Obsługujemy wiele firm w zakresie organizacji imprez integracyjnych i widzimy, że duże wydatki na

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

imprezy zostały zatrzymane. Na przestrzeni ostatnich 3 lat w miesiącach maj i wrzesień firmy organizowały imprezy integracyjne. W tym roku takich imprez prawie nie było i były to imprezy małe. Być może nie wypada robić dużych imprez, żeby nie kłóć ludzi w oczy zbędnymi wydatkami. Ale tak naprawdę na Podlasiu decyzje o cięciach budżetu nie zapadają. Przychodzą one z Warszawy czy nawet z poza kraju, tam gdzie siedzibę mają właściciele dużych korporacyjnych firm. Podsumowując: klient indywidualny nie dał poczuć nam kryzysu, ale klient instytucjonalny tak.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Wnioski wynikające z pierwszej części panelu:

- przedstawiciele sektora turystycznego nie dostrzegają znaczącego negatywnego wpływu kryzysu gospodarczego na rozwój sektora turystycznego,
- odnotowano zmniejszenie zainteresowania usługami gastronomicznymi wśród klientów instytucjonalnych polegające na zmniejszeniu liczby organizowanych imprez integracyjnych,
- przedsiębiorcy sektora turystycznego wykazują chęć rozwijania swoich usług.

Druga część panelu

Kolejna część badania dotyczyła czynników wpływających na sektor turystyczny. Badani wymieniali czynniki sprzyjające rozwojowi i określali w jakim stopniu wpływają one na pomyślność funkcjonowania przedsiębiorstwa. Wśród wymienionych czynników znalazły się organizacja imprez rodzinnych oraz masowych, a także ciągła dbałość o podnoszenie jakości i różnorodności usług. Ważnym czynnikiem według badanych okazała się szeroko pojęta promocja regionu.

Każda impreza daje pieniądze, przyjeżdżają ludzie z Polski, nocują w hotelach, hotele zarabiają, gastronomia zarabia, zarabiają przewoźnicy.

Przedstawiciel organizacji turystyki

Na pewno organizacja dużych imprez podnosi atrakcyjność naszego regionu i pojawiają się wtedy turyści. Jednakże innym ważnym czynnikiem jest ciągle podnoszenie jakości oferowanych usług. Część hotelarzy jest w trakcie modernizacji swojej bazy hotelowej, muszą dbać o podnoszenie atrakcyjności hotelu. Oprócz samej bazy noclegowej muszą dbać o czynniki dodatkowe, wiele hoteli organizuje również dla swoich klientów wyjazdy turystyczne. Czyli czynnikiem rozwoju jest ciągle podnoszenie jakości i różnorodności usług.

Przedstawiciel usług hotelarskich

Ważnym czynnikiem jest szeroko pojmowana promocja regionu. Mówi się o promowaniu miasta Białystok, że ma to być miasto akademickie, studenckie. Samo hasło to za mało żeby przyciągnąć studentów. Oni nie mają swojego miejsca w Białymstoku, nie mają swojego klubu.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Podczas panelu wskazywano również najistotniejsze czynniki ograniczające rozwój działalności gospodarczej w sektorze turystyki. Takimi czynnikami okazały się być brak lotniska oraz zły stan sieci drogowej.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Lotnisko bardzo by się przydało rozwojowi turystyki, ale nie tylko turystyki. Jeżeli np. Anglicy skłonni są przyjechać do Polski i obejrzeć ptaki i dowiedzą się jaką muszą pokonywać drogę na Podlasie to rezygnują.

Przedstawiciel organizacji turystyki

Część turystów zniechęca trudna droga dotarcia na Podlasie. Jeżeli nawet Białystok nie ma dobrego połączenia z Warszawą, to co mówić o Augustowie, Suwałkach czy innych mniejszych miejscowościach. Czynnikiem ograniczającym rozwój turystyki może więc być trudność dostępu na Podlasie.

Przedstawiciel organizacji turystyki

Następnie uczestnicy badania otrzymali listę czynników przygotowaną przez moderatorów badań panelowych i każdy z nich ocenili pod kątem ważności i niepewności danego czynnika. Ta część badania została opisana szczegółowo w jednym z kolejnych podrozdziałów (4.3) niniejszego opracowania.

Uczestnicy badania panelowego ocenili również możliwość pozyskiwania środków unijnych na wsparcie działań inwestycyjnych. Badani określili również swoje zamiary skorzystania ze wsparcia w przyszłych inwestycjach.

Przedstawiciele branży hotelarskiej bardzo liczą na środki unijne przy nowych inwestycjach. Rozmawiałem z dwoma przedstawicielami tej branży z Augustowa, którzy mają zaplanowane dość duże inwestycje, bardzo podnoszące atrakcyjność ich usług. Piszą projekty i będą podejmować próbę sfinansowania swoich inwestycji środkami unijnymi.

Przedstawiciel urzędu pracy

Uważam, że środki unijne są dostępne dla przedsiębiorców i dostaną je ci najlepsi. Obecnie większa jest jasność kryteriów przyznawania tych środków.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Informacja o środkach jest, ale jak pójdziemy w głąb to okazuje się, że gorzej jest z dostępnością do wytycznych. Mogą się one pojawić np. miesiąc przed terminem złożenia. Nie da się często przez miesiąc przemodelować wielki projekt tak, aby spełniał wytyczne. Planuje się coś pod kątem swojego biznesu ale może się okazać, że nie spełni to ustalonych wytycznych, bo nie da się tego przewidzieć w trakcie projektowania, tym bardziej gdy nie ma wytycznych.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Uważam, że na początku ludzie dosyć sceptycznie podchodzili do funduszy unijnych. Zniechęcało ich samo to, że trzeba pisać wniosek, stawać do konkursu. Dopiero gdy zobaczono, że pieniądze trafiają do przedsiębiorców to zaczęto wierzyć w możliwości pozyskiwania funduszy unijnych.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Wnioski wynikające z drugiej części panelu:

- stymulantami rozwoju sektora turystycznego zdaniem przedsiębiorców jest organizacja imprez masowych, które przyciągają turystów
- przedsiębiorcy odczuwają niedosyt promocji regionu, która znacząco wpływa na rozwój turystyki w regionie

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- przedsiębiorcy mają świadomość podnoszenia jakości usług turystycznych, które przejawia się m. in. wszechstronną ofertą o wysokiej jakości;
- brak lotniska oraz zły stan sieci drogowej ogranicza rozwój turystyki w województwie, bowiem niejednokrotnie zainteresowany naszym regionem turysta nie jest w stanie w szybki sposób dotrzeć na Podlasie
- zewnętrzne źródła finansowania w postaci środków unijnych są coraz chętniej i częściej wykorzystywane wśród przedsiębiorców sektora turystycznego, jednakże niejednokrotnie zbyt późno podawane są do wiadomości szczegółowe wytyczne, co uniemożliwia napisanie dobrego wniosku.

Trzecia część panelu

W kolejnej części badania przedsiębiorcy oceniali otoczenie konkurencyjne w sektorze turystyki. Pytania dotyczyły działań konkurencji na rynku, działań podnoszących konkurencję na rynku, oraz jakie jest ryzyko pojawienia się konkurencji.

Uważam, że konkurencja na Podlasiu, w Białymstoku nie jest duża, nie jest wymagająca. W porównaniu do Warszawy, gdzie w ciągu pierwszego roku działalności 80% firm się zamyka, to w Białymstoku ten wskaźnik jest dużo niższy. Wręcz są segmenty, gdzie brakuje firm, np. catering.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Rynek jest nasycony. Liczba punktów gastronomicznych rośnie, więcej firm się otwiera, a mniej zamyka. Natomiast liczba klientów maleje, bo maleje liczba studentów w Białymstoku, którzy są głównymi klientami.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Konkurencję dla branży hotelarskiej zaczynają stanowić kwatery prywatne. Do kwater trafiają nie tylko turyści ale np. przedstawiciele handlowi. Dlatego hotelarze konkurują z kwaterami rozszerzoną ofertą. Hotele między sobą raczej nie konkurują, nawet jest jeszcze miejsce dla innych.

Przedstawiciel usług hotelarskich

Wnioski wynikające z trzeciej części panelu:

- konkurencja w branżach turystycznych nie jest zbyt silna, co więcej istnieją obszary, w których brakuje firm, np. catering;
- konkurencją dla hoteli stają się w pewnym sensie kwatery prywatne, które podnoszą zakres i jakość świadczonych usług, jednocześnie oferując tańsze usługi niż hotele

Czwarta część panelu

Ostatnia część badania dotyczyła zatrudnienia w przedsiębiorstwach branży turystycznej. Pytania dotyczyły tego, czy poziom wykształcenia i umiejętności pracowników jest wystarczający. Pytano również o formy rekrutacji, plany dotyczące zatrudnienia, możliwości zatrudnienia osób z grup ryzyka.

Jeżeli chodzi o ilość to nie ma problemu, zgłasza się dużo ludzi do pracy. Przeważnie są to jednak osoby o niskich kwalifikacjach. Często są to osoby, które posiadają jakieś wykształcenie kierunkowe, ale

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

nie mają praktyki, co więcej nie mają chęci do pracy w gastronomii. Na przykład problem jest z kucharzami, sporo jest osób po gastronomiku, które skończyły tę szkołę z różnych przyczyn, ale generalnie nie interesują się kuchnią.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Z kucharzami jest problem, dużo z nich nabiera na Podlasiu doświadczenia i wyjeżdża lub rezygnuje z zawodu, zaczynana się kształcić w innym kierunku.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Bardzo często przedsiębiorcy chcą absolwentów szkół gastronomicznych na staż. Młody człowiek po szkole, ma pewną wiedzę teoretyczną przekazaną i może chciałby tę wiedzę rozwinąć, a pierwszy tydzień nie robi nic innego tylko 10 godzin obiera ziemniaki albo stoi na zmywaku. Niektórzy nie wytrzymują i rezygnują. No i potem przychodzi do mnie przedsiębiorca i pyta „kogo wy mi przysyłacie?”. Staram się tłumaczyć takiemu przedsiębiorcy, że jeżeli zniechęci stażystę, to on u niego nie zostanie, bo pójdzie szukać czegoś łatwiejszego.

Przedstawiciel urzędu pracy

Na pewno jest duża fluktuacja w zawodach gastronomicznych, szczególnie w zawodzie kucharza. Przykładem jest to, że mimo tego, że w naszym mieście jest szkoła gastronomiczna, to organizujemy bardzo dużo kursów gastronomicznych, które cieszą się zainteresowaniem. Często jest tak, że na kursie da się wylapać prawdziwe perły. Często na kursie instruktorem jest szef kuchni, który wylapuje z kursu najlepszych i proponuje pracę u siebie. Na kursie raczej nie ma ludzi przypadkowych, tak jak to jest w szkołach gastronomicznych.

Przedstawiciel urzędu pracy

W branży hotelowej najbardziej odczuwamy problem ze znalezieniem wykwalifikowanej kadry do pracy w SPA, szczególnie w hotelach zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach.

Przedstawiciel usług hotelarskich

Jeżeli chodzi o metody rekrutacji to ważne są rekomendacje, szczególnie branżowe. Poszukujemy również ludzi za pomocą ogłoszeń.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Zatrudnianie osób z grup ryzyka jest dla nas ważne wówczas gdy możemy poprzez to zmniejszyć koszty pracy. Generalnie śledzimy wszystkie programy aktywizacji osób z grup ryzyka. Aktualnie zatrudniamy na stanowiskach PEFRON-owskich osoby niepełnosprawne. Chętnie zatrudniamy absolwentów w ramach płatnych staży. Osoby starsze z kolei są dla nas bardzo dobrymi pracownikami, ponieważ poszukują one stabilizacji w pracy, nie zmieniają tej pracy. Często chcą spokojnie dopracować do emerytury.

Przedstawiciel usług gastronomicznych

Wnioski wynikające z trzeciej części panelu:

- brakuje wykwalifikowanych pracowników w różnych branżach sektora turystycznego; szczególnie brak dotyczy zawodu kucharza;
- główne metody rekrutacji stosowane w sektorze usług turystycznych to rekomendacje branżowe;

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- przedsiębiorcy chętnie zatrudniają osoby z grup ryzyka, co umożliwia im obniżenie kosztów pracy.

4.3. Analiza SWOT oraz identyfikacja kluczowych czynników rozwoju sektora turystycznego

Analizę czynników rozwoju sektora turystycznego przeprowadzono w oparciu o analizę literatury, badania ankietowe oraz badania panelowe z ekspertami. Wybór czynników kluczowych, czyli najważniejszych i charakteryzujących się dużym stopniem niepewności poprzedzono sporządzeniem listy wszystkich czynników oddziałujących na rozwój sektora turystycznego. Czynniki te zostały zidentyfikowane na podstawie analizy STEEP, która stanowi listę monitorowania czynników społecznych, technologicznych, ekonomicznych, środowiskowych oraz polityczno-prawnych [6]. Z opracowanej listy czynników rolę ekspertów pracujących w panelu dyskusyjnym było wybranie 2 najważniejszych czynników.

W tabeli 55 przedstawiono wykaz czynników oddziałujących na rozwój sektora turystycznego, które zostały przyporządkowane poszczególnym kategoriom analizy STEEP.

Wymienione w tabeli 55 czynniki dotyczą zarówno otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego organizacji, mogą one stanowić stymulanty lub destymulanty rozwoju sektora turystycznego.

Tabela 55. Wykaz czynników oddziałujących na rozwój sektora turystycznego

Czynniki społeczne
S1: Zasoby kadrowe; kompetencje, kwalifikacje kadry
S2: Popyt na usługi turystyczne (liczba turystów korzystających z usług turystycznych)
S3: Moda
S4: Styl życia determinujący np. dostępność czasu wolnego przeznaczanego na wypoczynek, sposób jego wykorzystania
S5: Pozycja przetargowa odbiorców
S6: Skuteczność systemu promocji/reklamy/marketingu
S7: Istniejący sposób organizacji wypoczynku przez turystów (we własnym zakresie)
S8: Wielkość dochodów przeznaczanych na wypoczynek
S9: Bezpieczeństwo turystów
S10: Struktura demograficzna turystów (np. starzenie się społeczeństwa)
S11: Mobilność na rynku pracy (w kontekście np. odwiedzania członków rodzin pracujących za granicą)
Czynniki technologiczne i organizacyjne
T1: Dostęp do nowoczesnych technologii, maszyn i urządzeń, w tym technologii informatycznych
T2: Infrastruktura turystyczna
T3: Sieć transportu i infrastruktury transportowej w regionie wpływające na mobilność turystów
T4: Poziom zróżnicowania oferty handlowej
T5: Jakość świadczonych usług/produktów
T6: Jakość obsługi klienta
Ekonomiczne
E1: Rozwój światowej gospodarki
E2: Globalizacja
E3: Regionalizm
E4: Poziom dochodów ludności
E5: Koszty produkcji
E6: Różnorodność form zatrudniania (telepraca, raca w niepełnym wymiarze czasu pracy)
E7: Niepewna sytuacja ekonomiczna podmiotów w branży
E8: Skłonność do inwestowania

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

E9: Koszty zatrudnienia
E10: Koncentracja i konsolidacja branży
E11: Konkurencja ze strony firm krajowych
E12: Konkurencja ze strony firm międzynarodowych
E13: Ceny surowców
E14: Podaż surowca
E15: Niestabilność kursu waluty
E16: Zatory płatnicze, problemy z płynnością
E17: Ograniczona dostępność środków na finansowanie działalności
E18: Rozwój szarej strefy
E19: Poziom innowacyjności (np. nowe produkty, usługi)
E20: Monopolizacja rynku
Środowiskowe
Ś1: Walory przyrodnicze
Ś2: Stan jakości środowiska
Ś3: Położenie/lokalizacja prowadzonej działalności
Polityczno-prawne
P1: Regulacje prawne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej (w kontekście przejrzystości i stabilności oraz wspierania działalności turystycznej)
P2: Sprawność instytucji (np. urzędy skarbowe)
P3: System podatkowy
P4: Polityka międzynarodowa, społeczna, lokalna (w kontekście stabilności)
P5: Stabilna władza
P6: Polityka państwa (np. zrównoważona i bezkonfliktowa)

Źródło: opracowanie własne.

Celem przeprowadzonej analizy SWOT było określenie kierunku zmian, stopnia nasilenia zjawisk charakteryzowanych przez czynniki zawarte w tabeli 55. Czynniki rozwoju sektora turystycznego scharakteryzowano w podziale na mocne i słabe strony (czynniki wewnętrzne) oraz szanse i zagrożenia (czynniki zewnętrzne). Wyniki analizy SWOT przedstawiono w tabeli 56.

Tabela 56. Podział czynników oddziałujących na sektor turystycznych zgodnie z metodologią analizy SWOT

Mocne strony • zadawalające zasoby kadrowe; kompetencje, kwalifikacje kadry • dostęp do nowoczesnych technologii, maszyn i urządzeń, w tym technologii informatycznych • bezpieczeństwo turystów • wysoka jakość świadczonych usług/produktów • wysoka jakość obsługi klienta • niskie koszty produkcji • skłonność do inwestowania • względnie niskie koszty zatrudnienia • walory przyrodnicze • stan jakości środowiska • położenie/lokalizacja prowadzonej działalności	Słabe strony • infrastruktura turystyczna • niepewna sytuacja ekonomiczna podmiotów w branży • niski poziom innowacyjności (np. nowe produkty, usługi) • istniejący sposób organizacji wypoczynku przez turystów (we własnym zakresie) • zatory płatnicze, problemy z płynnością • sieć transportu i infrastruktury transportowej w regionie wpływające na mobilność turystów • system promocji/reklamy/marketingu
Szanse • wielkość dochodów przeznaczanych na wypoczynek	Zagrożenia • coraz silniejsza pozycja przetargowa odbiorców • rozwój szarej strefy

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

• rosnący popyt na usługi turystyczne (liczba turystów korzystających z usług turystycznych krajowych i zagranicznych) • struktura demograficzna turystów (np. starzenie się społeczeństwa) • rozwój światowej gospodarki • globalizacja • wzrost dochodów ludności • różnorodność form zatrudniania (telepraca, raca w niepełnym wymiarze czasu pracy) • moda • styl życia determinujący np. dostępność czasu wolnego przeznaczanego na wypoczynek, sposób jego wykorzystania • polityka międzynarodowa, społeczna, lokalna (w kontekście stabilności) • stabilna władza • polityka państwa (np. zrównoważona i bezkonfliktowa)	• regionalizm • konkurencja ze strony firm krajowych • konkurencja ze strony firm międzynarodowych • rosnąca koncentracja i konsolidacja branży • wysokie ceny surowców • niedostateczna podaż surowca • niestabilność kursu waluty • niesprawność instytucji (np. urzędy skarbowe) • regulacje prawne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej (w kontekście przejrzystości i stabilności oraz wpierania działalności turystycznej) • system podatkowy
--	--

Główne wnioski wynikające z analizy SWOT:

1. Funkcjonowanie sektora turystycznego uzależnione jest od wielu czynników o charakterze egzo i endogenicznym.
2. Przedsiębiorstwa sektora turystycznego nadal powinny wykorzystywać mocne strony wynikające z położenia geograficznego, w kontekście walorów środowiskowych, stanu jakości środowiska oraz wysokiej jakości świadczonych usług, zasobów kadrowych i względnie niskich kosztów zatrudnienia.
3. Przyszły rozwój sektora turystycznego wymaga podjęcia działań ukierunkowanych na eliminację słabych stron do których należą: istniejąca infrastruktura turystyczna oraz transportowa, niski poziom innowacyjności produktowej (słabe zróżnicowanie oferty produktowej umożliwiającej wydłużenie sezonu turystycznego), niepewna sytuacja podmiotów w branży oraz istniejący system promocji regionu, jak i poszczególnych podmiotów w branży.
4. Szans rozwoju sektora turystycznego można dopatrywać w zmieniającej się strukturze demograficznej turystów, rosnącym popycie na usługi turystyczne i rosnących dochodach ludności.
5. Zagrożeniem dla rozwoju sektora turystycznego jest szara strefa, głównie w obszarze zakwaterowania oraz rosnąca konkurencja w branży.

