

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

259

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy polityki turystycznej

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Wiesław Alejziak, Małgorzata Bednarczyk, Stefan Bosiacki, Ewa Dziedzic,
Irena Jędrzejczyk, Magdalena Kachniewska, Włodzimierz Kurek,
Barbara Marciszewska, Beata Mayer, Agnieszka Niezgoda,
Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska,
Aleksander Schwichtenberg, Hanna Zawistowska

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Łopusiewicz, Joanna Świrska-Korlub

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-222-2

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

Część 1. Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Turystyka aktywna w materiałach promocyjnych województw w Polsce.....	15
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Możliwości i uwarunkowania uprawiania turystyki rodzin z dzieckiem niepełnosprawnym..	24
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analiza popytu na turystykę społeczną w Polsce na przykładzie projektu Europe Senior Tourism realizowanego w lubelskim biurze podróży.....	35
Jadwiga Berbeka: Udział w ruchu turystycznym a spójność społeczna w Polsce – wybrane zagadnienia	43
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Aktywność turystyczna wielkopolskich seniorów	54
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Aktywność turystyczna singli 50+ w świetle cywilizacyjnych megatrendów	64
Maja Jedlińska: Wybrane aspekty turystyki osób niepełnosprawnych w powiecie jeleniogórskim.....	75
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Rozwój geoturystyki w Polsce oraz możliwości jej adaptacji do turystyki społecznej.....	85
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Turystyka osób starszych w Polsce – uwarunkowania społeczno-demograficzne.....	95
Hanna Zawistowska: Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce	109
Piotr Gryszel: Wybrane aspekty rozwoju turystyki społecznej w Republice Czeskiej.....	123
Piotr Zawadzki: Przygotowanie gospodarstw agroturystycznych do obsługi osób niepełnosprawnych na przykładzie wybranych obiektów w powiecie jeleniogórskim	133
Daria Elżbieta Jaremen: Turystyka społeczna – studium przypadku Wielkiej Brytanii	142
Marlena Prochorowicz: Turystyka społeczna jako forma aktywności osób niepełnosprawnych	157
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju.....	167

Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Turystyka społeczna – aktywność turystyczna wybranych grup docelowych w świetle badań ankietowych.....	178
---	-----

Część 2. Obszar niepewności w turystyce a polityka turystyczna

Elżbieta Szymańska: Polityka turystyczna a innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych.....	193
Magdalena Kachniewska: Współpraca hoteli z władzami lokalnymi jako czynnik redukcji ryzyka specyficznego.....	203
Ewa Dziejic: Pozycja konkurencyjna Polski na rynku turystycznym w obliczu sytuacji kryzysowych.....	213
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych w warunkach niepewności i ryzyka.....	224
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Ocena realizacji strategii rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim.....	237
Halina Kiryluk: Zrównoważony rozwój turystyki wyzwaniem współczesnej polityki turystycznej.....	247
Agnieszka Niezgoda: Uwarunkowania wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego na obszarach recepcji turystycznej.....	264
Adam Edward Szczepanowski: Czynniki rozwoju turystyki w regionie Polski Wschodniej.....	274
Aleksander Panasiuk: Polityka turystyczna w oddziaływaniu na branżę turystyczną.....	285
Paweł Stelmach: Redukcja niepewności w polityce turystycznej.....	296
Tomasz Studzieniecki: Polityka turystyczna państwa w aspekcie priorytetów strategicznych Unii Europejskiej.....	307
Barbara Marciszewska: Obszary niepewności, polityka turystyczna i zrównoważony rozwój turystyki.....	316
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Czynniki niepewności w turystyce i ich wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstwa uzdrowiskowego Skarbu Państwa.....	326

Summaries

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Active sport tourism in Polish voivodeships' promotion materials.....	23
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Possibilities and conditions of tourism in families with a disabled child.....	34

Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analysis of social tourism market in Poland on the example of Europe Senior Tourism programme carried out in Lublin travel agency	42
Jadwiga Berbeka: Tourism participation and social cohesion in Poland – selected aspects	53
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Tourism activity of older people from Wielkopolska region.....	63
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Tourist activity of singles 50+ on the basis of civilizational megatrends.....	74
Maja Jedlińska: Selected aspects of the tourism of the disabled in Jelenia Góra district	84
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Geotourism development in Poland and possibilities for its adaptation to social tourism.....	94
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Senior tourism in Poland – socio-demographic conditions.....	108
Hanna Zawistowska: Possibilities and directions of development of social tourism in Poland.....	122
Piotr Gryszel: Selected aspects of social tourism development in the Czech Republic.....	132
Piotr Zawadzki: Preparing agritourism farms for the disabled tourists based on the example of selected objects in Jelenia Góra district.....	141
Daria Elżbieta Jaremen: Social tourism – case study of Great Britain.....	156
Marlena Prochorowicz: Social tourism as the form of activity of disabled persons	166
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Social tourism – its essence, determining factors, perspectives and directions in development.....	177
Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Social tourism – tourist activity of selected target groups reflected in surveys.....	189
Elżbieta Szymańska: Tourism policy and innovativeness of tourism enterprises.....	202
Magdalena Kachniewska: Cooperation of hotels with local authorities as the determinant of unsystemic risk reduction.....	212
Ewa Dziejcz: Competitive position of Poland in tourism market against challenges of crisis situations	223
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Tourism enterprises’ functioning in the conditions of risk and uncertainty	236
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Assessment of the implementation of tourism development strategy in Leszno Region.....	246
Halina Kiryluk: Sustainable tourism development as a challenge for the modern tourism policy.....	263

Agnieszka Niezgoda: Determinants of implementing sustainable development in tourism destination	273
Adam Edward Szczepanowski: Factors of development of tourism in the region of Eastern Poland.....	284
Aleksander Panasiuk: The influence of tourism policy on tourist sector activity	295
Paweł Stelmach: Uncertainty reduction in tourism policy	306
Tomasz Studzieniecki: State tourism policy in the context of the strategic priorities of the European Union	315
Barbara Marciszewska: Uncertainty areas, tourism policy and sustainable tourism development	325
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Factors of uncertainty in tourism and their impact on the economic performance in public sector spa companies	334

Bogusław Stankiewicz

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny Szczecin

Mateusz Korkuć

„Uzdrowisko Kołobrzeg” SA

CZYNNIKI NIEPEWNOŚCI W TURYSTYCE I ICH WPŁYW NA WYNIKI EKONOMICZNE PRZEDSIĘBIORSTWA UZDROWISKOWEGO SKARBU PAŃSTWA

Streszczenie: W artykule zasygnalizowano potrzebę badań wpływu czynników niepewności na rezultaty gospodarowania polskich przedsiębiorstw sektora turystyki uzdrowiskowej. Punktem wyjścia rozważań stała się analiza współczesnego stanu badań nad niepewnością w turystyce oraz skumulowana wiedza dostępna w piśmiennictwie światowym, przede wszystkim w literaturze anglojęzycznej. Pierwsza część artykułu obejmuje charakterystykę głównych problemów (pojęcia, szczebel badawczy, metodologię, prace studyjne) przewijających się w dyskusji badaczy nad niepewnością w turystyce, determinantami niepewności, instrumentarium pomiaru i modelowania niepewności oraz wnioskami wypływającymi z badań studyjnych. Przeprowadzona analiza doprowadza do konstatacji o większej koncentracji badań nad uwarunkowaniami niepewności turystycznej niektórych, ograniczonych co do ilości, państw oraz nad czynnikami niepewności wpływającymi na popyt turystyczny – motywy wyboru miejsca destynacji przez turystę, z preferencjami na rzecz niepewności czynnika pogody. Obserwowalny niedosyt badań nad skutkami oddziaływania niepewności na kondycję ekonomiczną przedsiębiorstwa turystycznego dał asumpt do wypuklenia, jak na przychody przedsiębiorstwa uzdrowiskowego wpływają dwa wybrane czynniki niepewności – warunki pogodowe oraz ryzyko kursowe, co zilustrowano danymi z przedsiębiorstwa turystyki uzdrowiskowej Pomorza Zachodniego.

Słowa kluczowe: niepewność, turystyka, turystyka uzdrowiskowa.

1. Wstęp

Wydarzenia polityczne i gospodarcze minionej dekady unaocznily nam, iż turystyka to nie tylko branża o olbrzymich możliwościach, lecz także miejsce występowania ryzyka i niepewności. Nie ma nic nowego w istnieniu faktu ryzyka w działalności turystycznej takich przedsiębiorstw, jak: biura podróży, organizatorzy wycieczek lub uzdrowiska, a problematyka ich rozwoju (wzrostu) mieści się w kompleksie zarzą-

dzania ryzykiem w ramach ekonomii świadczenia usług turystycznych. Jednak zaistniały nacisk na ryzyko i niepewność – zarówno rzeczywiste, jak i postrzegane – związane z terroryzmem, przestępczością, zmianami klimatycznymi, a nawet zmianami technologicznymi (nowe formy cyberprzestrzeni przestępstw) warunkuje potrzebę silniejszego rozwijania ram dla zrozumienia tych kwestii.