Wybór kluczowych czynników rozwoju sektora turystycznego polegał w pierwszej kolejności na zawężeniu wypracowanej listy czynników i wskazaniu tych, które z jednej strony są ważne, a z drugiej strony trudne do przewidywania. Do budowania scenariuszy rozwoju przyjmuje się czynniki istotne ale niepewne, takie, które trudno prognozować w dłuższej perspektywie czasowej. W trakcie trwania panelu dyskusyjnego eksperci mieli za zadanie przyporządkować każdy z czynników do jednego z czterech pól (wykres 74) zróżnicowanych pod względem ważności i niepewności.

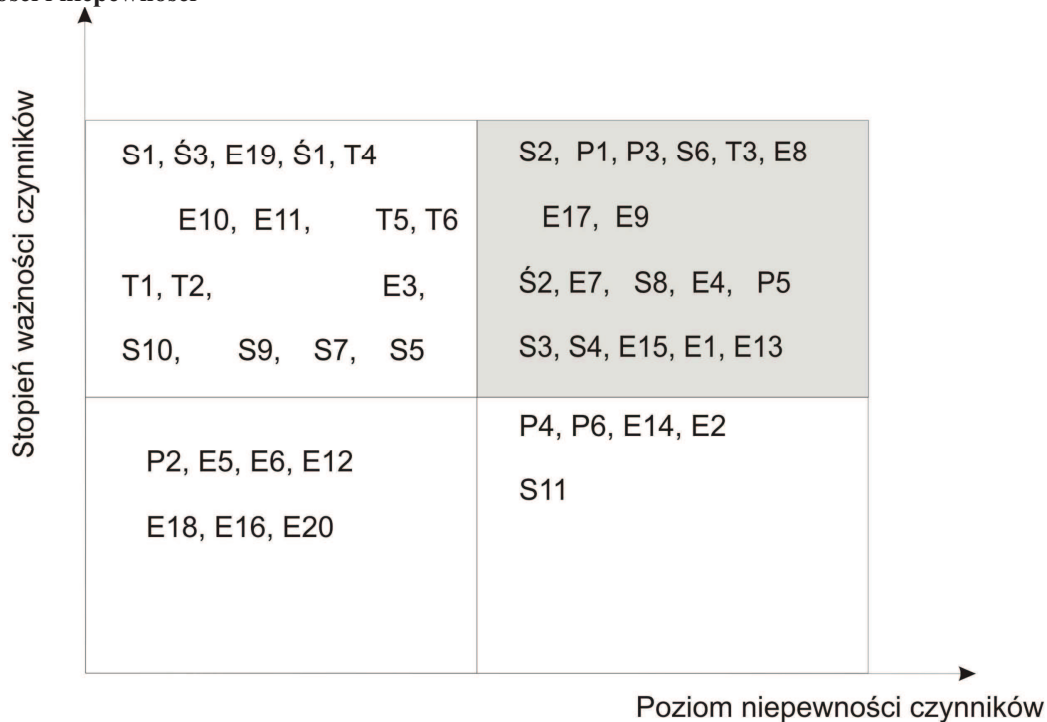
Wykres 74. Osie wykorzystywane do klasyfikacji czynników pod względem ważności i niepewności



Źródło: [5].

W wyniku przeprowadzonego panelu zidentyfikowane w tabeli 55 czynniki rozwoju zostały przyporządkowane do wyróżnionych na wykresie 74 czterech pól. Wyniki przedstawione zostały na wykresie 75 i w tabeli 57.

Wykres 75. Klasyfikacja czynników wpływających na rozwój sektora turystycznego pod względem ważności i niepewności



Źródło: opracowane własne na podstawie prac panelu dyskusyjnego.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
 Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
 – SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 57. Klasyfikacja czynników pod względem ważności i niepewności

Czynniki ważne i pewne	• zasoby kadrowe, kompetencje, kwalifikacje kadry; • struktura demograficzna turystów; • bezpieczeństwo turystów; • walory przyrodnicze; • położenie/lokalizacja prowadzonej działalności turystycznej; • innowacyjność (produktowa, procesowa); • poziom zróżnicowania produktów i usług, • jakość świadczonych usług, • jakość obsługi klienta, • dostęp do nowoczesnych technologii, maszyn, urządzeń, w tym technologii teleinformatycznych; • infrastruktura turystyczna; • konkurencja ze strony firm krajowych; • koncentracja i konsolidacja w branży; • regionalizm; • sposób organizacji wypoczynku przez turystów, • coraz silniejsza pozycja przetargowa turystów
Czynniki ważne i niepewne	• popyt na usługi turystyczne; • regulacja prawne związane z prowadzeniem działalności w sferze turystycznej; • system podatkowy; • skuteczność system promocji; • skłonność do inwestowania; • koszty zatrudnienia; • dostępność środków na finansowanie działalności; • rozwój infrastruktury transportowej w regionie; • sytuacja ekonomiczna podmiotów w branży; • wielkość dochodów przeznaczanych na wypoczynek; • styl życia mieszkańców; • moda; • niestabilność kursu walut; • rozwój światowej gospodarki; • wysokie ceny surowców; • stan jakości środowiska; • dochody ludności; • stabilna władza;
Czynniki nieważne i pewne	• sprawność instytucji (np. urzędy skarbowe); • różnorodność form zatrudniania (telepraca, raca w niepełnym wymiarze czasu pracy); • konkurencja ze strony firm międzynarodowych; • rozwój szarej strefy; • koszty produkcji; • zatory płatnicze, problemy z płynnością; • monopolizacja rynku.
Czynniki nieważne i niepewne	• polityka międzynarodowa, społeczna, lokalna; • polityka państwa (zrównoważona, bezkonfliktowa); • globalizacja; • podaż surowca; • mobilność na rynku pracy.

Źródło: opracowane własne na podstawie prac panelu dyskusyjnego.

W trakcie dyskusji panelowej z ekspertami z listy czynników za kluczowe uznane zostały dwa czynniki:

- 1) skuteczny system promocji - S6;
- 2) rozwój infrastruktury transportowej w regionie - T3.

4.4. Scenariusze rozwoju sektora turystycznego

W oparciu o dwa wyróżnione czynniki 1) skuteczny system promocji oraz 2) rozwój infrastruktury transportowej w regionie wykorzystując technikę osi scenariusza [3] zbudowane zostały 4 scenariusze rozwoju sektora turystycznego (wykres 76):

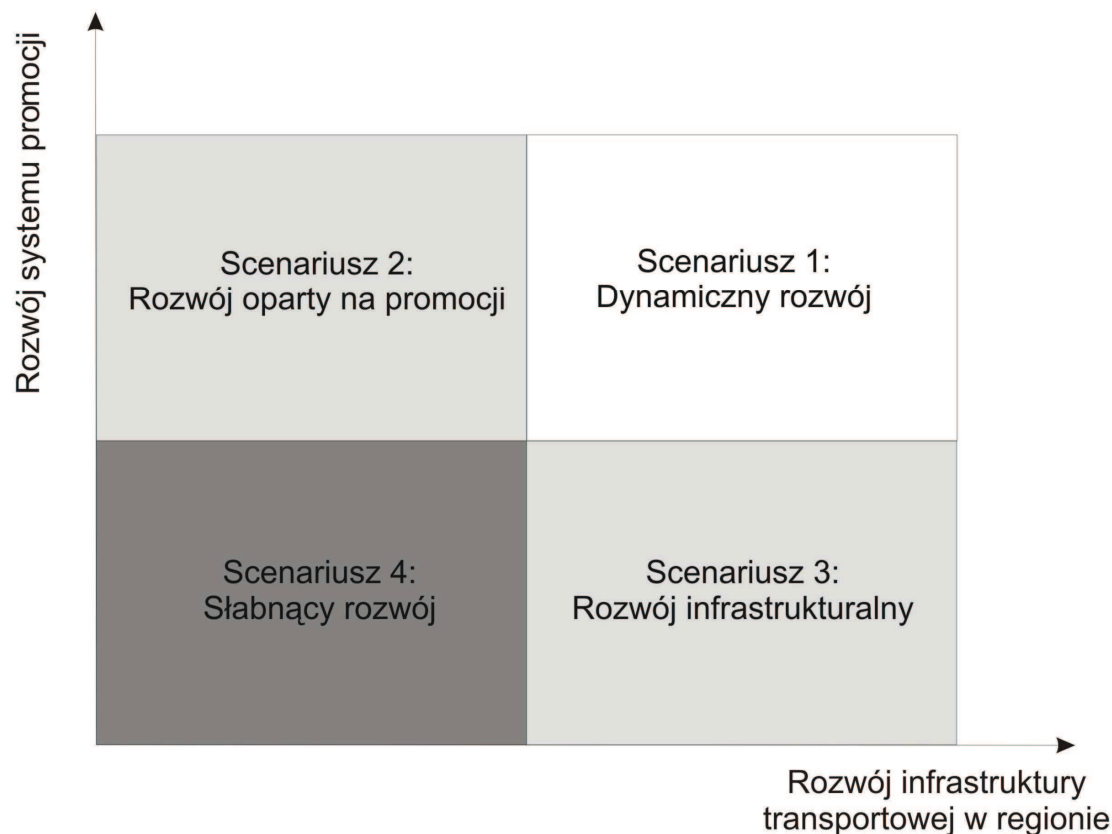
Scenariusz 1: Dynamicznego rozwoju

Scenariusz 2: Rozwój oparty na promocji

Scenariusz 3: Rozwój infrastrukturalny

Scenariusz 4: „Słabnący” rozwój

Wykres 76. Scenariusze rozwoju sektora usług turystycznych z uwzględnieniem dwóch kluczowych czynników



Źródło: opracowanie własne.

Charakterystykę opracowanych scenariuszy rozwoju przedstawiono w tabeli 58 określając ich wpływ na kształtowanie się elementów trendów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych.

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 58. Szczegółowa charakterystyka scenariuszy rozwoju

Scenariusz	Scenariusz 1: Dynamicznego rozwoju	Scenariusz 2: Rozwój oparty na promocji	Scenariusz 3: Rozwój infrastrukturalny	Scenariusz 4: „Słabnący” rozwój
Trendy ekonomiczne				
Rozwój sektora usług turystycznych	szybki	niestabilny, powolny	średni	słaby
Inwestycje w sektorze turystycznym	napływ inwestycji krajowych i zagranicznych	ograniczony napływ inwestycji spowodowany brakiem wymaganej infrastruktury komunikacyjnej	napływ inwestycji zagranicznych w sferze turystyki ograniczony ze względu na słabą promocję inwestycyjną	brak inwestycji zagranicznych, inwestycje krajowe na obecnym poziomie
Pozycja konkurencyjna na tle kraju	zdecydowana poprawa istniejącej pozycji konkurencyjnej regionu i przedsiębiorstwa na tle kraju	powoli poprawiająca się bez widocznego skoku	poprawiająca się pozycja konkurencyjna regionu	słaba i pogarszająca się pozycja konkurencyjna na tle kraju
Rozwój przedsiębiorczości w sferze turystycznej	silny rozwój przedsiębiorczości w sferze turystyki	niestabilny, powolny rozwój przedsiębiorczości, uzależniony od działań promocyjnych podejmowanych aktywnie	poprawa rozwoju przedsiębiorczości w regionie	zahamowanie lub bardzo słaby rozwój przedsiębiorczości w regionie
Rozwijające się inne branże i sektory	silny rozwój innych sektorów i branż, głównie związany z rozwojem infrastruktury transportowej, napływem inwestycji krajowych i zagranicznych spoza sfery turystyki	brak oddziaływania na rozwój innych branż przemysłu w regionie	widoczna poprawa rozwoju w innych sektorach gospodarki regionu	zahamowanie lub bardzo słaby rozwój w innych sektorach gospodarki regionu
Trendy społeczne				
Zatrudnienie	wysokie, stabilne	słaby wzrost	stabilny wzrost	stagnacja lub spadek
Ruch turystyczny	dynamiczny wzrost ruchu turystycznego zewnętrznego	słaby wzrost ruchu turystycznego przy nieznacznym wzroście przyjazdu turystów z zagranicy	powolny wzrost ruchu turystycznego	brak zmian w poziomie ruchu turystycznego lub jego obniżenie
Poziom płac w sektorze	wzrost płac w sektorze	poziomie płac bez	powolny wzrost płac	stagnacja lub spadek

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

	spowodowany istniejącą konkurencyjnością	widocznej poprawy sytuacji finansowej pracowników		
Akceptacja społeczna	pełna akceptacja społeczna spowodowana wpływem czynników na inne sfery życia społeczno-gospodarczego	niezadowolenie społeczne spowodowane brakiem zmian infrastrukturalnych	zadowolenie społeczne związane z rozwojem infrastruktury komunikacyjnej	rosnące niezadowolenie społeczne
Trendy środowiskowe				
Walory i zasoby środowiska	zagrożenie walorów i zasobów środowiska spowodowane niekontrolowanym rozwojem gospodarczym i wzrostem ruchu turystycznego	zachowanie istniejących walorów środowiska przy odpowiednio prowadzonej polityce promocyjne i świadomościowej	zagrożenia środowiska spowodowane rozwojem infrastruktury komunikacyjnej	zachowanie walorów i zasobów środowiska oraz wizerunku regionu w kategoriach „skansenu”

Źródło: opracowanie własne.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Scenariusz 1: Dynamiczny rozwój

Scenariusz Dynamicznego rozwoju sektora usług turystycznych charakteryzuje się silnym rozwojem wywołanym poprawą systemu komunikacji (głównie w postaci poprawy sieci dróg oraz rozwojem systemu komunikacji lotniczej) oraz skutecznym systemem promocji regionu w Polsce i na świecie. Rozwój infrastruktury komunikacyjnej jest w tym scenariuszu głównym czynnikiem dynamizującym napływ turystów z Polski i z zagranicy oraz rozwój inwestycji w regionie. Jedynie sprawny system promocji tych nowych uwarunkowań zagwarantuje zainteresowanie zewnętrznych inwestorów i turystów regionem podlaskim. Czynniki decydujące o rozwoju turystyki będą miały również istotny wpływ na rozwój pozostałych sektorów gospodarki regionu, głównie w aspekcie zainteresowania zewnętrznych inwestorów (np. powstanie centrów logistycznych). Scenariusz ten charakteryzuje się silnym wzrostem zatrudnienia w sektorze turystycznym, silnym wzrostem przedsiębiorczości, poprawą konkurencyjności regionu na arenie krajowej i międzynarodowej. Scenariusz dynamicznego rozwoju może stanowić istotne zagrożenia dla istniejących zasobów i walorów środowiskowych. Przeciwdziałać temu może odpowiedni system promocji pożądanych i dozwolonych form i rodzajów działalności oraz system promocji kształtujący świadomość ekologiczną potencjalnych turystów i przyszłych inwestorów. W scenariuszu tym niezbędne będzie podjęcie szeregu działań o charakterze organizacyjnym i technicznym przeciwdziałających potencjalnym zagrożeniom dla środowiska przyrodniczego.

Scenariusz 2: Rozwój promocyjny

Scenariusz rozwoju promocyjnego w głównej mierze opiera się na odpowiednio kształtowanej promocji regionu w kraju i na świecie eksponującej istniejące walory środowiskowe. Z punktu widzenia całej gospodarki oraz pojedynczych podmiotów działania promocyjne nie mogą zapewnić dynamicznego i trwałego rozwoju sektora usług turystycznych. W obliczu stale rosnących wymagań ze strony klientów (turystów) również w zakresie poprawy bezpieczeństwa, komfortu podróży w dłuższej perspektywie czasowej spowoduje ograniczenia napływu turystów. Stosowane narzędzia i techniki promocji regionu nie będą wystarczające by podnieść atrakcyjność turystyczną. Początkowy wzrost ruchu turystycznego spowodowany np. pojawieniem się nowego produktu turystycznego i jego promocją będzie mały. W scenariuszu tym nie należy oczekiwać istotnego wzrostu zatrudnienia w sektorze usług turystycznych.

Scenariusz 3: Rozwój infrastrukturalny

W scenariuszu rozwoju infrastrukturalnego istotnym czynnikiem rozwoju jest poprawa i rozbudowa istniejącego systemu komunikacji drogowej oraz lotniczej, przy jednocześnie słabej promocji regionu i jego nowych uwarunkowań. Brak systemu promocji spowoduje ograniczony dostęp do informacji dla potencjalnych inwestorów oraz turystów. Brak eksponowania walorów turystycznych województwa podlaskiego i ograniczone działania promocyjne mogą spowodować zmianę kierunku rozwoju społeczno-gospodarczego. W scenariuszu tym należy spodziewać się zadowolenia społecznego wynikającego z poprawy infrastruktury komunikacyjnej. W dłuższej perspektywie czasowej funkcja turystyczna regionu może zostać ograniczona na rzecz np. centrów logistycznych i innych branż przemysłu rozwijających się dzięki sprawnemu systemowi komunikacji.

Scenariusz 4: „Słabnący” rozwój

Scenariusz słabnącego rozwoju charakteryzuje się brakiem zarówno inwestycji związanych z poprawą systemu komunikacyjnego regionu oraz brakiem skutecznego systemu promocji turystycznej. Rosnące niezadowolenie społeczne wywołane jest głównie brakiem możliwości zatrudnienia, niskim poziomem płac, brakiem możliwości dalszego rozwoju. W scenariuszu tym z uwagi na brak odpowiedniego systemu promocji

dochodzi do zmniejszenia istniejącego poziomu ruchu turystycznego i utrwalania wizerunku regionu w kategoriach „skansenu”.

5. Informacje w zakresie istniejących form, możliwości wsparcia sektora turystycznego ze środków krajowych i unijnych

Jednym z elementów determinujących rozwój każdej jednostki organizacyjnej jest dostępność środków na finansowanie prowadzonej działalności. Niezbędne jest unowocześnienie produktów turystycznych celem zwiększenia atrakcyjności Polski pod względem turystycznym. Brak nakładów finansowych w tym zakresie w dłuższej perspektywie może negatywnie wpłynąć na przyjazdy turystów i cudzoziemców, a co za tym idzie na wpływy z turystyki. W szczególności problem stanowi pozyskanie środków na finansowanie przedsięwzięć o charakterze inwestycyjnym. Rozdział ten jest próbą zebrania i przedstawienia informacji dotyczących istniejących programów wsparcia finansowego przedsiębiorstw sektora turystycznego.

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) na lata 2007-2013

OŚ 3 Jakość życia na obszarach wiejskich i różnicowanie gospodarki wiejskiej w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 obejmuje 3 działania, w ramach których istnieje możliwość ubiegania się o wsparcie na działalność turystyczną. Działanie te obejmują:

- Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej;
- Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw;
- Odnowa i rozwój wsi.[9]

Działanie: Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej

Celem działania jest różnicowanie działalności rolniczej w kierunku podejmowania lub rozwijania przez rolników, domowników i małżonków rolników, działalności nierolniczej lub związanej z rolnictwem, co wpłynie na tworzenie pozarolniczych źródeł dochodów, promocję zatrudnienia poza rolnictwem na obszarach wiejskich. Pomocy udzielana jest na podjęcie lub rozwój działalności w zakresie:

- usług dla gospodarstw rolnych lub leśnictwa;
- usług dla ludności;
- sprzedaży hurtowej i detalicznej;
- rzemiosła lub rękodzielnictwa;
- robót i usług budowlanych oraz instalacyjnych;
- usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem;
- usług transportowych;
- usług komunalnych;
- przetwórstwa produktów rolnych lub jadalnych produktów leśnych;
- magazynowania lub przechowywania towarów;
- wytwarzania produktów energetycznych z biomasy;
- rachunkowości, doradztwa lub usług informatycznych.

O dofinansowanie mogą ubiegać się osoby fizyczne ubezpieczone na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników, jako rolnik, małżonek rolnika lub domownik. Pomoc ma formę zwrotu części kosztów kwalifikowalnych operacji. Maksymalna wysokość pomocy udzielonej jednemu beneficjentowi w gospodarstwie rolnym, w okresie realizacji Programu, nie może przekroczyć 100 000 zł.

Działanie „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej” przewiduje wsparcie inwestycyjne. Pomoc ma postać zwrotu części kosztów kwalifikowalnych związanych z dodatkową działalnością nierolniczą

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

podejmowaną lub rozwijaną przez rolników (członków gospodarstwa domowego). Poziom pomocy finansowej wynosi maksymalnie 50% kosztów kwalifikowanych operacji.

Działanie: Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw

Cel działania obejmuje wzrost konkurencyjności gospodarczej obszarów wiejskich, rozwój przedsiębiorczości i rynku pracy, a w konsekwencji - wzrost zatrudnienia na obszarach wiejskich.

Pomocy udzielana jest podmiotom z tytułu inwestycji związanych z tworzeniem lub rozwojem mikroprzedsiębiorstw, działających w zakresie:

- usług dla gospodarstw rolnych lub leśnictwa;
- usług dla ludności;
- sprzedaży hurtowej i detalicznej;
- rzemiosła lub rękodzielnictwa;
- robót i usług budowlanych oraz instalacyjnych;
- usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem;
- usług transportowych;
- usług komunalnych;
- przetwórstwa produktów rolnych lub jadalnych produktów leśnych;
- magazynowania lub przechowywania towarów;
- wytwarzania produktów energetycznych z biomasy;
- rachunkowości, doradztwa lub usług informatycznych.

O wsparcie mogą ubiegać się osoby fizyczne lub osoby prawne, lub jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej, które prowadzą (podejmują) działalność jako mikroprzedsiębiorstwo zatrudniające poniżej 10 osób, i mające obrót nie przekraczający równowartości w zł 2 mln euro. Udzielana pomoc ma formę zwrotu części kosztów kwalifikowalnych operacji. Wysokość pomocy przyznanej na realizację operacji nie może przekroczyć:

- 100 000 zł – jeśli biznesplan przewiduje utworzenie od 1 do 2 miejsc pracy w przeliczeniu na pełne etaty (średnioroczne), co uzasadnione jest zakresem rzeczowym operacji;
- 200 000 zł – jeśli biznesplan przewiduje utworzenie powyżej 2 i mniej niż 5 miejsc pracy (w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne), co uzasadnione jest zakresem rzeczowym operacji;
- 300 000 zł – jeśli biznesplan przewiduje utworzenie co najmniej 5 miejsc pracy (w przeliczeniu na pełne etaty średnioroczne), co uzasadnione jest zakresem rzeczowym operacji.

Maksymalna wysokość pomocy udzielonej jednemu beneficjentowi, w okresie realizacji Programu, nie może przekroczyć 300 000 zł. Poziom pomocy finansowej wynosi maksymalnie 50% kosztów kwalifikowanych operacji.

Działanie: Odnowa i rozwój wsi

Realizacja działania tworzy warunki dla rozwoju społeczno-ekonomicznego obszarów wiejskich i aktywizacji ludności wiejskiej przez wsparcie inwestycyjne przyznawane na realizację projektów związanych z zagospodarowaniem przestrzeni publicznej, w tym utrzymaniem, odbudową i poprawą stanu dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wsi oraz podniesienie atrakcyjności turystycznej obszarów wiejskich.

Celem działania jest wpływanie na poprawę jakości życia na obszarach wiejskich przez zaspokojenie potrzeb społecznych i kulturalnych mieszkańców wsi oraz promowanie obszarów wiejskich. Umożliwi rozwój tożsamości społeczności wiejskiej, zachowanie dziedzictwa kulturowego i specyfiki obszarów wiejskich oraz wpłynie na wzrost atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej obszarów wiejskich.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Pomocy finansowa udzielana jest podmiotom z tytułu inwestycji w zakresie:

- budowy, przebudowy, remontu lub wyposażenia obiektów:
 - a) pełniących funkcje publiczne, społeczno-kulturalne, rekreacyjne i sportowe,
 - b) służących promocji obszarów wiejskich, w tym propagowaniu i zachowaniu dziedzictwa historycznego, tradycji, sztuki oraz kultury,
- kształtowania obszaru przestrzeni publicznej;
- **budowy remontu lub przebudowy infrastruktury związanej z rozwojem funkcji turystycznych, sportowych lub społeczno-kulturalnych;**
- zakupu obiektów charakterystycznych dla tradycji budownictwa w danym regionie, w tym budynków będących zabytkami, z przeznaczeniem na cele publiczne;
- odnawiania, eksponowania lub konserwacji lokalnych pomników historycznych, budynków będących zabytkami lub miejsc pamięci;
- kultywowania tradycji społeczności lokalnej oraz tradycyjnych zawodów.

O dofinansowanie w ramach działania mogą ubiegać się osoby prawne: gmina, instytucja kultury, dla której organizatorem jest jednostka samorządu terytorialnego, kościół lub inny związek wyznaniowy, organizacja pozarządowa mająca status organizacji pożytku publicznego. Pomoc finansowa ma formę refundacji części kosztów kwalifikowalnych projektu. Maksymalna wysokość pomocy na realizację projektów w jednej miejscowości wynosi 500 000 zł w okresie realizacji Programu. Wielkość pomocy przyznanej na realizację jednego projektu nie może być niższa niż 25 000 zł. Poziom pomocy finansowej z EFRROW wynosi maksymalnie 75% kosztów kwalifikowalnych projektu. Wymagany krajowy wkład środków publicznych, w wysokości co najmniej 25% kosztów kwalifikowalnych projektu, pochodzi ze środków własnych beneficjenta.

Program Operacyjny Kapitał Ludzki jest jednym z programów operacyjnych, służących realizacji Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013 i obejmuje całość interwencji Europejskiego Funduszu Społecznego w Polsce. Jego zasadniczym celem jest efektywny rozwój zasobów ludzkich, koncentruje się zatem na następujących obszarach [2]:

- zatrudnienie;
- edukacja;
- integracja społeczna;
- rozwój potencjału adaptacyjnego pracowników i przedsiębiorstw;
- rozwój zasobów ludzkich na terenach wiejskich;
- budowa sprawnej i skutecznej administracji publicznej wszystkich szczebli;
- wdrażanie zasady dobrego rządzenia;
- promocja zdrowia zasobów ludzkich.

Program Operacyjny kapitał Ludzki składa się z 10 priorytetów, realizowanych zarówno na poziomie centralnym jak i regionalnym. W ramach komponentu centralnego środki zasilające przeznaczone są przede wszystkim na wsparcie efektywności struktur i systemów instytucjonalnych. Środki komponentu regionalnego przeznaczone są na wsparcie osób i grup społecznych. Wspominane wcześniej priorytety są następujące:

- zatrudnienie i integracja społeczna;
- rozwój zasobów ludzkich i potencjału administracyjnego przedsiębiorstwa oraz poprawa stanu zdrowia osób pracujących;
- wysoka jakość systemu oświaty;
- szkolnictwo wyższe i nauka;
- dobre rządzenie;

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- rynek pracy otwarty dla wszystkich;
- promocja integracji społecznej;
- regionalne kadry gospodarki;
- rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach;
- pomoc techniczna [7].

Zgodnie z Programem Operacyjnym Kapitał Ludzki przedsiębiorcy mogą się ubiegać o wsparcie przede wszystkim w ramach priorytetu II. Rozwój zasobów ludzkich i potencjału administracyjnego przedsiębiorstw oraz poprawa stanu zdrowia osób pracujących, dla którego instytucją pośredniczącą jest minister właściwy do spraw pracy. Budżet tego priorytetu wynosi ponad 778 mln euro i stanowi 6,81% całego wsparcia w ramach PO KL. Cele II priorytetu określone są następująco:

- podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez zwiększanie inwestowania w kapitał ludzki przedsiębiorstw;
- poprawa jakości i dostępności usług szkoleniowo-doradczych wspierających rozwój przedsiębiorczości;
- wzmocnienie potencjału zdrowia osób pracujących poprzez opracowywanie programów profilaktycznych, podnoszenie kwalifikacji personelu medycznego oraz programów wspierających powrót do pracy [7].

Powyższe cele realizowane są poprzez:

- otwarte i zamknięte szkolenia oraz doradztwo dla przedsiębiorstw o charakterze ponadregionalnym, dla przedsiębiorców lub grup przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw oraz studia podyplomowe dla pracowników przedsiębiorstw;
- szkolenia i doradztwo dla wsparcia procesów restrukturyzacji na poziomie ponadregionalnym;
- badania i analizy oraz projekty systemowe, w tym prognozowanie kierunków rozwoju kwalifikacji i zawodów, promowanie i upowszechnianie nowych form kształcenia, w tym e-learningu;
- promowanie nowych form i metod organizacji pracy, planowanie strategii innowacyjnych;
- opracowywanie standardów zarządzania procesami w przedsiębiorstwie;
- promowanie profesjonalizacji funkcji zarządzającego zasobami ludzkimi oraz promowanie doskonalenia zawodowego;
- popularyzowanie działań badawczo-rozwojowych, innowacyjnych oraz możliwości współpracy międzysektorowej;
- zwiększenie zaangażowania partnerów społecznych w działania na rzecz rozwoju potencjału administracyjnego przedsiębiorstw i pracowników [2].

Przedsiębiorcy mogą również korzystać z PO KL na poziomie regionalnym w ramach priorytetu VIII: Regionalne kadry gospodarki, dla którego instytucją pośredniczącą jest samorząd województwa. Celem tego priorytetu jest podniesienie konkurencyjności regionów poprzez wsparcie przedsiębiorstw i ich pracowników w dostosowywaniu się do potrzeb regionalnej strategii rozwoju oraz podniesienie konkurencyjności regionów poprzez podwyższanie kwalifikacji pracowników.

Wspieraniu podlega zarządzanie i identyfikacja potrzeb w zakresie kwalifikacji pracowników, poprawa organizacji pracy, zarządzanie BHP i uelastycznienie form świadczenia pracy. Dofinansowanie dotyczy m.in.:

- doradztwa dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw;
- nabycia nowych oraz podwyższania kwalifikacji i umiejętności zawodowych osób pracujących;
- pomocy w tworzeniu partnerstwa lokalnych wspomagających pracodawców przechodzących restrukturyzację;
- wsparcia pracodawców przechodzących restrukturyzację w realizacji programów zwolnień monitorowanych;
- badania trendów rozwojowych i prognozowania zmian gospodarczych w regionie.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

W ramach PO KL wsparcie będą mogły uzyskać także osoby zamierzające rozpocząć własną działalność gospodarczą, ze szczególnym uwzględnieniem osób niepełnosprawnych i dyskryminowanych na rynku pracy. Służy temu priorytet VI: Rynek pracy otwarty dla wszystkich i priorytet VII: promocja integracji społecznej. Celem obu priorytetów jest podniesienie poziomu aktywności gospodarczej i zatrudnienia oraz zapewnienie równego dostępu do zatrudnienia wszystkim osobom doświadczającym różnego rodzaju dyskryminacji na rynku pracy.

Przedsiębiorcy w zakresie działań Programu operacyjnego Kapitał Ludzki mogą się ubiegać o wsparcie zarówno na poziomie ponadregionalnym, jak i regionalnym. Wybór odpowiedniej drogi może być podyktowany skalą przedsięwzięcia oraz wytycznymi dotyczącymi kosztów kwalifikowanych i działań mogących uzyskać wsparcie na poszczególnych szczeblach wdrażania programu.

Celem **Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej** jest przyspieszenie tempa rozwoju społeczno – gospodarczego Polski Wschodniej w zgodzie z zasadą zrównoważonego rozwoju. Cel główny Programu osiągnąć będzie przez realizację celów szczegółowych, którymi są:

- stymulowanie rozwoju konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy;
- zwiększenie dostępu do Internetu szerokopasmowego w Polsce Wschodniej;
- rozwój wybranych funkcji metropolitalnych miast wojewódzkich;
- poprawa dostępności i jakości powiązań komunikacyjnych województw Polski Wschodniej;
- zwiększenie roli zrównoważonej turystyki w gospodarczym rozwoju makroregionu;
- optymalizacja procesu wdrażania PO Rozwój Polski Wschodniej;[8]

Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej stanowi układ osi priorytetowych.

Oś priorytetowa I: Nowoczesna gospodarka.

- I.1. Infrastruktura uczelni.
- I.2. Wsparcie powstawania i dokapitalizowanie instrumentów inżynierii finansowej.
- I.3. Wspieranie innowacji.
- I.4. Promocja i współpraca.

Oś priorytetowa II: Infrastruktura społeczeństwa informacyjnego.

- II.1. Sieć szerokopasmowa Polski Wschodniej.

Oś priorytetowa III: Wojewódzkie ośrodki wzrostu.

- III.1. Systemy miejskiego transportu zbiorowego.
- III.2. Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej.

Oś priorytetowa IV: Infrastruktura transportowa.

- IV.1 Infrastruktura drogowa.

Oś priorytetowa V: Zrównoważony rozwój potencjału turystycznego opartego o warunki naturalne

- V.1. Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki
- V.2. Trasy rowerowe

Oś priorytetowa VI: Pomoc techniczna.

- VI.1. Wsparcie procesu wdrażania oraz promocja Programu.

Z punktu widzenia przyszłego rozwoju sektora turystycznego szczególnie istotne wydają się być działania realizowane w ramach osi priorytetowej III - Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej, osi priorytetowej V Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki oraz Trasy rowerowe.

W ramach PO RPW projekty realizować mogą w szczególności:

- szkoły wyższe;
- jednostki samorządu terytorialnego oraz związki i stowarzyszenia z ich udziałem;

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- jednostki naukowe, w tym podstawowe jednostki organizacyjne szkół wyższych;
- jednostki badawczo-rozwojowe, w tym jednostki Polskiej Akademii Nauk;
- przedsiębiorcy;
- organizacje pozarządowe;
- Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad;
- instytucje ważne dla regionów z punktu widzenia rozwoju regionalnego, w tym: urzędy statystyczne, biura planowania przestrzennego; organizacje turystyczne; instytucje otoczenia biznesu i innowacji (agencje i fundacje rozwoju regionalnego i lokalnego, kluby biznesu, centra obsługi inwestorów, izby gospodarcze, centra transferu technologii, parki technologiczne, parki przemysłowe; inkubatory przedsiębiorczości).

Środki Programu zostały przyporządkowane poszczególnym województwom Polski Wschodniej. Podziału dokonano w oparciu o specjalny algorytm. Na województwo podlaskie została przeznaczona kwota środków na poziomie 386,86 mln zł.

Działanie: III.2. Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej

Celem działania jest stworzenie warunków dla dynamicznego rozwoju turystyki kongresowej i targowej. Działanie jest otwarte dla miast wojewódzkich Polski Wschodniej (Lublin, Rzeszów, Białystok, Olsztyn, Kielce), oraz gmin należących do potencjalnego obszaru metropolitalnego, rozumianego jako obszar bezpośredniego oddziaływania społeczno – gospodarczego miasta wojewódzkiego, wyodrębniony przez każdy z regionów. W ramach Działania wsparcie zostanie skierowane na rzecz inwestycji infrastrukturalnych związane z budową, rozbudową i wyposażeniem obiektów wystawienniczych i targowych, kongresowych i konferencyjnych (również na terenie miast powiatowych), umożliwiającą organizację imprez o charakterze ponadregionalnym i międzynarodowym. Wsparcie zostanie skierowane jedynie dla tych obiektów, których powstanie wynika ze zdiagnozowanych potrzeb rynku i których istnienie będzie uzasadnione ekonomicznie. Typy projektów przewidziane do finansowania obejmują:

- budowę i rozbudowę obiektów targowych, wystawienniczych;
- budowę i rozbudowę obiektów kongresowych, konferencyjnych.

Minimalna wartość projektu 20 mln PLN. W ramach działania wsparcie nie będzie kierowane na rzecz obiektów hotelowych czy gastronomicznych. Beneficjenci programu mogą być:

- jednostki samorządu terytorialnego;
- związki i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego;
- spółki prawa handlowego, w których udziały lub akcje posiada jednostka samorządu terytorialnego lub Skarb Państwa;
- organizacje pozarządowe.

Działanie: V.1. Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki

Celem działania jest wzrost zainteresowania ofertą turystyczną Polski Wschodniej. W ramach działania zostanie opracowany i zrealizowany kompleksowy projekt, którego celem jest promocja walorów turystycznych Polski Wschodniej. Za koordynację prac nad przygotowaniem projektu i dokumentacji technicznej odpowiedzialny jest

Minister Rozwoju Regionalnego, natomiast realizacja projektu zostanie powierzona innym podmiotom.

Beneficjentami działania mogą być:

- jednostki samorządu terytorialnego;
- związki i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego;
- organy administracji rządowej;
- przedsiębiorcy;

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- instytucje ważne dla regionów z punktu widzenia rozwoju regionalnego, w tym: instytucje otoczenia biznesu i innowacji (centra obsługi inwestorów, agencje i fundacje rozwoju regionalnego i lokalnego, kluby biznesu, izby gospodarcze, centra transferu technologii, parki technologiczne, przemysłowe, inkubatory przedsiębiorczości).

Działanie: V.2. Trasy rowerowe

Celem działania jest rozwój turystyki rowerowej w Polsce Wschodniej. W ramach działania zostanie opracowany i zrealizowany kompleksowy projekt, którego celem jest stworzenie ponadregionalnej trasy rowerowej w Polsce Wschodniej. Wyznaczenie przebiegu szlaku rowerowego w Polsce Wschodniej nastąpi we współpracy Ministerstwa Rozwoju Regionalnego z samorządami województw, organizacjami turystycznymi i ekologicznymi. Za koordynację prac nad przygotowaniem projektu i dokumentacji technicznej odpowiedzialny jest Minister Rozwoju Regionalnego, natomiast realizacja projektu zostanie powierzona innym podmiotom.

Typy projektów do finansowania obejmują:

- budowa i oznakowanie ścieżek rowerowych o utwardzonej nawierzchni, głównie na terenie miast;
- wytyczanie i oznakowanie tras rowerowych na terenie pozamiejskim;
- budowa i montaż podstawowej infrastruktury towarzyszącej tj. stojaków na rowery, wiat postojowych, wiat widokowych, itp. oraz innych urządzeń niezbędnych do zapewnienia bezpiecznego przejazdu po trasach/ścieżkach realizowanych w ramach Programu.

Na realizację kompleksowego projektu zarezerwowano 50 mln EUR. Beneficjentami działania mogą być:

- jednostki samorządu terytorialnego,
- związki i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego,
- organizacje pozarządowe

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka jest programem wdrażanym na terenie całego kraju, współfinansowanym ze środków europejskich, opracowanym w ramach narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007-2013. W jego ramach przewidziano realizację siedmiu osi priorytetowych:

- I. Badania i rozwój nowoczesnych technologii
- II. Infrastruktura sfery B+R
- III. Kapitał dla innowacji
- IV. Inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia
- V. Dyfuzja innowacji
- VI. Polska gospodarka na rynku międzynarodowym
- VII. Budowa i rozwój społeczeństwa informacyjnego [17].

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka w największym stopniu ze wszystkich programów operacyjnych skierowany jest do przedsiębiorców. Wspiera on projekty o znaczeniu ponadregionalnym z zakresu innowacji technologicznych w obrębie produktów i procesów oraz organizacyjnych w sektorach produkcyjnych i usługowych, które bezpośrednio lub pośrednio przyczynia się do powstawania i rozwoju innowacyjnych przedsiębiorstw. Z punktu widzenia potencjalnego finansowania przedsięwzięć sektory turystycznych szczególnym przedmiotem zainteresowania powinny być działania w ramach priorytetów:

Priorytet VI: Polska gospodarka na rynku międzynarodowym.

Działanie 6.3 Promocja turystycznych walorów Polski.

Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Priorytet VIII: Społeczeństwo informacyjne – zwiększanie innowacyjności gospodarki.

Działanie 8.1 Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej.

Działanie: 8.2. Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B.

W ramach priorytetu 6. wspierane będą działania polegające na silniejszym powiązaniu gospodarki polskiej z gospodarką międzynarodową poprzez przedstawienie Polski jako atrakcyjnego partnera na rynku międzynarodowym, a zarazem atrakcyjnego miejsca do lokowania inwestycji. Działania te obejmują: wspieranie promocji eksportu, budowę i rozwój systemu obsługi przedsiębiorców, wsparcie dla sieci obsługi inwestorów oraz działania związane ze zwiększeniem atrakcyjności inwestycyjnej lokalizacji, promocję polskiej gospodarki na rynku międzynarodowym oraz promocję turystycznych walorów Polski. Duży nacisk zostanie położony na wykorzystanie instrumentów informatycznych. W ramach priorytetu będą również wspierane inicjatywy istotne dla promocji Polski, np. organizacja w Polsce lub przygotowanie polskich wystąpień w trakcie dużych przedsięwzięć o charakterze międzynarodowym. Wsparcie w ramach priorytetu 6. skierowane będzie również na tworzenie i rozwój produktów turystycznych o charakterze unikatowym i o znaczeniu ponadregionalnym. Preferowane będą produkty turystyczne, które ze względu na swoją lokalizację lub charakter mogą stanowić ofertę turystyczną związaną z miejscem rozgrywek Mistrzostw Europy EURO 2012. Wzmocnienie konkurencyjności gospodarki poprzez promocję Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie.

Działania 6.3 Promocja turystycznych walorów Polski

W ramach POIG wspierane będą projekty obejmujące:

- przeprowadzanie badań i analiz marketingowych w obszarze turystyki lub zakup wyników takich badań i analiz, a także dystrybucja ich wyników;
- obsługę i rozbudowę ogólnopolskiego systemu informacji turystycznej wraz z narzędziami umożliwiającymi rezerwację;
- tworzenie strategii i planów promocji;
- projektowanie i realizację działań o charakterze informacyjnym, promocyjnym, reklamowym, obejmujących przeprowadzanie kampanii promocyjnych w kraju i za granicą, w szczególności z wykorzystaniem ośrodków POIT jako sieci realizującej ww. zadania (wykorzystywane będą m.in. multimedialne kampanie reklamowe, przygotowanie materiałów promocyjnych i informacyjnych),
- wsparcie procesu tworzenia, rozwijania i promocji produktów turystycznych, tworzenie systemów identyfikacji wizualnej;
- działania marketingowe w zakresie rozwoju i promocji turystyki biznesowej;
- działania marketingowe w ramach realizowanych kampanii produktowych, w tym także organizacja seminariów, warsztatów, wystąpień targowych, imprez promocyjnych, podróży studyjnych dla przedstawicieli mediów i przedstawicieli branży turystycznej;
- kampanię informacyjno-promocyjną w kontekście przygotowań Polski do EURO 2012, w tym promocję produktów turystycznych związanych geograficznie z miejscami, w których rozgrywane będą w kraju te mistrzostwa.

Specyfika POIG wskazuje, że w ramach programu będą finansowane działania o charakterze krajowym. Ważne jest by w opracowywanych dokumentacji, czy realizowanych działaniach znalazły się inicjatywy dotyczące województwa podlaskiego. Maksymalny udział środków UE w kwocie dofinansowania wynosi 85%. W Regionalnych Programach Operacyjnych przewidziane jest dofinansowanie promocji atrakcji turystycznych o znaczeniu lokalnym i regionalnym.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym

Wsparcie inwestycji dla stworzenia konkurencyjnych i innowacyjnych produktów turystycznych o charakterze unikatowym i ponadregionalnym, przy jednoczesnym zachowaniu chłonności terenów turystycznych i ich pojemności turystycznej. Z tego względu w PO IG przewidziano wsparcie projektów o największym znaczeniu turystycznym, w szczególności takich które przyczynią się do wzrostu atrakcyjności kraju w świetle przygotowań do organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012. W celu zwiększenia atrakcyjności Polski wśród turystów krajowych i zagranicznych konieczne jest stworzenie produktów turystycznych, które docelowo staną się flagowymi atrakcjami kraju, konsekwentnie wykorzystywanymi w akcjach promocyjnych Polski. Poprzez wzrost ruchu turystycznego realizacja działania przyczyni się do rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. Dodatkowo, umożliwienie podmiotom wspólnego wdrażania projektów przyczyni się do rozwijania zasady partnerstwa oraz pogłębienia umiejętności wzajemnej współpracy pomiędzy poszczególnymi instytucjami działającymi w branży turystycznej. Działanie jest komplementarne do wsparcia oferowanego w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych, gdzie przewidziane jest dofinansowanie inwestycji w produkty turystyczne o znaczeniu lokalnym i regionalnym. Działanie jest komplementarne w stosunku do priorytetu XII Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko „Kultura i dziedzictwo kulturowe”, w ramach którego wsparciem objęte będą projekty z zakresu ochrony i zachowania zabytków nieruchomych o znaczeniu ponadregionalnym, w tym znajdujące się na liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO lub uznane przez Prezydenta RP za Pomniki Historii, których beneficjentami są przedsiębiorstwa państwowe nie działające w celu osiągnięcia zysku.

W ramach działania 6.4 wspierane będą projekty indywidualne umieszczone na Liście projektów indywidualnych dla Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013, zgodnie z załącznikiem nr 4.5 *Lista projektów indywidualnych*, o następującym charakterze:

- kompleksowe ponadregionalne projekty turystyczne obejmujące inwestycje w spójną infrastrukturę unikatowych produktów turystycznych, w szczególności projekty realizowane w formule partnerstwa kilku podmiotów;
- projekty przewidujące wsparcie dla obiektów stanowiących wyjątkowe atrakcje turystyczne znajdujące się na liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO lub uznane przez Prezydenta RP za Pomniki Historii.

Preferowane będą projekty dotyczące rozwoju produktów turystycznych, które ze względu na swoją lokalizację będą stanowić atrakcyjną ofertę turystyczną z punktu widzenia organizacji przez Polskę Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012. Preferowane będą projekty liniowe i sieciowe. Projekty mogą obejmować również działania promujące produkt turystyczny, ściśle związane z realizowanymi w ramach projektu inwestycjami. W ramach działania 6.4 nie przewiduje się dofinansowania projektów z zakresu infrastruktury noclegowej i gastronomicznej.

Beneficjentem programu mogą być jednostki samorządu terytorialnego i instytucje im podległe, jednostki administracji rządowej i instytucje im podległe, instytucje otoczenia biznesu, w tym izby gospodarcze, fundacje i stowarzyszenia działające na rzecz sektora turystycznego, przedsiębiorcy.

W ramach priorytetu 8. wspierane będą działania w zakresie tworzenia usług elektronicznych, tworzenia elektronicznej komunikacji między przedsiębiorstwami, jak również przeciwdziałania wykluczeniu cyfrowemu.

Działanie 8.1 Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej

W ramach działania będą oferowane następujące typy instrumentów wsparcia:

Typ 1: wsparcie w formie dotacji na realizację indywidualnych projektów mikro- oraz małych przedsiębiorców, prowadzących działalność gospodarczą nie dłużej niż 1 rok licząc od dnia wpisu

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

przedsiębiorcy do Krajowego Rejestru Sądowego albo Ewidencji Działalności Gospodarczej (możliwość aplikowania dotyczy również spółek kapitałowych w organizacji), mających na celu świadczenie e-usługi, przy czym projekt może obejmować wytworzenie produktów cyfrowych koniecznych do świadczenia tej e-usługi. Dany beneficjent otrzyma wsparcie tylko na jeden projekt w ramach działania 8.1. Projekt może być objęty dofinansowaniem przez okres nie dłuższy niż 24 miesiące.

Typ 2: projekt systemowy – wsparcie w formie dotacji dla Instytucji Wdrażającej na utworzenie i prowadzenie specjalistycznego portalu internetowego na potrzeby działań 8.1 i 8.2 oraz promowanie działania i informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwości uzyskania wsparcia poprzez organizowanie kampanii informacyjnych.

Maksymalny udział środków UE w kwocie dofinansowania wynosi 85%.

Działanie: 8.2. Wsparcie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B

Celem działania jest stymulowanie tworzenia wspólnych przedsięwzięć biznesowych prowadzonych w formie elektronicznej. Wdrażanie ICT w przedsiębiorstwach i tworzenie usług elektronicznych dla przedsiębiorstw oraz między przedsiębiorstwami (tzw. Business-to-Business - B2B) jest w coraz większym stopniu stosowane zarówno na europejskim, jak i globalnym rynku. Szerokie wprowadzenie go wśród polskich przedsiębiorstw jest niezbędne, jeśli mają one efektywnie współpracować z europejskimi partnerami. Szczególnie istotne jest stymulowanie tej formy współpracy z partnerami biznesowymi wśród mikro-, małych i średnich przedsiębiorców, którym stwarza ona szansę udziału w rynkach o zasięgu ponadregionalnym, jednocześnie znacząco zmniejszając koszty produkcji i dystrybucji.

Przedmiotem wsparcia będą przedsięwzięcia o charakterze technicznym, informatycznym, oraz organizacyjnym, które prowadzą do realizacji procesów biznesowych w formie elektronicznej, obejmujących trzech lub więcej współpracujących przedsiębiorców. Typowy projekt obejmuje wdrażanie nowych lub integrację istniejących systemów informatycznych przedsiębiorstw, mających na celu umożliwienie automatyzacji wymiany informacji pomiędzy systemami informatycznymi współpracujących przedsiębiorców. Projekt może być objęty dofinansowaniem przez okres nie dłuższy niż 24 miesiące. Przykładem projektów ze sfery usług turystycznych może być "Wirtualne biuro podróży".

Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko jest kolejnym programem umożliwiającym uzyskanie wsparcia finansowego także przedsiębiorstwom branży turystycznej. Głównym celem programu jest podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej Polski i jej regionów poprzez rozwój infrastruktury technicznej przy równoczesnej ochronie i poprawie stanu środowiska i zdrowia mieszkańców.

W ramach tego programu realizowanych jest 15 osi priorytetowych, a w odniesieniu do działalności turystycznej szczególne znaczenie ma oś XII: Kultura i dziedzictwo kulturowe. Celem działań w ramach osi priorytetowej jest wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa kulturowego o znaczeniu światowym i europejskim dla zwiększenia atrakcyjności Polski. Jeden z celów szczegółowych został sformułowany następująco: Ochrona, zachowanie i efektywne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym.

W ramach osi priorytetowej wsparciem objęte będą projekty z zakresu ochrony i zachowania zabytków nieruchomych o znaczeniu ponadregionalnym, w tym znajdujące się na liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO lub uznane przez Prezydenta RP za Pomniki Historii. Wsparciem objęte będą również projekty z zakresu ochrony i zachowania ruchomych obiektów dziedzictwa kulturowego, a także projekty z zakresu rozwoju zasobów cyfrowych w dziedzinie zasobów bibliotecznych i archiwalnych oraz zasobów wirtualnych muzeów.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Założenia działania 12.1 Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym zakładają udzielanie wsparcia finansowego na:

- Projekty związane z rewitalizacją, rewaloryzacją, konserwacją, renowacją, restauracją, zachowaniem, a także adaptacją na cele kulturalne obiektów wpisanych do rejestru zabytków i zespołów tych obiektów wraz z ich otoczeniem.
- Zakup i remont trwałego wyposażenia do prowadzenia działalności kulturalnej w obiektach będących celem projektu (wyłącznie jako jeden z elementów projektu).
- Konserwację zabytkowych muzealiów, starodruków, zabytkowych archiwaliów, księgozbiorów, zbiorów filmowych oraz innych zabytków ruchomych.
- Zabezpieczenie zabytków przed kradzieżą i zniszczeniem.
- Rozwój zasobów cyfrowych w dziedzinie kultury, w tym: digitalizację zabytkowych zasobów bibliotecznych, archiwalnych, filmowych i muzealnych.
- Tworzenie wirtualnych muzeów, galerii, fonotek, fototek, filmotek, cyfrowych bibliotek, itp. (dot. wykorzystania w tym celu zbiorów zabytkowych).
- Przygotowanie kompleksowej dokumentacji niezbędnej do wnioskowania i realizacji przedsięwzięcia w ramach działania.

Minimalna wartość projektu 20 mln PLN. Dla projektów dotyczących:

1. konserwacji zabytków ruchomych,
2. rozwoju zasobów cyfrowych w dziedzinie zabytkowych zasobów bibliotecznych, archiwalnych, filmowych oraz tworzenia wirtualnych muzeów, galerii, fonotek, fototek, filmotek, cyfrowych bibliotek, itp.
3. zabezpieczenia zabytków przed kradzieżą i zniszczeniem oraz projektów realizowanych przez instytucje kultury państwowe i współprowadzone z ministrem właściwym ds. kultury i dziedzictwa narodowego, archiwa państwowe oraz dopuszczone w działaniu typy szkół i uczelni artystycznych.

Minimalna wartość projektu wynosi 4 mln PLN.

Dofinansowanie wynosi maksymalnie do 85% kwalifikujących się wydatków. Projekty w ramach działania nie mogą być realizowane w celach komercyjnych i nie mogą być ukierunkowane na prowadzenie działalności gospodarczej.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013 ma na celu zmniejszenie różnic społeczno-gospodarczych Podlasia w stosunku do reszty kraju. Realizuje on zapisy zawarte w Strategii Rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020, jest spójny z kierunkami rozwoju Polski określonymi w Narodowych Strategicznych Ramach Odniesienia 2007-2013, a także ze Strategicznymi Wytycznymi Wspólnoty 2007-2013 i założeniami odnowionej Strategii Lizbońskiej [13].

RPOWP określa cele i priorytety, jakie województwo podlaskie będzie realizowało w nowej perspektywie finansowej. Program umożliwia realizację projektów infrastrukturalnych oraz projektów wspierających sektor MSP. Kładzie też duży nacisk na zwiększanie innowacyjności, pobudzanie przedsiębiorczości i tworzenie miejsc pod inwestycje w regionie oraz rozwój infrastruktury transportowej i turystyki.

W Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013 wskazuje się, że podstawowe cele rozwojowe muszą być ukierunkowane na udostępnienie województwa podlaskiego turystom w dłuższej perspektywie czasowej poprzez wydłużenie sezonu turystycznego. Aktualnie wykorzystanie okresu turystycznego w sposób aktywny ograniczone jest infrastrukturą towarzyszącą. RPOWP obejmuje działania przyporządkowane do siedmiu osi priorytetowych. Oś priorytetowa III rozwój turystyki i kultury obejmuje dwa działania:

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

3.1. Rozwój atrakcyjności turystycznej regionu.

3.2. Wsparcie inwestycyjne przedsiębiorstw z branży turystycznej.

Działanie: 3.1. Rozwój atrakcyjności turystycznej regionu

Celem działania jest wzrost atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej województwa podlaskiego w stosunku do innych regionów kraju. W ramach działania wspierane będą przedsięwzięcia z zakresu infrastruktury turystycznej, rekreacyjnej oraz kulturalnej wyłącznie przyczyniającej się do wzrostu atrakcyjności turystycznej, infrastruktury uzdrowisk, infrastruktury rekreacyjnej i sportowej oraz aktywnych form wypoczynku. Przykładowe rodzaje projektów przewidzianych do współfinansowania w ramach działania 3.1. obejmują:

- budowę, przebudowę i remont infrastruktury aktywnych form turystyki;
- budowę, przebudowę i remont infrastruktury sportowej;
- budowę, przebudowę i remont bazy okołoturystycznej;
- budowę, przebudowę i remont infrastruktury kulturalnej;
- tworzenie sieci centrów i punktów informacji turystycznej;
- budowę, przebudowę i remont infrastruktury transportu wodnego i obiektów wodnych wykorzystywanych do celów rekreacyjno-wypoczynkowych;
- budowę, przebudowę i remont obiektów infrastruktury uzdrowisk;
- tworzenie systemu oznakowania obszarów i atrakcji turystycznych;
- budowę centrów wystawienniczych i kongresowych;
- podniesienie poziomu bezpieczeństwa turystycznego;
- zintegrowane kampanie promocyjne.

Beneficjentami działania mogą być: jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia, jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, organizacje pozarządowej nie działające w celu osiągnięcia zysku, administracja rządowa, parki narodowe i krajobrazowe, jednostki sektora finansów publicznych, kościoły i związki wyznaniowe.

Maksymalny udział środków UE w odniesieniu do projektów nie objętych pomocą publiczną wynosi 90% kosztów kwalifikowalnych. Minimalny wkład własny beneficjenta od 5%.

Działanie: 3.2. Wsparcie inwestycyjne przedsiębiorstw z branży turystycznej

Celem horyzontalnym działania jest wzmocnienie branży turystycznej województwa poprzez wsparcie projektów rozwojowych przedsiębiorstw. Pomoc w ramach działania może być udzielona jedynie na nową inwestycję związaną z:

- utworzeniem nowego przedsiębiorstwa;
- rozbudową istniejącego przedsiębiorstwa;
- dywersyfikacja produkcji przedsiębiorstwa poprzez wprowadzanie nowych, dodatkowych produktów;
- zasadniczą zmianę dotyczącą procesu produkcyjnego w istniejącym przedsiębiorstwie.

Beneficjentem działania mogą być mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa. Maksymalny udział środków UE w wydatkach kwalifikowanych wynosi:

- mikro i małe przedsiębiorstwa – 70%
- średnie przedsiębiorstwa – 60%
- MSP w przypadku pomocy *de minimis* – 50%.

Minimalny wkład własny wynosi:

- mikro i małe przedsiębiorstwa – 30%

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- średnie przedsiębiorstwa – 40%.

Również w ramach osi priorytetowej IV: społeczeństwo informacyjne branża turystyczna może ubiegać się o dofinansowanie działalności związanej z upowszechnianiem stosowania technik systemu telekomunikacyjnego oraz zwiększenie dostępu do usług elektronicznych poprzez rozbudowę regionalnej infrastruktury teleinformatycznej. Do przykładowych przedsięwzięć z zakresu turystyki zaliczyć można: rozwój zasobów cyfrowych promujących turystykę regionu (e-turystyka).

Wnioski końcowe i rekomendacje

Przedstawione powyżej analizy skłaniają do kilku istotnych wniosków, które mogą przyczynić się do lepszego zrozumienia roli turystyki w rozwoju województwa podlaskiego oraz być podstawą do podejmowania strategicznych decyzji zarówno dla decydentów, jak też inwestorów.

Stan rozwoju turystyki w województwie

1. Przyrost liczby hoteli w Polsce jest bardziej dynamiczny niż w innych Państwach UE i wynika to głównie z faktu, iż w ostatnich latach nadrabialiśmy dystans rozwojowy jaki powstał w wyniku funkcjonowania przez wiele lat w odmiennych warunkach. Niestety stopień wykorzystania hoteli w Polsce (36,7%) jest znacznie niższy niż w innych Państwach UE (średnio 41,4%) i jest to skutkiem małego rozpropagowania propozycji wypoczynku w Polsce.
2. W Polsce ma miejsce przyrost liczby udzielanych noclegów, a w ostatnich latach wzrasta liczba noclegów udzielanych turystom krajowym, co świadczy o tym, iż po latach zastoju i marazmu coraz lepsza baza noclegowa zachęca nas do korzystania z wypoczynku w kraju pomimo tego, że w strukturze bazy noclegowej w Polsce dominują pozostałe obiekty noclegowe (około 64%) zaś hotele stanowią około 36%, gdy tymczasem w pozostałych państwach UE (oprócz Włoch) hotele stanowią średnio 61%, zaś obiekty pozostałe 39%.
3. Obiekty zbiorowego zakwaterowania na Podlasiu stanowiły w 2008 roku zaledwie 2,5% ogółu obiektów w Polsce oraz oferują tylko 1,9% miejsc noclegowych, co świadczy o tym, iż wbrew obiegowym opiniom nie stanowiły turystycznego zagłębia Polski. Ponadto niepokoić może fakt, iż ogółem na Podlasiu w 2008 r. udzielono zaledwie 1,6% noclegów, a jeszcze gorzej wygląda sytuacja udzielania noclegów turystom zagranicznym, gdyż na Podlasiu udzielono noclegów zaledwie dla 1,0% turystów z zagranicy. Nie bez znaczenia jest również fakt, iż turyści spędzają w województwie podlaskim znacznie mniej czasu niż w pozostałych obszarach recepcyjnych Polski, co może skłaniać do wniosku, iż skierowana do nich oferta turystyczna jest zbyt uboga w atrakcje w związku z czym nie są oni skłonni do przedłużania swoich pobytów.
4. Województwo podlaskie dysponuje dwoma pozamiejskimi obszarami recepcyjnymi turystyki przyjazdowej i są to w pierwszym rzędzie obszar suwalsko-augustowski i na drugim miejscu obszar Puszczy Białowieskiej. Dodać do tego należy istotną funkcję głównego miejskiego ośrodka recepcyjnego jakim jest Białystok, jednakże w tym przypadku turystyka w znacznym stopniu ma charakter turystyki biznesowej.
5. Rosnąca liczba gospodarstw agroturystycznych wskazuje na znaczną dynamikę tego sektora usług w turystyce przyjazdowej. Stanowi to z jednej strony możliwość aktywizacji ludności obszarów wiejskich, a z drugiej stwarza turystom dostęp do stosunkowo tanich miejsc noclegowych na obszarach, gdzie nie istnieją żadne realne szanse na powstanie obiektów typu hotelowego.
6. Baza usług gastronomicznych województwa podlaskiego oparta jest o lokale znajdujące się głównie w miastach oraz w miejscowościach o charakterze turystycznym. W województwie działają także lokale gastronomiczne dużych koncernów międzynarodowych oferujące zunifikowane potrawy w systemie

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

szybkiej obsługi. Upowszechniły się także pizzerie, wprowadzając m.in. sprzedaż przez telefoniczne zamówienia i dowożenie swoich wyrobów do mieszkań konsumentów. Szczególnie w ostatnich latach zwiększyła się ilość przydrożnych restauracji, barów oraz punktów gastronomicznych i są one coraz częściej składową dużych stacji benzynowych, budowanych przy ważniejszych traktach komunikacyjnych przebiegających przez województwo.

7. Liczba placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim na tle innych województw jest bardzo niska. W roku 2008 liczba placówek wynosiła 155 i jedynie w województwie świętokrzyskim odnotowano mniejszą liczbę placówek gastronomicznych. Sytuacja taka oznacza niedosyt placówek gastronomicznych, co potwierdza porównanie liczby placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania do liczby obiektów zbiorowego zakwaterowani. W województwie podlaskim wskaźnik taki wynosi 0,93, co oznacza, że nie w każdym obiekcie zbiorowego zakwaterowania znajduje się placówka gastronomiczna.
8. Liczba barów utrzymuje się w ostatnich latach na podobnym poziomie, z nieznaczną tendencją spadkową. Liczba barów w 2008 r. w porównaniu do 2005 r. spadała o ok. 4%. Sytuacja na terenie województwa podlaskiego jest odmienna niż występująca w Polsce, gdzie odnotowano w analizowanym okresie wzrost liczby barów o ok. 6%.
9. W ostatnich latach zaobserwować można wyraźną tendencję spadkową liczby stołówek. Zjawisko tego typu występuje zarówno na terenie województwa podlaskiego, jak i całego kraju. W 2008 r. w porównaniu do 2005 r. w województwie podlaskim było o 13% mniej stołówek, zaś w całym kraju liczba ta zmniejszyła się o 21%.
10. W ostatnich latach znacznemu zwiększeniu uległa liczba zatrudnionych na rynku usług gastronomicznych. W 2008 roku w porównaniu do roku poprzedniego odnotowano wzrost o 29%. Biorąc pod uwagę tempo zmian w latach 1999-2008 prognoza zatrudnienia w placówkach gastronomicznych wskazuje, iż liczba ta może wynieść powyżej 1250 osób w roku 2011. Wzrostowi zatrudnienia w kolejnych latach towarzyszył również wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia. Prognozy przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia na kolejne lata uwzględniając tempo zmian wynagrodzeń z lat poprzednich wykazują tendencję rosnącą.
11. Największa koncentracja podmiotów organizujących wypoczynek turystyczny występuje na terenie województw o największym potencjale wyjazdowym mieszkańców i dużych walorach turystycznych.
12. Od 2000 roku do 2005 roku odnotowywany był stały spadek liczby biur podróży, zarejestrowanych w CEOTiPT, związany głównie ze wzrostem cen ubezpieczeń. Wiele szczególnie niewielkich biur zrezygnowało wówczas z funkcjonowania w ramach rejestru, likwidując działalność lub przenosząc do „szarej strefy”. Aktualnie sytuacja ustabilizowała się i co roku odnotowywany jest niewielki, ale stały wzrost liczby podmiotów organizatorów turystyki.
13. Polski rynek biur podróży to ponad 2900 jednostek, z których zdecydowana większość prowadzi działalność zarówno organizatora, jak i pośrednika, oferując głównie imprezy na terenie Polski i krajów europejskich. W ogólnej liczbie zarejestrowanych podmiotów 77,32% stanowią jednostki należące do grupy organizatorów/pośredników; 16,15% stanowią organizatorzy, a zaledwie 1,1% pośrednicy. Na terenie województwa podlaskiego struktura podmiotów według przedmiotu prowadzonej działalności jest odmienna niż średnia dla całego kraju. W strukturze dominują organizatorzy, których udział stanowi 80,72%. Pozostałe podmioty prowadzą działalność jako organizatorzy/pośrednicy (19,28%). Zdecydowana większość biur podróży (78,4%) działa na polskim rynku powyżej trzech lat. Są to zatem biura, które utrwaliły swoją pozycję, mają duże doświadczenie i stosunkowo długi staż.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

14. Uwzględniając rozmieszczenie krajowego ruchu turystycznego mierzonego liczbą wyjazdów długookresowych i krótkookresowych określony wskaźnik liczby organizatorów, pośredników i agentów turystycznych przypadających na 1 tys. wyjazdów dla województwa podlaskiego jest 2-krotnie niższy niż średni dla Polski i przeszło 20-krotnie niższy niż dla województwa śląskiego o najwyższym wskaźniku.
15. Sytuacja biur podróży jest mało optymistyczna, zwłaszcza w zakresie organizacji podróży krajowych. Zaledwie 3% podróży organizowanych jest za pośrednictwem biur podróży. Turyści zdecydowanie częściej organizują podróże krajowe za pośrednictwem zakładu pracy lub innej instytucji (10-15%) lub samodzielnie (82-89%). Udział wyjazdów zagranicznych całkowicie zorganizowanych przez biura podróży wzrósł, z 12% w 2006 roku, do 15% w roku 2007. Zdecydowana większość wyjazdów zagranicznych (58%) organizowana jest przez turystów we własnym zakresie. Mogłoby się w związku z tym wydawać, że kondycja branży turystycznej, a konkretnie biur podróży nie jest najlepsza, bo tylko co piąty Polak, jadący za granicę, korzysta z usług organizatorów imprez turystycznych. Tymczasem od kilku lat łączne przychody biur rosną. W 2006 roku przychody osiągnęły wartość 6,2 mld zł, czyli o 1 mld zł więcej niż w roku 2005. Sądzić należy, że wzrost liczby wyjazdów zarówno krajowych, jak też zagranicznych oraz wzrost zamożności społeczeństwa z pewnością będą w przyszłości zmieniały statystykę na korzyść częstszego organizowania wyjazdów turystycznych przez biura turystyczne, co będzie rzutowało na wzrost osiąganych dochodów.
16. Biura podróży zatrudniające powyżej 9 osób, zlokalizowane na terenie województwa podlaskiego w 2006 roku charakteryzowały się najwyższą w Polsce rentownością obrotu brutto i netto (odpowiednio 12,4% i 11,0%). Średnia rentowość dla kraju wyniosła odpowiednio 2,6% oraz 2,1%. Rentowość biur podróży zatrudniających do 9 osób na terenie województwa podlaskiego wyniosła w 2006 roku 7,4% i była taka sama jak średnia dla Polski.

Uwarunkowania rozwoju turystyki

1. Grupa badanych przedsiębiorców sektora turystycznego pozytywnie oceniła obecną sytuację ekonomiczną przedsiębiorstw. Najbardziej negatywne oceny obecnej sytuacji ekonomicznej zaobserwowano w grupie przedsiębiorstw reprezentujących branżę zakwaterowania, przedsiębiorstwa reprezentujące działalność usługową związaną z wyżywieniem były mniej sceptyczne i oceniły sytuację jako dobrą, zaś organizatorzy turystyki ocenili sytuację jako średnią. Zastanawiać w tych okolicznościach może bardzo negatywna ocena wystawiona przez podmioty świadczące usługi zakwaterowania zbiorowego. Prawdopodobnie wytłumaczenia należy szukać w znacznym spadku przyjazdów turystów w roku 2008. Przedsiębiorcy prowadzący działalność związaną z wyżywieniem oceniali sytuację jako dobrą i wynika to prawdopodobnie z faktu, iż znaczna część z tych przedsiębiorców nie jest w pełni uzależniona od świadczenia usług tylko dla turystów w związku z czym nie odczuli oni w tak znacznym stopniu spadku liczby przyjazdów. Organizatorzy turystyki w mniejszym stopniu będąc uzależnionymi od turystyki krajowej są skłonni oceniać sytuację jako średnią.
2. Ocena zmian sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w ostatnich latach wskazuje, że sytuacja poprawiła się w stopniu umiarkowanym lub znacznym. Szczegółowa analiza trzech podgrup wskazuje, iż najbardziej sceptyczne opinie znalazły się w wypowiedziach przedsiębiorców z branży zakwaterowania. Bardziej pozytywne opinie znalazły się w wypowiedziach przedsiębiorców świadczących usługi gastronomiczne, zaś organizatorzy turystyki są najbardziej zadowoleni z rozwoju rynku usług turystycznych i w zdecydowany sposób stwierdzają, że sytuacja zdecydowanie się poprawiła.
3. Ocena zmian przychodów przedsiębiorstw w ostatnim roku potwierdza skądinąd pozytywną opinię o funkcjonowaniu przedsiębiorstw z branży turystycznej, co świadczy, iż skutki kryzysu gospodarczego nie

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

dotknęły przedsiębiorców. Generalnie w najmniejszym stopniu zmiany dotknęły przedsiębiorców z sektora zakwaterowania i organizatorów turystyki. Jednakże rozbieżne opinie pojawiły się w odpowiedziach przedsiębiorców z branży usługowej związanej z wyżywieniem, część z nich uważa, że poziom przychodów zmniejszył się ale również znaczna część uważa, że się zwiększył. Prawdopodobnie część przedsiębiorców działa na rynku niekoniecznie powiązany z turystyką w związku z czym generują większe przychody.

4. Poziom optymizmu co do przyszłości rozwoju przedsiębiorstw jest wyższy niż poziom sceptycyzmu. Najwięcej optymizmu pojawiło się w sektorze zakwaterowania, a zestawiając to ze zdecydowaną negatywną oceną obecnej sytuacji ekonomicznej oraz stwierdzeniami, iż w ciągu ostatnich lat nie zaszły w przedsiębiorstwach żadne istotne pozytywne zdarzenia jest to nic innego tylko oczekiwanie na tłuste lata. Branża działalności usługowej związanej z wyżywieniem nie oczekuje zmian i prawdopodobnie wynika to z faktu dosyć dobrej kondycji tej branży, wszakże przedsiębiorcy wskazali, iż w ostatnich latach w branży miały miejsce pozytywne zjawiska poprawy sytuacji, a i obecna sytuacja jest oceniana jako dobra w związku z czym przedsiębiorcy bardziej są zainteresowani pomyślnym trwaniem niż niepewnym rozwojem sytuacji. Organizatorzy turystyki uważają że sytuacja się pogorszy i wydaje się, iż jest to sceptycyzm na wyrost związany ze zdecydowanym poprawieniem się sytuacji w branży w ostatnich latach oraz stosunkowo dobrą sytuacją w chwili obecnej. Być może jest to również obawa o przyszłość rozwoju turystyki oparta na przesłaniach medialnych, wszakże od tego właśnie zależy przyszłość organizatorów turystyki.
5. Przewidywany jest wzrost nakładów inwestycyjnych, gdyż znaczna część badanych planuje takie działania, co prawdopodobnie będzie skutkowało zwiększeniem potencjału badanych firm. Niestety wzrost nakładów inwestycyjnych prawdopodobnie nie będzie wiązał się bezpośrednio z powiększaniem istniejących przedsiębiorstw, gdyż większość z nich nie planuje zwiększania zatrudnienia.
6. Bardzo istotne znaczenie w opinii przedsiębiorców mają wysokie podatki, które niejednokrotnie hamują rozwój. Łącząc to z negatywną oceną instytucji finansowych oraz ograniczającym według badanych działaniem niejasnych i niestabilnych przepisów prawnych i podatkowych otrzymujemy bardzo negatywny obraz polskiego systemu finansowego.
7. Wydaje się, iż ewentualna koncentracja i konsolidacja branży stanowi również istotny czynnik utrudniający prowadzenie działalności, ale ten argument prawdopodobnie był podnoszony przez przedsiębiorców o najmniejszym potencjale, którzy mogą czuć się zagrożeni ze strony dużych silnych podmiotów na rynku. Zastanawiające jest, że około połowy badanych nie widzi zagrożeń w postaci konkurencji ze strony firm międzynarodowych. Czyżby w dalszym ciągu mieliśmy do czynienia z zaściankowym postrzeganiem otoczenia gospodarczego i niedopuszczaniem do świadomości faktu, iż obecnie działamy w warunkach rynków globalnych.
8. Oczekiwać można, iż wysokie ceny surowców będą czynnikiem utrudniającym prowadzenie i rozwój działalności gospodarczej, co pojawia się głównie w wypowiedziach przedstawicieli usług gastronomicznych.
9. Istotne zagrożenie dla pomyślnego funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw płynie z niskiego popytu, co jest istotnym zagrożeniem ich funkcjonowania.
10. Największe znaczenie w relacjach konkurencyjnych jest przypisywane wysokiej jakości usług/produktów oraz wysokiej jakości obsługi klienta, zaś na kolejnym miejscu znalazł się czynnik lokalizacyjny. Według przedsiębiorców to w tych sferach będą rozgrywały się działania konkurencyjne w przyszłości. Ponadto stosowanie skutecznych systemów reklamy oraz szeroka oferta produktowa i niskie ceny będą miały również bardzo duże znaczenie. Okazuje się, iż przedsiębiorcy już dziś widzą potrzebę prowadzenia aktywnych działań marketingowych. Niepokój może budzić stosunkowo mały nacisk na inwestowanie

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- w kapitał ludzki i jest to tym bardziej niezrozumiałe, że właśnie jakość kapitału ludzkiego była podkreślana jako istotny czynnik umożliwiający podejmowane działań konkurencyjnych.
11. Dotychczasowy brak zainteresowania dofinansowaniem ze środków unijnych nie oznacza całkowitego odwrócenia się przedsiębiorców od takiego rodzaju finansowania. Przedsiębiorcy stwierdzają, że będą z dużym prawdopodobieństwem aplikowali o środki unijne w przyszłości idąc za pozytywnym przykładem liderów z poprzednich programów.
 12. Dane na temat zamierzeń inwestycyjnych badanych przedsiębiorców wskazują, iż na pierwszym miejscu stawiają oni konieczność inwestowania w działania reklamowe i promocyjne. Znaczna część przedsiębiorców w dalszym ciągu chce inwestować w budynki oraz infrastrukturę techniczną. Stosunkowo mało firm zamierza rozszerzać asortyment i podnosić wartość kapitału ludzkiego, co w dalszym ciągu stoi w sprzeczności z powszechnymi stwierdzeniami o dużym znaczeniu zasobów ludzkich.
 13. Powtarzają się w wielu wypowiedziach stwierdzenia, iż badane firmy nie zamierzają inwestować w sieć dystrybucyjną w związku z czym można stwierdzić, iż mają one prawdopodobnie tylko lokalny charakter.
 14. Według badanych przedsiębiorców do najbardziej utrudniających rozwój rynku turystycznego czynników należą wysoki podatek oraz wysokie koszty pracy.
 15. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorców uznała, że konkurencja na rynku turystyki jest silna albo nawet bardzo silna.
 16. Ryzyko pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej działalności respondenci postrzegają jako wysokie, a nawet bardzo wysokie, bowiem tak odpowiadało blisko 70% badanych. Zgodnie z przeprowadzonymi wcześniej badaniami stanu sektora turystycznego oraz z prognozami jego rozwoju wydaje się, że faktycznie zjawisko pojawiania się nowych przedsiębiorstw w sektorze turystycznym będzie miało miejsce.
 17. Wysoki udział dostawców w tworzeniu kosztów działalności występuje głównie w przedsiębiorstwach reprezentujących usługi związane z wyżywieniem, średni udział dostawców występuje w przedsiębiorstwach reprezentujących branżę zakwaterowanie, natomiast przedsiębiorstwa reprezentujące organizację turystyki głównie wskazywały niski udział dostawców w tworzeniu kosztów prowadzonej działalności.
 18. Zdecydowana większość badanych wskazała, że zatrudnienie w ciągu ostatnich 12 miesięcy w badanych jednostkach pozostało bez zmian (73%), w przypadku 18% badanych przedsiębiorstwa zatrudnienie wzrosło, a jedynie w 9% zatrudnienie spadło.
 19. Respondenci planujący zatrudnienie pracowników w perspektywie 1 roku do najczęściej wskazywanych przyczyn planowanych zmian w zatrudnieniu respondenci zaliczyli rozszerzenie zakresu działalności oraz przewidywane zwiększenie popytu na świadczone usługi. W żadnym z badanych przedsiębiorstw jako przyczyna planowanego wzrostu zatrudnienia nie została wymieniona przyczyna związana z wyjazdem aktualnie zatrudnionych pracowników za granicę w poszukiwaniu lepszej pracy.
 20. Przeszło 75% badanych respondentów wyraziło swoje zadowolenie z jakości zasobów kadrowych.
 21. Wśród najczęściej wskazywanych braków w kwalifikacjach personelu respondenci wymieniali: brak znajomości języków obcych oraz brak wiedzy fachowej (specjalistycznej, praktycznej). Często wskazali na brak uprawnień zawodowych. Pracodawcy przywiązują istotną wagę do praktycznych umiejętności i kwalifikacji pracowników, które zdobywane są w raz z nabywanym doświadczeniem zawodowym. W grupie badanych respondentów 14% badanych nie dostrzega braków w kwalifikacjach kadry.
 22. Skłonność do zatrudniania osób w wieku powyżej 45 lat jest zdecydowanie niższa niż w odniesieniu do takich grup ryzyka jak: absolwenci czy osoby niepełnosprawne. Jest to spowodowane istniejącym systemem dofinansowywania kosztów organizacji stanowiska czy obniżania kosztów pracy w przypadku zatrudniania osób z tych grup ryzyka.

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Badania panelowe

1. Negatywne skutki oddziaływania kryzysu na sektor turystyczny przejawiają się zmniejszeniem ilości i wartości usług skierowanych do klienta instytucjonalnego, szczególnie jest to widoczne w branży gastronomicznej poprzez zmniejszenie liczby organizowanych imprez integracyjnych.
2. Stymulantami rozwoju sektora turystycznego zdaniem przedsiębiorców jest przede wszystkim organizacja imprez masowych, ciągła promocja regionu oraz wszechstronna oferta o wysokiej jakości.
3. Zdaniem przedsiębiorców do rozwoju turystyki nie przyczynia się brak lotniska w naszym województwie oraz zły stan sieci drogowej. Uniemożliwia to często dotarcie zainteresowanych naszym regionem turystów. Władze województw powinny to wziąć pod uwagę planując rozwój infrastruktury naszego województwa.
4. Zewnętrzne źródła finansowania w postaci środków unijnych są coraz chętniej i częściej wykorzystywane wśród przedsiębiorców sektora turystycznego, jednakże niejednokrotnie zbyt późno podawane są do wiadomości szczegółowe wytyczne, co uniemożliwia napisanie dobrego wniosku.
5. Jak wynika z badania panelowego konkurencja w branżach turystycznych nie jest zbyt silna, co więcej istnieją obszary, w których brakuje firm, np. catering;
6. Konkurencją dla hoteli stają się w pewnym sensie kwatery prywatne. Wymusza to na menagerach hoteli podnoszenie i rozszerzanie usług świadczonych dla klientów
7. Brakuje wykwalifikowanych pracowników w różnych branżach sektora turystycznego; szczególnie brak dotyczy zawodu kucharza czy fachowej obsługi salonów SPA

Scenariusze rozwoju

1. Badania przeprowadzone w panelach ekspertów wskazały, że do podstawowych dwóch kluczowych czynników determinujących rozwój działalności turystycznej w regionie należy zaliczyć skuteczny system promocji oraz rozwój infrastruktury komunikacyjnej w regionie.
2. Pożądany stan rozwoju sektora turystycznego wskazano w scenariuszu dynamicznego rozwoju, który charakteryzuje się silnym rozwojem wywołanym poprawą systemu komunikacji (głównie w postaci poprawy sieci dróg oraz rozwojem systemu komunikacji lotniczej) oraz skutecznym systemem promocji regionu w Polsce i na świecie. Rozwój infrastruktury komunikacyjnej jest w tym scenariuszu głównym czynnikiem dynamizującym napływ turystów z Polski i z zagranicy oraz rozwój inwestycji w regionie. Jedynie sprawny system promocji tych nowych uwarunkowań zagwarantuje zainteresowanie zewnętrznych inwestorów i turystów regionem podlaskim. Czynniki decydujące o rozwoju turystyki będą miały również istotny wpływ na rozwój pozostałych sektorów gospodarki regionu, głównie w aspekcie zainteresowania zewnętrznymi inwestorów (np. powstanie centrów logistycznych). Scenariusz ten charakteryzuje się silnym wzrostem zatrudnienia w sektorze turystycznym, silnym wzrostem przedsiębiorczości, poprawą konkurencyjności regionu na arenie krajowej i międzynarodowej. Scenariusz dynamicznego rozwoju może stanowić istotne zagrożenia dla istniejących zasobów i walorów środowiskowych. Przeciwdziałać temu może odpowiedni system promocji pożądanych i dozwolonych form i rodzajów działalności oraz system promocji kształtujący świadomość ekologiczną potencjalnych turystów i przyszłych inwestorów. W scenariuszu tym niezbędne będzie podjęcie szeregu działań o charakterze organizacyjnym i technicznym przeciwdziałających potencjalnym zagrożeniom dla środowiska przyrodniczego.

Z przeprowadzonych badań wynika szereg praktycznych zaleceń dotyczących przewidywanych kierunków rozwoju poszczególnych sektorów turystyki na obszarze województwa podlaskiego jak też zaleceń o szerszym charakterze, które należałoby skierować do instytucji odpowiedzialnych za rozwój województwa. Zaprezentowane poniżej rekomendacje należą do obu tych kategorii z tym, że w pierwszym rzędzie

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

zaprezentowano rekomendacje dla poszczególnych sektorów turystyki zaś w drugiej kolejności znalazły się rekomendacje dla instytucji mających wpływ na kierunki rozwoju województwa podlaskiego.

Rekomendacje dla podmiotów działających w ramach sektorów

1. Dotychczasowy pomyślny rozwój turystyki na obszarze pojezierza suwalsko-augustowskiego wskazuje na istniejące możliwości rozwojowe tych obszarów. Może to być sygnałem do dalszego lokowania różnorodnych usług turystycznych w tym regionie.
2. Obszary Puszczy Białowieskiej i Biebrzańskiego Parku Narodowego generują stosunkowo znaczny strumień turystów z zagranicy, którzy są skłonni przebywać na tych obszarach dłużej niż turyści krajowi. Może to skłaniać do wniosku, iż obszary te ze względu na swoje unikatowe walory w dalszym ciągu będą atrakcyjne dla turystów w związku z czym jest to atrakcyjny obszar dla lokowania inwestycji turystycznych skierowanych do turystów z zagranicy.
3. Dynamiczny rozwój usług agroturystycznych wskazuje na znaczny potencjał tkwiący w tego rodzaju usługach noclegowych. W związku z powyższym właściciele gospodarstw rolnych położonych w miejscach charakteryzujących się znacznymi naturalnymi walorami przyrodniczymi powinni rozważyć możliwość przygotowania oferty agroturystycznej lub wręcz eko-agroturystycznej. Jest to przede wszystkim szansa na rozwój usług noclegowych na obszarach, gdzie nie istnieją realne szanse na powstanie obiektów typu hotelowego.
4. Niski wskaźnik liczby operatorów turystycznych przypadających na tysiąc mieszkańców wskazuje na to, że województwo podlaskie nie jest w tym względzie jeszcze mocno zagospodarowane w związku z czym można sądzić, iż na lokalnym rynku istnieją jeszcze miejsca dla kolejnych podmiotów chcących świadczyć usługi w zakresie organizowania i sprzedaży wyjazdów turystycznych. Zagrożeniem w tym względzie jest fakt, iż tylko co piąty Polak jadąc za granicę korzysta z usług organizatorów turystyki. Należy jednakże mieć nadzieję, iż rozwój społeczeństwa będzie zmieniał tę sytuację na korzyść biur turystycznych.
5. Podmioty planujące uruchamianie usług w sferze zakwaterowania powinni zdawać sobie sprawę z relatywnie istotnych barier wejścia w postaci konieczności posiadania znacznych środków finansowych oraz konieczności spełnienia wielu wymogów środowiskowych (szczególnie na obszarach cennych przyrodniczo) Może to być również istotne ograniczenie przyszłego rozwoju. Dla porównania bariery wejścia w sektorze gastronomicznym nie są tak znaczące, niemniej ograniczenia środowiskowe mogą być istotnym czynnikiem ograniczającym działanie i rozwój.
6. Konieczne wydaje się w dalszym ciągu prowadzenia szerokiej działalności promocyjnej regionu w kontekście turystycznym oraz wspieranie działań mających na celu poprawę systemu komunikacji.

Rekomendacje dla sfery regulacji

1. Stosunkowo krótki czas pobytu turystów w obiektach zakwaterowania zbiorowego pokazuje, iż w walory turystyczne województwa nie znajdują odpowiedniego zainteresowania wśród turystów. W związku z powyższym instytucje odpowiedzialne za kształtowanie oferty turystycznej powinny dołożyć większych starań o jej uatrakcyjnienie.
2. Ponieważ już dzisiaj istnieją w województwie bieguny znacznego rozwoju usług turystycznych należy dołożyć większych starań w celu ich lepszego zagospodarowania, aby turyści w jeszcze lepszym świetle postrzegali produkt turystyczny jaki jest tam oferowany.
3. Większa uwaga powinna zostać skupiona na obszarze Puszczy Białowieskiej i Biebrzańskim Parku Narodowym, które już dzisiaj generują znaczne strumienie turystów zagranicznych. Lepsze zagospodarowanie tych obszarów oraz uatrakcyjnienie oferty turystycznej pozwoli na zatrzymanie przyjeżdżających turystów na dłużej. Zagrożeniem dla rozwoju turystyki na tych obszarach może być

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

intensyfikacja działań związanych z ich ochroną przyrodniczą. W związku z tym należy na tych obszarach propagować turystykę zrównoważoną.

4. Istotnym elementem przeprowadzonego procesu badawczego zwiększającym prawdopodobieństwo wykorzystania informacji przez instytucje jest możliwie maksymalne ułatwienie dostępu do zgromadzonych danych co może być wykonane przez zamieszczenie ich na stronie internetowej i rozesłanie do szeregu instytucji.
5. Aby uzyskać społeczną akceptację wyników badań oraz w celu zbudowania trwałego charakteru projektu należy w miarę możliwości czynić starania w kwestii dostosowania kolejnych badań do oczekiwań i zapotrzebowania poszczególnych sektorów turystyki jak też instytucji dla których wyniki badań mogą być przydatne w procesie zarządzania.
6. W przyszłych badaniach należy uwzględnić wyniki dotychczasowych badań które wskazały na pewne cechy charakterystyczne rozwoju województwa. Badania w przyszłości powinny kontynuować obserwację i poszukiwać ewentualnych zmian oraz rozpoznawać ich przyczyny.
7. Niezmiernie niska ocena skuteczności urzędów pracy w procesie rekrutowania pracowników wskazuje na potrzebę położenia szczególnego nacisku na promowanie działań tych instytucji, a także zwiększenie ich efektywności.
8. Istotnym elementem badań a także dalszego funkcjonowania projektu w zakresie turystyki jest monitorowanie zmian i propagowanie tych informacji w możliwie szerokich sferach.
9. Pewnym utrudnieniem w pracach zespołu badawczego były ograniczone w pewnych sferach możliwości pozyskiwanie rzetelnych danych statystycznych. Rolą instytucji sfery regulacji powinno być tworzenie bardziej precyzyjnych systemów informacji co w przyszłości dałoby większe możliwości informacyjne dla szerszych sfer zainteresowanych podmiotów jak też możliwości analityczne dla sfery badawczej.
10. W przypadku angażowania różnych instytucji do pozyskiwania danych, procesowi gromadzenia i przetwarzania danych powinna towarzyszyć jasno określona celowość działań, aby w przypadku gromadzenia informacji mało istotnych czy też często błędnych nie dochodziło do zbędnego obciążania zaangażowanych pracowników i nie stwarzało złych warunków do współpracy w przyszłości.

Aneks

Rodzaje obiektów zbiorowego zakwaterowania

W badaniu turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania wyodrębnia się następujące rodzaje obiektów badanych przez GUS:

Hotel – obiekt hotelarski zlokalizowany głównie w zabudowie miejskiej dysponujący co najmniej 10 pokojami, w tym większość miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych, świadczący szeroki zakres usług związanych z pobytem gości. Każdy hotel musi świadczyć usługi gastronomiczne. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii hoteli: najwyższa- 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka.

Motel – obiekt hotelarski zlokalizowany przy trasach komunikacji drogowej, który poza usługami hotelarskimi przystosowany jest również do świadczenia usług motoryzacyjnych i dysponuje parkingiem. Motel musi posiadać co najmniej 10 pokoi, w tym większość miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych. Każdy motel musi świadczyć usługi gastronomiczne. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii moteli: najwyższa- 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka.

Pensjonat – obiekt hotelarski, który świadczy usługi hotelarskie łącznie z całodziennym wyżywieniem i dysponuje co najmniej 7 pokojami. Musi świadczyć usługi gastronomiczne. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii pensjonatów: najwyższa- 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka.

Inny obiekt hotelowy – obiekt noclegowy, podzielony na pokoje, podlegający jednemu zarządowi, świadczący pewne usługi, w tym przynajmniej codzienne sprząatanie pokoi, ślanie łóżek i mycie urządzeń sanitarnych (np. obiekt spełniający zadania hotelu, motelu lub pensjonatu, któremu nie została nadana kategoria).

Dom wycieczkowy – obiekt położony na obszarze zabudowanym lub w pobliżu zabudowy, posiadający co najmniej 30 miejsc noclegowych, dostosowany do samoobsługi klientów oraz świadczący minimalny zakres usług związanych z pobytem klientów. Każdy dom wycieczkowy musi posiadać przynajmniej jedną placówkę gastronomiczną. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się trzy kategorie domów wycieczkowych: najwyższa – kat. I, najniższa – kat. III.

Schronisko – obiekt położony poza obszarem zabudowanym, przy szlakach turystycznych, świadczący minimalny zakres usług związanych z pobytem klientów. Schronisko posiada przynajmniej jedną placówkę gastronomiczną. Pojęcie „schronisko” nie obejmuje schronisk młodzieżowych.

Schronisko młodzieżowe – obiekt przeznaczony do indywidualnej i grupowej turystyki młodzieżowej, dostosowany do samoobsługi klientów. Schronisko młodzieżowe jest placówką zlokalizowaną w samodzielnym budynku lub w wydzielonej części budynku. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się trzy kategorie schronisk młodzieżowych: najwyższa – kat. I, najniższa – kat. III.

Szkolne schronisko młodzieżowe – placówka oświatowo-wychowawcza umożliwiająca rozwijanie zainteresowań i uzdolnień oraz korzystanie z różnych form wypoczynku i organizacji czasu wolnego.

Ośrodek wczasowy – obiekt (lub zespół obiektów) noclegowy przeznaczony i przystosowany do świadczenia wyłącznie lub głównie usług związanych z wczasami.

Ośrodek kolonijny – obiekt (lub zespół obiektów) noclegowy przeznaczony i przystosowany do świadczenia wyłącznie lub głównie usług związanych z koloniami.

Ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy – obiekt (lub zespół obiektów) noclegowy przeznaczony i przystosowany do przeprowadzania kursów, konferencji, szkoleń, zjazdów itp. Może być także przystosowany do świadczenia usług wczasowych.

Dom pracy twórczej – obiekt, w którym są zapewnione właściwe warunki do wykonywania pracy twórczej i wypoczynku twórców, wykorzystywany również (głównie przez ich rodziny) jako ośrodek wczasowy.

Zespoły domków turystycznych – domek turystyczny – budynek niepodpiwniczony, posiadający nie więcej niż cztery pokoje, dostosowany do świadczenia usług typu hotelarskiego. Domki turystyczne mogą tworzyć zespoły domków turystycznych a także organizacyjnie wchodzić w skład innych obiektów noclegowych. W grupie zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych mogą znajdować się również miejsca kempingowe.

Kemping – teren zwykle zadrzewiony, strzeżony, oświetlony, mający stałą obsługę recepcyjną i wyposażony w urządzenia (sanitarne, gastronomiczne, rekreacyjne) umożliwiające turystom nocleg w namiotach, mieszkalnych przyczepach samochodowych, a także przyrządzanie posiłków oraz parkowanie pojazdów samochodowych. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się cztery kategorie kempingów: najwyższa – 4 gwiazdki, najniższa – 1 gwiazdka.

Pole biwakowe – wydzielone miejsce w terenie zadrzewionym, niestrzeżone, oznakowane i ogrodzone prowizorycznie, umożliwiające turystom nocleg w namiotach. Na polu biwakowym znajdują się punkty poboru wody pitnej, podstawowe urządzenia sanitarne i tereny rekreacyjne.

Hostel – obiekt noclegowy o standardzie różniącym się od obiektów hotelowych głównie liczbą miejsc w pokojach, łózkami piętrowymi i współdzieleniem części wyposażenia oraz pomieszczeń przeznaczonych dla gości (np. wspólna kuchnia/lazienka). Charakterystyczne dla hostelu jest wynajmowanie łóżka a nie pokoju. Pokoje w hostelach to najczęściej dormy, czyli pokoje wieloosobowe a także pokoje indywidualne: 1-, 2- i 3-osobowe.

Ośrodek wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego – zespół obiektów i urządzeń zlokalizowanych w niedużej odległości od aglomeracji miejskiej w bezpośrednim sąsiedztwie terenów o walorach przyrodniczych korzystnych dla rekreacji, w strefach z zapewnioną komunikacją środkami przewozu publicznego. Ośrodek wyposażony jest zgodnie z potrzebami krótkotrwałego wypoczynku i rekreacji. Umożliwia obsłużenie jednocześnie znacznej liczby osób o różnych upodobaniach. Obiekty noclegowe wchodzące w skład ośrodka mogą być wykorzystywane na potrzeby wczasów.

Zakład uzdrowiskowy – zakład opieki zdrowotnej położony na terenie uzdrowiska i wykorzystujący przy udzielaniu świadczeń zdrowotnych naturalne zasoby lecznicze uzdrowiska i świadczący usługi noclegowe.

Pozostałe niesklasyfikowane – obiekty, które w czasie niepełnego wykorzystania zgodnie z ich przeznaczeniem lub w części, pełnią funkcję obiektu noclegowego dla turystów. Są to m.in. internaty, domy studenckie, hotele robotnicze itp. Do 2004 roku do grupy tej zaliczano również obiekty, które nie spełniają wymogów kategoryzacyjnych dla poszczególnych rodzajów obiektów.

Metodologia badania

Źródłem danych o stanie i wykorzystaniu turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania w Polsce jest stałe badanie statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego, oparte na sprawozdaniach o wykorzystaniu obiektu noclegowego turystyki **KT-1** w poszczególnych miesiącach z wyłączeniem lipca oraz sprawozdaniach o stanie i wykorzystaniu obiektu **KT-1a** w lipcu. Jednostki sprawozdawcze podają: dokładną lokalizację, rodzaj i kategorię obiektu, liczbę: pokoi, miejsc noclegowych, placówek gastronomicznych. Ponadto informują one o wykorzystaniu obiektu w poszczególnych miesiącach, tj. o liczbie dni działalności obiektu, nominalnej liczbie: miejsc noclegowych lub pokoi, a także o liczbie osób korzystających z zakwaterowania oraz liczbie udzielonych noclegów i wynajętych pokoi (z wyodrębnieniem turystów zagranicznych). Przez kilka lat Główny Urząd Statystyczny prowadził prace nad doskonaleniem i dostosowaniem badania bazy noclegowej do wymagań Unii Europejskiej. W pierwszym etapie doprowadzono do zgodności podstawowych pojęć i definicji jednostek badanych zbiorowości statystycznych (odwiedzający, turyści, baza noclegowa, turystyka krajowa, turystyka wyjazdowa, itd.); wydano (w 1998 r.) publikację „**Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki**”, która jest tłumaczeniem tekstu pt. „Annex to The Council Recommendation for a Community Methodology on Tourism Statistics”. Publikacja jest skierowana do wszystkich osób zajmujących się statystyką turystyki, w szczególności pracowników urzędów statystycznych i resortu turystyki.

Prace GUS polegały na dostosowaniu do wymagań UE zakresu podmiotowego i przedmiotowego badania turystycznej bazy noclegowej w Polsce. W 1997 r. wprowadzono do badania zmienną – liczba **udzielonych noclegów** w hotelach, motelach i pensjonatach, która obok zmiennej – liczba **wynajętych pokoi** należy do podstawowych informacji gromadzonych w badaniu. Umożliwiło to podawanie danych o udzielonych noclegach we wszystkich obiektach zbiorowego zakwaterowania dla Polski (ogółem), w konsekwencji analizę wykorzystania bazy noclegowej turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania. Od 1998 r. z kategorii „inne” wyodrębniono **zakłady uzdrowiskowe**. W 2000 r. wprowadzono zmienną – **miejsce stałego zamieszkania (kraj)** turysty zagranicznego korzystającego z bazy noclegowej, co wiązało się z koniecznością spełnienia wymagania UE dotyczącego podziału zbiorowości osób korzystających z bazy noclegowej na **rezydentów i nierezydentów** (szczególnie ważne w odniesieniu do obcokrajowców). Od 2000 r. w Polsce GUS prowadził badanie bazy noclegowej turystyki co kwartał, zbierając dane miesięczne. Wcześniej, raz do roku gromadzono dane za 9 miesięcy danego roku i 3 miesiące roku poprzedniego. W związku z koniecznością pełnego dostosowania polskiej statystyki turystyki do wymagań Dyrektywy UE2, od roku 2003 badanie turystycznych **obiektów zbiorowego zakwaterowania** jest badaniem **miesięcznym**. Od roku 2004 do grupy **hotele i podobne obiekty** wprowadzono podgrupę **inne obiekty hotelowe**. Zaliczają się do niej hotele, motele i pensjonaty, którym nie została nadana żadna kategoria oraz obiekty, które świadczą usługi hotelowe (np. codzienne sprząatanie). Z tego powodu wprowadzono do sprawozdania pytanie skierowane do osób zarządzających turystycznymi obiektami zbiorowego zakwaterowania „czy obiekt świadczy usługi hotelowe?”. Wyniki badania pokazały, że jest to bardzo liczna grupa obiektów, głównie hotele i podobne bez kategorii, ale także takie obiekty jak zajazdy, domy gościnne i inne, do tej pory zaklasyfikowane w podgrupie **pozostałe niesklasyfikowane**.

Ze względu na rosnącą liczbę i zainteresowanie nowym rodzajem obiektu noclegowego, od 2009 roku badaniem zostały objęte **hostele**. W formularzu KT-1a wprowadzono także trzy nowe działy dotyczące: udogodnień dla osób niepełnosprawnych (pochylnia wjazdowa, drzwi automatycznie otwierane itd.), zaplecza konferencyjnego (liczba sal konferencyjnych i miejsc w tych salach, nagłośnienie, komputer itd.) i wyposażenia w urządzenia sportowo-rekreacyjne (siłownia, basen kryty, kort tenisowy itd.). Wykazy jednostek do badania K-T1 i K-T-

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Ia powstają w oparciu o Bazę Jednostek Statystycznych (BJS), która jest utworzona jako operat do wszystkich badań prowadzonych przez GUS. BJS zawiera informacje z rejestrów urzędowych (REGON) oraz innych źródeł danych. Kartoteka obiektów zbiorowego zakwaterowania jest aktualizowana w oparciu o rejestry administracyjne, ewidencję obiektów skategoryzowanych oraz inne źródła.

W statystyce bazy noclegowej przyjęto następujące rozwiązania:

- dane dotyczące liczby obiektów i miejsc noclegowych obejmują wszystkie obiekty czynne w dniu 31 VII oraz obiekty nieczynne w tym dniu, ale czynne w innych dniach badanego miesiąca. Przyjęto dla nich maksymalną liczbę miejsc,
- do liczby dni działalności obiektu nie wlicza się przerw międzyturnusowych, z powodu remontu, dezynfekcji itp.,
- przez obiekt czynny rozumie się obiekt, którego co najmniej część była dostępna dla turystów (niezależnie od tego czy był on faktycznie wykorzystywany) w badanym okresie,
- stopień wykorzystania obiektu – wyrażony w procentach – wynika z porównania faktycznie udzielonych noclegów do nominalnej liczby miejsc noclegowych (suma miejsc noclegowych przygotowanych dla turystów w każdym dniu działalności obiektu), a dodatkowo dla hoteli, moteli, pensjonatów i innych obiektów hotelowych z porównania faktycznie wynajętych pokoi do nominalnej liczby pokoi,
- korzystający to liczba osób (turystów), które rozpoczęły pobyt w obiekcie w danym miesiącu (tj. zostały zameldowane). Oznacza to, że osoby przebywające w obiekcie na przełomie miesiący, w opracowaniach będą ujmowane tylko raz, czyli będą wykazywane tylko w jednym miesiącu (tj. w chwili zameldowania), – liczba udzielonych noclegów (osobonocy) to iloczyn osób (turystów) i liczba dni (nocy) ich pobytu,
- liczba wynajętych pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach i innych obiektach hotelowych, oznacza sumę pokoi wynajętych w każdym dniu działalności obiektu, bez względu na liczbę osób (turystów) nocujących w tych pokojach,
- restauracja to zakład gastronomiczny z pełną obsługą kelnerską oferujący całodienne wyżywienie o szerokim asortymencie potraw i napojów,
- do barów i kawiarni zaliczono także winiarnie, piwiarnie, jadalnie, itp.,
- do punktów gastronomicznych zaliczono także smażalnie, pijalnie, lodziarnie, bufety (w tym podawanie śniadań).

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykaz tabel

Tabela 1. Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według regionów (w mln).....	6
Tabela 2. Wyniki działalności hoteli wg regionów (od stycznia do kwietnia).....	7
Tabela 3. Wskaźnik wykorzystania pokoi w hotelach w wybranych miastach europejskich (procenty).....	9
Tabela 4. Liczba zatrudnionych w hotelach i restauracjach oraz w zakwaterowaniu turystycznym na tle zatrudnienia w całej gospodarce w krajach europejskich 2007 roku (w tys.).....	10
Tabela 5. Hotele i podobne obiekty w krajach UE w latach 2002-2007	11
Tabela 6. Dynamika zmian liczby hoteli w krajach UE w latach 2002-2007	12
Tabela 7. Miejsca noclegowe w hotelach i podobnych obiektach w krajach UE.....	13
Tabela 8. Stopień wykorzystania miejsc w hotelach i podobnych obiektach (netto w procentach).....	14
Tabela 9. Udzielone noclegi w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania – w tys.	15
Tabela 10. Udzielone noclegi turystom krajowym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.)	16
Tabela 11. Udzielone noclegi turystom zagranicznym w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania (w tys.)	17
Tabela 12. Struktura turystycznej bazy zbiorowego zakwaterowania w krajach Unii Europejskiej w 2007 r. (w tys.)	18
Tabela 13. Rodzaj zakwaterowania podczas krajowych podróży Polaków (procenty).....	19
Tabela 14. Obiekty zakwaterowania zbiorowego w Polsce ogółem w latach 2003-2008.....	20
Tabela 15. Miejsca noclegowe w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008	21
Tabela 16. Miejsca noclegowe całoroczne w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008	21
Tabela 17. Korzystający z noclegów w Polsce w latach 2003-2008	22
Tabela 18. Korzystający z noclegów w Polsce turyści zagraniczni w latach 2003-2008.....	23
Tabela 19. Noclegi udzielone w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008	23
Tabela 20. Noclegi udzielone turystom zagranicznym w obiektach zakwaterowania zbiorowego w Polsce w latach 2003-2008.....	24
Tabela 21. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2007 r.	26
Tabela 22. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2008 r.	26
Tabela 23. Obiekty zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim.....	28
Tabela 24. Miejsca w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim ogółem...	28
Tabela 25. Korzystający z noclegów w województwie podlaskim ogółem I-XII.....	29
Tabela 26. Korzystający z noclegów w województwie podlaskim turyści zagraniczni I-XII.....	30

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 27. Udzielone noclegi w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim ogółem.....	30
Tabela 28. Udzielone noclegi turystom zagranicznym w obiektach zakwaterowania zbiorowego w województwie podlaskim I-XII.....	31
Tabela 29. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim (procenty)	32
Tabela 30. Miejsca noclegowe w obiektach zakwaterowania zbiorowego na 1000 mieszkańców.....	33
Tabela 31. Noclegi udzielone w obiektach zakwaterowania zbiorowego na 1000 mieszkańców	33
Tabela 32. Korzystający z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego (hotele, motele, pensjonaty) na 1000 mieszkańców.....	34
Tabela 33. Liczba gospodarstw agroturystycznych w województwie podlaskim.....	35
Tabela 34. Przeciętna liczba zatrudnionych w obiektach noclegowych w województwie podlaskim..	36
Tabela 35. Przeciętne wynagrodzenie w obiektach noclegowych w województwie podlaskim.....	37
Tabela 36. Szczegółowy opis zakresu działalności w ramach działu 56 PKWiU 2008*	39
Tabela 37. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania oraz placówek gastronomicznych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2008 r.	46
Tabela 38. Liczba placówek gastronomicznych w województwie podlaskim oraz w całej Polsce w latach 2005-2008.....	47
Tabela 39. Przychody z całokształtu działalności, przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów w tys. zł w dziale hotele i restauracje w województwie podlaskim w latach 2005 – 2007.....	48
Tabela 40. Przeciętna liczba zatrudnionych w hotelach i restauracjach w województwie podlaskim w latach 1999-2008	49
Tabela 41. Przeciętne zatrudnienie w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008.....	51
Tabela 42. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie (w zł) w branży hotele i restauracje w powiatach województwa podlaskiego w latach 2000-2008	51
Tabela 43. Szczegółowy opis zakresu działalności w ramach działu 79 PKD.....	53
Tabela 44. Podmioty turystyczne, które posiadają wpis do ewidencji w układzie wojewódzkim [stan na dzień 23.08.2009]	54
Tabela 45. Udział województwa w liczbie podmiotów turystycznych [stan na dzień 23.08.2009], powierzchni i liczbie ludności [stan na dzień 31.12.2008]	56
Tabela 46. Podmioty turystyczne według przedmiotu prowadzonej działalności [stan na dzień 23.08.2009]	57
Tabela 47. Podmioty turystyczne według zakresu prowadzonej działalności [stan na dzień 23.08.2009]	58
Tabela 48. Podmioty turystyczne na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009]	59
Tabela 49. Sposób organizacji podróży w latach 2002-2007 [procenty]	60
Tabela 50. Wskaźnik liczby organizatorów, pośredników i agentów turystycznych przypadających na 1 tys. wyjazdów długookresowych i krótkookresowych.....	61

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Tabela 51. Wydajność pracy według rodzajów działalności turystycznej	62
Tabela 52. Struktura próby przedsiębiorstw sektora turystycznego	64
Tabela 53. Udział (w %) przedsiębiorstw z poszczególnych branż w wyłonionych skupieniach.....	80
Tabela 54. Struktura zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach.....	98
Tabela 55. Wykaz czynników oddziałujących na rozwój sektora turystycznego.....	115
Tabela 56. Podział czynników oddziałujących na sektor turystycznych zgodnie z metodologią analizy SWOT	116
Tabela 57. Klasyfikacja czynników pod względem ważności i niepewności	119
Tabela 58. Szczegółowa charakterystyka scenariuszy rozwoju	121

Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku
Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych
ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykaz wykresów

Wykres 1. Przewidywany rozwój gospodarki turystycznej na świecie w perspektywie roku 2020	8
Wykres 2. Udział gospodarki turystycznej w Polsce w PKB (procenty)	8
Wykres 3. Średnia liczba noclegów na turystę w Polsce	24
Wykres 4. Średnia liczba noclegów na turystę w województwie podlaskim	25
Wykres 5. Wykorzystanie miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania według województw w 2007 roku (procenty)	27
Wykres 6. Średnia liczba noclegów na korzystającego turystę w województwie podlaskim	32
Wykres 7. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011	36
Wykres 8. Przeciętne wynagrodzenie w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011 ..	37
Wykres 9. Wartość (w mld zł) rynku restauracyjnego w Polsce w latach 2005-2010	40
Wykres 10. Najważniejsze czynniki rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce	42
Wykres 11. Największe bariery rozwoju dla firm obecnych na rynku gastronomicznym w Polsce	43
Wykres 12. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie podlaskim w latach 1999-2008	44
Wykres 13. Struktura placówek gastronomicznych wg rodzajów obiektów w województwie podlaskim w 2008 r.	45
Wykres 14. Liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwach	45
Wykres 15. Liczba placówek gastronomicznych według rodzajów w województwie podlaskim w latach 2005 – 2008	47
Wykres 16. Wskaźniki dynamiki przychodów z działalności gastronomicznej dla woj. podlaskiego oraz Polski w latach 1999-2008 (rok poprzedni =1)	49
Wykres 17. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży hotele i restauracje w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011	50
Wykres 18. Przeciętne wynagrodzenie (w zł) w branży w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011	50
Wykres 19. Przeciętna liczba zatrudnionych w branży gastronomicznej w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011	52
Wykres 20. Przeciętne wynagrodzenie w branży gastronomicznej w województwie podlaskim w latach 1999-2008 i prognoza na lata 2009-2011	52
Wykres 21. Liczba organizatorów, pośredników i agentów turystycznych na terenie województwa podlaskiego i w Polsce w latach 2000-2009	56
Wykres 22. Struktura podmiotów turystycznych na terenie województwa podlaskiego według formy działalności [stan na dzień 23.08.2009]	59
Wykres 23. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na reprezentowaną branżę	65
Wykres 24. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną działalności	66
Wykres 25. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na czas funkcjonowania na rynku	66

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 26. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na liczbę zatrudnionych	67
Wykres 27. Ocena obecnej sytuacji ekonomicznej	68
Wykres 28. Ocena sytuacji ekonomicznej w badanych branżach	69
Wykres 29. Ocena zmiany sytuacji ekonomicznej w ciągu ostatnich 5 lat	69
Wykres 30. Ocena zmiany sytuacji formy w ciągu ostatnich 5 lat	70
Wykres 31. Ocena zmiany poziomu przychodów firmy w ciągu ostatniego roku	70
Wykres 32. Ocena zmiany poziomu przychodów firmy w ciągu ostatniego roku	71
Wykres 33. Ocena przewidywanej zmiany sytuacji ekonomicznej firmy w ciągu najbliższych 3 lat ..	71
Wykres 34. Ocena przewidywanej zmiany sytuacji ekonomicznej firmy w ciągu najbliższych 3 lat ..	72
Wykres 35. Ocena perspektywy wzrostu produkcji, eksportu, spożycia krajowego, kosztów działalności, nakładów inwestycyjnych i zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach ..	74
Wykres 36. Czynniki utrudniające prowadzenie działalności	75
Wykres 37. Ocena czynników umożliwiających konkurowanie na rynku	79
Wykres 38. Grupowanie przedsiębiorstw pod względem czynników umożliwiających konkurowanie na rynku	81
Wykres 39. Wykres średnich dla każdego skupienia	82
Wykres 40. Koncentracja inwestycji w badanym przedsiębiorstwie	83
Wykres 41. Ocena stopnia korzystania ze środków unijnych w ciągu ostatnich 5 lat	84
Wykres 42. Przyczyny niekorzystania ze środków unijnych	85
Wykres 43. Ocena skłonności do skorzystania z funduszy unijnych	86
Wykres 44. Rodzaj planowanych działań inwestycyjnych w ciągu najbliższych 12 miesięcy	87
Wykres 45. Przewidywane strategiczne kierunki rozwoju	87
Wykres 46. Plany w zakresie rozszerzenia działalności na inne segmenty	88
Wykres 47. Plany w zakresie ekspansji rynkowej	88
Wykres 48. Ocena czynnika „wysokie podatki” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	89
Wykres 49. Ocena czynnika „wysokie koszty pracy” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	90
Wykres 50. Ocena czynnika „wysokie koszty inwestycji początkowych” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	90
Wykres 51. Ocena czynnika „rosnące ceny wpływające na mniejszą konkurencyjność polskich produktów lub usług” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	91
Wykres 52. Ocena czynnika „niespójne i niejasne przepisy prawne” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	92
Wykres 53. Ocena czynnika „silna presja ze strony podmiotów funkcjonujących w sektorze” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	92
Wykres 54. Ocena czynnika „mała dostępność środków na inwestycje” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	93

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Wykres 55. Ocena czynnika „monopolizacja rynku” wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	94
Wykres 56. Ocena konkurencji w branży wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	94
Wykres 57. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu konkurencji branż sektora turystyki ..	95
Wykres 58. Ocena ryzyka pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej działalności wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	95
Wykres 59. Ocena stopnia uzależnienia prowadzonej działalności od rynku dostawców wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	96
Wykres 60. Ocena udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności wśród badanych przedsiębiorstw sektora turystycznego	97
Wykres 61. Wykorzystanie analizy korespondencji w badaniu udziału dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności w badanych branżach sektora turystyki	98
Wykres 62. Struktura zmian w zatrudnieniu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	99
Wykres 63. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie zatrudnienia.....	100
Wykres 64. Planowane zmiany z poziomie zatrudnienia w ciągu najbliższych 12 miesięcy	100
Wykres 65. Wykorzystanie analizy korespondencji w analizie planowanego zatrudnienia	101
Wykres 66. Przyczyny planowane wzrostu zatrudnienia	102
Wykres 67. Poziom zadowolenia z poziomu kwalifikacji pracowników.....	103
Wykres 68. Postrzegane braki w kwalifikacjach pracowników	103
Wykres 69. Stopień zainteresowania szkoleniami dla pracowników.....	104
Wykres 70. Stopień zainteresowania szkoleniami dla pracowników.....	105
Wykres 71. Ocena metod rekrutacji pracowników	106
Wykres 72. Ocena stopnia trudności pozyskiwania nowych pracowników.....	107
Wykres 73. Ocena stopnia trudności pozyskiwania nowych pracowników.....	108
Wykres 74. Osie wykorzystywane do klasyfikacji czynników pod względem ważności i niepewności	118
Wykres 75. Klasyfikacja czynników wpływających na rozwój sektora turystycznego pod względem ważności i niepewności	118
Wykres 76. Scenariusze rozwoju sektora usług turystycznych z uwzględnieniem dwóch kluczowych czynników	120

Bibliografia

- [1] Altkorn J., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 1998.
- [2] *Finansowanie MSP w Polsce ze środków finansowych UE jako czynnik wpływający na konkurencyjność przedsiębiorstw*, red. Latoszek E., Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008.
- [3] Klooster S.A., Asselt M.B.A., *Practising the scenario-axes technique*, „Futures”, 38(2006), s. 15–30.
- [4] Konieczna-Domańska A., *Biura podróży na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- [5] Kononiuk A., *Metoda scenariuszowa w antycypowaniu przyszłości w kontekście „Narodowego Programu Foresight”*, niepublikowana rozprawa doktorska, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
- [6] Loveridge D., *The STEEPV acronym and process - a clarification*, „Ideas in Progress” 2002, Paper Number 29, The University of Manchester, PREST Policy Research in Engineering, Science and Technology.
- [7] *Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2013*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006.
- [8] *Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu <http://www.polskawschodnia.gov.pl> [Data wejścia 10.11.2009].
- [9] *Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013*. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa 2007.
- [10] *Program rozwoju turystyki i zagospodarowania turystycznego województwa podlaskiego do 2010 roku*, Zarząd Województwa Podlaskiego, Białystok 2001.
- [11] *Rachunek satelitarny turystyki dla Polski*, MGPIPS, IT, Warszawa 2003.
- [12] *Rynek HoReCa w Polsce 2009 Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2009-2010*, PMR Publications, dział PMR, 2009.
- [13] *Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu www.rpowp.wrotapodlasia.pl [Data wejścia 09.11.2009].
- [14] Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 30 września 2004 r. w sprawie Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (Dz. U. nr 5, poz. 28).
- [15] *Rynek Biur Podróży 2008. Dynamika, wskaźniki, prognozy*, Instytut Turystyki, Warszawa 2008.
- [16] *Statistics in Focus 90/2008. Industry, trade and services*. Eurostat, EU Labour Force Survey, 2008.
- [17] *Szczegółowy opis priorytetów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia na lata 2007-2013*, Dokument opracowany na podstawie Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 zatwierdzonego decyzją Komisji Europejskiej z dnia 1 października 2007 r. oraz uchwałą Rady Ministrów z dnia 30 października 2007 r. (wersja ósma), Warszawa, 12 czerwca 2009.
- [18] *Tourism highlight 2008 Edition*, UNWTO, 2008.
- [19] *Trendy w turystyce światowej*. [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu <http://www.intur.com.pl/trendy.htm#hot2> [Data wejścia 04.11.2009].
- [20] *Turystyka w 2008*. GUS Warszawa 2009.

Załącznik nr 1. Kwestionariusz badawczy przedsiębiorstw sektora turystycznego województwa podlaskiego w zakresie informacji o sektorze turystycznym na potrzeby projektu Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych

Zapraszamy Państwa do wzięcia udziału w krótkim badaniu, którego wyniki posłużą do przeprowadzenia analiz i prognoz rozwoju sektora turystycznego województwa podlaskiego w ramach Podlaskiego Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych.

Udzielone przez Państwa odpowiedzi wykorzystane zostaną w analizach dotyczących sytuacji ekonomicznej firm sektora turystycznego, czynników oddziałujących na sektor, otoczenia konkurencyjnego oraz stanu zatrudnienia. Jesteśmy przekonani, że wyniki badań przedstawione przez Obserwatorium stanowią będą dla Państwa źródło cennych informacji w podejmowaniu decyzji związanych z działalnością Państwa firmy.

Zebrane dane posłużą wyłącznie na potrzeby projektu Obserwatorium, wywiad jest anonimowy.

Część I: Ogólna sytuacja ekonomiczna firm

- 1. Jak oceniają Państwo obecną sytuację ekonomiczną Państwa firmy ?**
 - a) ☐ bardzo dobra
 - b) ☐ dobra
 - c) ☐ średnia
 - d) ☐ zła
 - e) ☐ bardzo zła
 - f) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć
- 2. Jak zmieniła się sytuacja ekonomiczna Państwa firmy się w ciągu ostatnich 5 lat ?**
 - a) ☐ zdecydowanie się poprawiła
 - b) ☐ poprawiła się
 - c) ☐ nie zmieniła się
 - d) ☐ pogorszyła się
 - e) ☐ zdecydowanie pogorszyła się
 - f) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć
- 3. Jak zmienił się poziom przychodów Państwa firmy (w ciągu ostatniego roku) ?**
 - a) ☐ zdecydowanie się zwiększył
 - b) ☐ zwiększył się
 - c) ☐ pozostał bez zmian
 - d) ☐ zmniejszył się
 - e) ☐ zdecydowanie się zmniejszył
 - f) ☐ trudno powiedzieć
- 4. Jak w Państwa ocenie zmieni się sytuacja ekonomiczna firmy w ciągu najbliższych 3 lat ?**
 - a) ☐ zdecydowanie poprawi się
 - b) ☐ poprawi się
 - c) ☐ nie zmieni się
 - d) ☐ pogorszy się
 - e) ☐ zdecydowanie się pogorszy
 - f) ☐ nie wiem trudno powiedzieć

Część II: Analiza czynników oddziałujących na sektor

- 5. Jakie czynniki sprzyjają w największym stopniu rozwojowi działalności Państwa firmy?**
(proszę ocenić w skali od 1 do 5 poszczególne czynniki, gdzie 1 oznacza zupełnie nie sprzyja a 5 bardzo sprzyja, zaś 0 oznacza „nie mam zdania”)

Czynniki	Odpowiedź
a) ekonomiczne	0 1 2 3 4 5
b) społeczne	0 1 2 3 4 5
c) polityczne	0 1 2 3 4 5
d) techniczne	0 1 2 3 4 5
e) demograficzne	0 1 2 3 4 5
f) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
g) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
h) inne, jakie.....	1 2 3 4 5

- 6. Jak oceniają Państwo perspektywę wzrostu poszczególnych parametrów charakteryzujących Państwa sektor w ciągu najbliższych 3 lat?**

Parametr	Spadnie	Nie zmieni się	Wzrośnie do 5%	Wzrośnie 5-10%	Wzrośnie powyżej 10%
a) produkcja	☐	☐	☐	☐	☐
b) eksport	☐	☐	☐	☐	☐
c) spożycie krajowe	☐	☐	☐	☐	☐
d) koszt działalności	☐	☐	☐	☐	☐
e) nakłady inwestycyjne	☐	☐	☐	☐	☐
f) zatrudnienie	☐	☐	☐	☐	☐

- 7. W jakim stopniu poniższe czynniki utrudniają działalność i rozwój Państwa firmy?** (proszę ocenić w skali od 1 do 5 poszczególne czynniki, gdzie 1 oznacza zupełnie nie utrudnia a 5 bardzo utrudnia, zaś 0 oznacza „nie mam zdania”)

Czynniki	Odpowiedź
a) rosnące koszty zatrudnienia	0 1 2 3 4 5
b) coraz silniejsza pozycja przetargowa odbiorców	0 1 2 3 4 5
c) wysokie podatki	0 1 2 3 4 5
d) niejasne i niestabilne przepisy prawne i podatkowe	0 1 2 3 4 5
e) rosnąca koncentracja i konsolidacja branży	0 1 2 3 4 5
f) konkurencja ze strony firm krajowych	0 1 2 3 4 5
g) konkurencja ze strony firm międzynarodowych	0 1 2 3 4 5
h) niesprawność instytucji (np. urzędy skarbowe)	0 1 2 3 4 5
i) niedostateczna podaż surowca	0 1 2 3 4 5
j) wysokie ceny surowca	0 1 2 3 4 5
k) niedobór wykwalifikowanych pracowników	0 1 2 3 4 5
l) niestabilność kursu waluty	0 1 2 3 4 5
m) zatory płatnicze, problemy z płynnością	0 1 2 3 4 5
n) niski popyt	0 1 2 3 4 5
o) trudności z uzyskaniem finansowania działalności	0 1 2 3 4 5
p) rozwój szarej strefy	0 1 2 3 4 5
q) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
r) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
s) inne, jakie.....	1 2 3 4 5

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- 8. W jakim stopniu poniższe czynniki umożliwiają Państwa firmie skuteczne konkutowanie na rynku?** (proszę ocenić w skali od 1 do 5 ważność poszczególnych czynników, gdzie 1 oznacza zupełnie nieważny a 5 bardzo ważny, zaś 0 oznacza „nie mam zdania”)

Czynnik konkurencji	Odpowiedź
a) wysoka jakość świadczonych usług/produktów	1 2 3 4 5
b) wysoka jakość obsługi klienta	1 2 3 4 5
c) skuteczny system promocji/reklamy/marketingu	1 2 3 4 5
d) położenie/lokalizacja prowadzonej działalności	1 2 3 4 5
e) szeroka oferta produktowa	1 2 3 4 5
f) wysoka innowacyjność (np. nowe produkty)	1 2 3 4 5
g) posiadane zasoby kadrowe (personalne)	1 2 3 4 5
h) niższe ceny	1 2 3 4 5
i) inne, jakie....	1 2 3 4 5
j) inne, jakie....	1 2 3 4 5
k) inne, jakie....	1 2 3 4 5

- 9. Na czym koncentrowały się inwestycje w Państwa firmie w ciągu ostatnich 5 lat?** (proszę wskazać maksymalnie 5 najistotniejszych działań)

- a) ☐ modernizacja lub budowa obiektów/infrastruktury
- b) ☐ poprawa jakości produktów/usług
- c) ☐ komputeryzacja
- d) ☐ wdrożenie systemów zarządzania jakością
- e) ☐ wprowadzenie nowych produktów/usług
- f) ☐ rozwój sieci sprzedaży
- g) ☐ działania promocyjno-marketingowe
- h) ☐ inwestowanie w kapitał ludzki
- i) ☐ brak inwestycji
- j) ☐ inne, jakie?.....

- 10. Czy w ciągu ostatnich 5 lat przy finansowaniu inwestycji Państwa firma korzystała z pomocy finansowej z funduszy unijnych?**

- a) ☐ tak
- b) ☐ nie (jeżeli nie, to przejść do pytania 12)

- 11. Jaki był udział środków unijnych w wartości przeprowadzonych inwestycji?**

- a) ☐ do 10%
- b) ☐ 10-30%
- c) ☐ 30-50%
- d) ☐ powyżej 50%

- 12. Dlaczego Państwa firma nie korzystała z pomocy finansowej z funduszy unijnych ?**

- a) ☐ nie byliśmy zainteresowani
- b) ☐ nie posiadaliśmy dostatecznych informacji
- c) ☐ nie spełnialiśmy warunków, aby starać się o dofinansowanie
- d) ☐ aplikowaliśmy, ale nie przyznano nam środków
- e) ☐ z innych powodów (jakich?).....

- 13. Czy Państwa firma zamierza skorzystać z funduszy unijnych w ciągu najbliższych 3 lat?**

- a) ☐ tak
- b) ☐ nie,
dlaczego.....

...

- 14. Jakie działania inwestycyjne zamierza Państwo podjąć w ciągu najbliższych 12 miesięcy?** (proszę wskazać maksymalnie 4 najistotniejsze działania)

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- a) ☐ inwestowanie w działania reklamowe, promocyjne
b) ☐ inwestowanie w budynki
c) ☐ inwestowanie w wyposażenie techniczne
d) ☐ inwestowanie w wiedzę i umiejętności pracowników
e) ☐ inwestowanie w doskonalenie oferowanych usług
f) ☐ inwestowanie w rozszerzenie asortymentu
g) ☐ inwestowanie w sieć dystrybucji
h) ☐ inne, jakie?.....
i) ☐ nie będą podejmowane żadne działania
- 15. Jak przewidują Państwo najważniejsze strategiczne kierunki rozwoju firmy w perspektywie najbliższych 2-3 lat? (proszę wskazać 3 najważniejsze odpowiedzi)**
- a) ☐ wzrost udziału w rynku
b) ☐ wzrost wielkości usług
c) ☐ nowe inwestycje
d) ☐ współpraca z dostawcami
e) ☐ rozszerzenie oferty produktowej
f) ☐ uruchomienie nowych kanałów dystrybucji/promocji
g) ☐ rozszerzenie działalności na rynki zagraniczne
h) ☐ inne, jakie?.....
- 16. Czy zamierzają Państwo rozszerzyć działalność na inne segmenty rynku?**
- a) ☐ tak
b) ☐ nie
c) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć
- 17. Czy przewidują Państwo ekspansję rynkową poprzez przejęcie innych firm?**
- a) ☐ tak
b) ☐ nie
c) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć

Część III. Analiza otoczenia konkurencyjnego

- 18. W jakim stopniu Państwa zdaniem poniższe czynniki utrudniają rozwój rynku turystycznego w Polsce? (proszę ocenić w skali od 1 do 5 poszczególne czynniki, gdzie 1 oznacza zupełnie nie utrudnia a 5 bardzo utrudnia, zaś 0 oznacza „nie mam zdania”)**

Czynnik	Odpowiedź
a) wysokie podatki	0 1 2 3 4 5
b) wysokie koszty pracy	0 1 2 3 4 5
c) wysokie koszty inwestycji początkowych	0 1 2 3 4 5
d) rosnące ceny wpływające na mniejszą konkurencyjność polskich produktów/usług	0 1 2 3 4 5
e) niespójne i niejasne przepisy prawne	0 1 2 3 4 5
f) silna presja ze strony podmiotów funkcjonujących w sektorze	0 1 2 3 4 5
g) mała dostępność środków na inwestycje	0 1 2 3 4 5
h) monopolizacja rynku	0 1 2 3 4 5
i) inne, jakie?.....	1 2 3 4 5
j) inne, jakie?.....	1 2 3 4 5
k) inne, jakie?.....	1 2 3 4 5

- 19. Jak oceniają Państwo konkurencję w swojej branży?**

a) ☐ jest bardzo silna

- b) ☐ jest silna
 c) ☐ jest słaba
 d) ☐ jest bardzo słaba
 e) ☐ brak konkurencji

20. Jak oceniają Państwo ryzyko pojawienia się nowych przedsiębiorstw w obszarze prowadzonej działalności?

- a) ☐ bardzo wysokie
 b) ☐ wysokie
 c) ☐ średnie
 d) ☐ niskie
 e) ☐ bardzo niskie
 f) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć

21. W jakim stopniu prowadzona przez Państwa działalność jest uzależniona od rynku dostawców?

- a) ☐ w bardzo wysokim
 b) ☐ wysokim
 c) ☐ średnim
 d) ☐ niskim
 e) ☐ bardzo niskim
 f) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć

22. Jak oceniają Państwo udział dostawców w tworzeniu kosztów funkcjonowania prowadzonej działalności?

- a) ☐ bardzo wysoki
 b) ☐ wysoki
 c) ☐ średni
 d) ☐ niski
 e) ☐ bardzo niski
 f) ☐ nie wiem, trudno powiedzieć

Część IV. Analiza stanu zatrudnienia

23. Proszę szacunkowo określić strukturę zatrudnienia w Państwa firmie pod względem wybranych cech:

Cecha	Warianty cechy	Udział pracowników (w %)
Płeć	kobiety	
	mężczyźni	
	razem	100%
Wiek	poniżej 25 lat	
	25 – 45 lat	
	powyżej 45 lat	
	razem	100%
Wykształcenie	podstawowe	
	średnie	
	wyższe	
	razem	100%
Formy zatrudnienia	umowa o pracę na czas nieokreślony	
	umowa o pracę na czas określony	

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

	umowa zlecenie/ o dzieło	
	razem	100%

24. Jakie zmiany w poziomie zatrudnienia nastąpiły w Państwa przedsiębiorstwie w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

- a) ☐ zatrudnienie wzrosło
- b) ☐ zatrudnienie pozostało bez zmian
- c) ☐ zatrudnienie spadło

25. Jakie planują Państwo zmiany w poziomie zatrudnienia (w ciągu najbliższych 12 miesięcy) w stosunku do aktualnego poziomu zatrudnienia?

- a) ☐ wzrost poziomu zatrudnienia
- b) ☐ utrzymanie poziomu zatrudnienia
- c) ☐ zmniejszenie poziomu zatrudnienia

26. Jeśli planują Państwo zatrudnienie nowych pracowników to z jakich przyczyn?

- a) ☐ przejście na emeryturę, rentę innego pracownika
- b) ☐ zwiększenie popytu na produkty/usługi
- c) ☐ rozszerzenie zakresu działalności
- d) ☐ zwolnienie etatu z powodu przejścia pracowników do innej firmy
- e) ☐ wyjazd pracowników za granicę
- f) ☐ polepszenie sytuacji finansowej firmy
- g) ☐ reorganizacja działalności firmy
- h) ☐ inne, jakie?.....
- i) ☐ nie planujemy zatrudnienia nowych pracowników

27. Czy obecny poziom kwalifikacji pracowników jest wystarczający?

- a) ☐ zdecydowanie tak
- b) ☐ raczej tak
- c) ☐ trudno powiedzieć
- d) ☐ raczej nie
- e) ☐ zdecydowanie nie

28. Jakie dostrzegają Państwo braki w kwalifikacjach pracowników?

- a) ☐ brak uprawnień zawodowych
- b) ☐ brak znajomości języków obcych
- c) ☐ brak wiedzy fachowej
- d) ☐ brak umiejętności obsługi komputera
- e) ☐ zbyt niski poziom wykształcenia
- f) ☐ inne (jakie?).....

29. Czy byliby Państwo zainteresowani szkoleniami dla pracowników?

- a) ☐ zdecydowanie tak
- b) ☐ raczej tak
- c) ☐ trudno powiedzieć
- d) ☐ raczej nie
- e) ☐ zdecydowanie nie

30. Jeżeli jesteście Państwo zainteresowani szkoleniami, to proszę wskazać preferowaną tematykę szkoleń:

- a) ☐ księgowość i podatki
- b) ☐ kadry, płace, ZUS

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

- c) ☐ pozyskiwanie środków z UE
- d) ☐ języki obce
- e) ☐ prawo zamówień publicznych
- f) ☐ obsługa komputera
- g) ☐ marketing
- h) ☐ BHP
- i) ☐ komunikacja interpersonalna
- j) ☐ prawo
- k) ☐ obsługa klienta
- l) ☐ zarządzanie zasobami ludzkimi
- m) ☐ zarządzanie
- n) ☐ inne

(jakie?).....

31. Proszę ocenić skuteczność metod rekrutacji pracowników (proszę ocenić w skali od 1 do 5 poszczególne metody, gdzie 1 oznacza zupełnie nie skuteczna a 5 bardzo skuteczna, zaś 0 oznacza „nie mam zdania”)

Metoda	Odpowiedź
a) samodzielne zgłoszenie kandydatów	0 1 2 3 4 5
b) pośrednictwo PUP	0 1 2 3 4 5
c) polecenie przez znajomych	0 1 2 3 4 5
d) polecenie przez pracowników firmy	0 1 2 3 4 5
e) ogłoszenie w prasie	0 1 2 3 4 5
f) wewnętrzna rekrutacja	0 1 2 3 4 5
g) ogłoszenie w Internecie	0 1 2 3 4 5
h) pośrednictwo firmy rekrutacyjnej	0 1 2 3 4 5
i) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
j) inne, jakie.....	1 2 3 4 5
k) inne, jakie.....	1 2 3 4 5

32. Proszę wskazać stanowiska pracy, na które najtrudniej znaleźć pracowników

- 1.....
- 2.....
- 3.....

33. Czy istnieją w Państwa przedsiębiorstwie wolne miejsca pracy?

- a) ☐ tak, jakie?.....
- b) ☐ nie (proszę przejść do pytania 35)

34. Dlaczego nie zatrudnili Państwo do tej pory pracowników na tych stanowiskach?

- a) brak kandydatów do pracy
- b) trwa proces rekrutacji
- c) osoby zgłaszające się nie posiadają odpowiednich kwalifikacji
- d) osoby zgłaszające się nie chcą podjąć pracy na zaproponowanych warunkach

35. Jak oceniają Państwo pozyskiwanie nowych pracowników?

- a) bardzo łatwe
- b) łatwe
- c) trudno powiedzieć
- d) trudne
- e) bardzo trudne

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

36. Czy byliby Państwo skłonni zatrudnić osobę z grup ryzyka?

Grupa ryzyka	Tak	Nie
Absolwenci		
Niepełnosprawni		
Osoby w wieku 45+		
Osoby z obszarów wiejskich		

METRYCZKA

Na zakończenie prosimy o podanie kilku informacji o Państwa firmie

1. PKD

55

56

79

2. Powiat.....

3. Forma prawna

osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

spółka cywilna

spółka jawna

przedsiębiorstwo państwowe

spółka partnerska

spółdzielnia

spółka komandytowa (komandytowo-akcyjna)

spółka akcyjna

inna forma, jaka?.....

4. Firma funkcjonuje od roku.....

5. Przychody uzyskane z działalności turystycznej (w tys. zł):

w roku 2007	
w roku 2008	

w tym na eksport (sprzedaż cudzoziemcom):

w roku 2007	
w roku 2008	

6. Liczba pracujących. W przypadku prowadzonej również innej działalności niż turystyczna, proszę podać tylko liczbę pracujących w działalności turystycznej:

Lata	Umowa na czas nieokreślony	Umowa na czas określony	Umowa zlecenie/ o dzieło
2007			
2008			

Załącznik nr 2. Scenariusz badania panelowego- wywiady grupowy z przedstawicielami sektora turystycznego

Badanie determinant rozwojowych sektora turystyki

Wstęp 5 minut

- Przedstawienie się prowadzących, powitanie uczestników, krótkie wyjaśnienie celu spotkania i jego roli w ramach całego przedsięwzięcia badawczego.
- Prezentacja zasad uczestnictwa w spotkaniu, informacja o nagrywaniu, zapewnienie o poufności przekazywanych informacji.
- Informacja o sposobie wykorzystania wyników oraz o możliwości wglądu w raport.

Sytuacja ekonomiczna firm - 10 minut

- Porozmawiamy na początek o sytuacji gospodarczej i jej wpływie na sytuację ekonomiczną Państwa przedsiębiorstwa.
- W jakim stopniu ostatnie perturbacje gospodarcze na świecie wpłynęły na sytuację ekonomiczną Państwa firmy? Nastąpił wzrost czy też spadek przychodów?
- Czy zauważalne są symptomy wychodzenia z kryzysu?
- Jak w przyszłości będzie kształtował się rozwój Państwa przedsiębiorstw?

Czynniki oddziałujące na funkcjonowanie sektora turystycznego - 20 minut

- A teraz spróbujmy ocenić czynniki wpływające na funkcjonowanie sektora usług turystycznych.
- Wymieńcie Państwo czynniki sprzyjające rozwojowi Państwa firm. Spróbujcie Państwo określić w jakim stopniu wpływają one na pomyślność funkcjonowania Państwa przedsiębiorstw? Czy któreś z tych czynników mogą z czasem stać się ograniczeniami w rozwoju?
- Poproszę teraz o wskazanie najistotniejszych czynników ograniczających rozwój Państwa działalności gospodarczej. Spróbujcie Państwo określić który z tych czynników stanowi w tej chwili największą barierę rozwoju.
- Czy funkcjonowanie w warunkach gospodarki globalnej sprzyja czy też ogranicza rozwój?
- Czy niestabilność finansowa instytucji zewnętrznych ma wpływ na funkcjonowanie Państwa przedsiębiorstw?
- Proszę wskazać główne kierunki inwestycji w Państwa firmach w ostatnich latach. Jakie inwestycje są planowane w przyszłości?
- Jak oceniają Państwo możliwość pozyskiwania środków UE na wsparcie działań inwestycyjnych?
- Czy zamierzacie Państwo skorzystać ze wsparcia zewnętrznego w przyszłych inwestycjach? Czy będą to środki UE czy też inne źródła finansowania?

Analiza otoczenia konkurencyjnego – 20 minut

- Proszę o ocenę działań konkurencji na rynku na którym działacie.
- Jakie podejmujecie Państwo działania w celu podniesienia swojej konkurencyjności na rynku?
- Czy działanie w warunkach gospodarki globalnej zwiększa czy też zmniejsza ryzyko działania?
- W jakim stopniu poziom wykształcenia kadry sprzyja wzrostowi konkurencyjności?
- Czy zewnętrzne wsparcie finansowe (środki UE) może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności Państwa przedsiębiorstw?
- Jaki jest ryzyko pojawienia się silnej konkurencji na rynku na którym Państwo działają?

ANALIZA KLUCZOWYCH SEKTORÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
– SEKTOR TURYSTYCZNY

Zatrudnienie w przedsiębiorstwach branży turystycznej – 20 minut

- Proszę ocenić jakość zatrudnienia w Państwa przedsiębiorstwach. Czy poziom wykształcenia i umiejętności pracowników jest wystarczający?
- Jakie są przeważające formy zatrudnienia?
- Jakie są podstawowe metody rekrutacji w Państwa przedsiębiorstwach?
- Jak jest stabilność zatrudnienia w Państwa przedsiębiorstwach?
- Czy nowi pracownicy potrzebują długich okresów szkoleniowych dla uzyskania pełnej wydajności?
- W jakim stopniu zmiany w otoczeniu gospodarczym wpływają na potrzebę doszkalania pracowników i samych przedsiębiorców?
- W jakim stopniu perturbacje gospodarcze ostatnich miesięcy wpłynęły na poziom zatrudnienia w Państwa przedsiębiorstwach?
- Czy planujecie Państwo zatrudnianie nowych pracowników i czym to będzie spowodowane (wymiana kadry, powiększenie firmy itp.)?
- Jak odnoszą się Państwo do możliwości zatrudniania: absolwentów, niepełnosprawnych i osób w wieku przedemerytalnym?

Dziękuję za cenne uwagi, które zostaną wykorzystane w opracowaniu raportu