Punktem wyjścia staje się w tej sytuacji rozróżnienie między ryzykiem a niepewnością. Ekonomiści behawioralni dokonali klasycznego podziału zagrożeń na zagrożenia znane i nieznanne. Jest to wynik niedoskonałego i nierównego charakteru wiedzy, a w tym zakresie, w jakim szczególny charakter tzw. wiedzy ukrytej (np. instytucji) może być osiągnięty przed organizacją wyjazdu lub imprezy turystycznej, a nie w rezultacie bezpośredniego doświadczenia *in situ*. W praktyce nie występuje prosta dychotomia (ryzyko, niepewność), ale raczej kontynuacja ryzyka i niepewności, które stale przesuwają się na kolejnych etapach doświadczenia turystycznego przez cały cykl planowania podróży turystycznej (pobytu) i wykonania.

Powstaje zatem pytanie, jak włączać turystę (popyt turystyczny) oraz poszczególne elementy kompleksu turystycznego w przedsięwzięcia nacechowane niepewnością, co ilustruje celna metafora M.M. Waldropa: „Historia jest nieodwracalna, a system „przyszłość” jest nieprzewidywalny”¹. W zasobach wiedzy o niepewności w turystyce znaleźć można ogromne spektrum stanowisk i opinii, m.in. takie jak:

- niepewność w turystyce to sytuacja, w której nie ma w pełni zrozumiałego systemu zarządzania²,
- obecne badania w turystyce są niekompletne, ponieważ nie są w stanie poradzić sobie z nieoczekiwanymi procesami i wydarzeniami³,
- niepewność jest na stałe wpisana w krajobraz turystyki, a zaświadczać to takie zjawiska, jak: niestabilność liczby turystów, niestabilność kursów walut, zmienność polityczna władz, zmiany klimatu oraz występowanie nieprzewidywalnych ekstremalnych warunków pogodowych; niewielka zmiana jednego z tych czynników spowodować może przekroczenie progu systemu turystyki (np. tzw. szok pogodowy)⁴.

Wielu badaczy turystyki – szczególnie zajmujących się jej zrównoważonym rozwojem – twierdzi, iż poznanie niepewności w tej branży obejmuje analizę skomplikowanych systemów wielu oddziałujących na siebie elementów, relacje przyczynowo-skutkowe nie są liniowe, a dynamika systemu niejasna. Tworzy to tzw. efekt

¹ Za: M.M. Waldrop, *Complexity: The Emerging Science at the Edge of Order and Chaos*, Simon & Schuster, New York 1992, s. 5.

² Por.: M. Brugnach, A. Dewulf, C. Pahl-Wostl, T. Taillieu, *Toward a relational concept of uncertainty: About knowing too little, knowing too differently, and accepting not to know*, „Ecology and Society” 2008, vol. 13, no. 2, s. 4.

³ H.E. Allison, R.J. Hobbs, *Science and Policy in Natural Resources Management – Understanding System Complexity*, Cambridge University Press, Cambridge 2006.

⁴ Por. M. Gladwell, *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*, Bay Books, Boston 2002.

motyla – sytuację, w której region lub przedsiębiorstwo (miejsce destynacji turystycznej) ulega nieproporcjonalnemu wpływowi (negatywnemu, rzadziej pozytywnemu) zdarzeń zewnętrznych oraz podatności na wiele wstrząsów⁵. Konstatacja ta stała się zaczynem próby zbadania, czy istotnie niektóre wybrane elementy (czynniki) niepewności leżące poza przedsiębiorstwem turystycznym mogą wpływać na wynik finalny jego działalności, czyli przychody.

2. Niepewność w turystyce – dyskusja i dylematy

Najogólniej pojęcie „niepewność” oznacza niewiedzę dotyczącą pewnych zdarzeń. Najczęściej niepewność odnosi się do zjawisk pojedynczych oraz nietypowych lub losowych. Jak uważa W. Ostasiewicz, można ją interpretować za pomocą przeciwnego pojęcia – pewności, które oznacza przewidywanie rezultatów podejmowanych działań bez absolutnie żadnych wątpliwości⁶.

Analiza zasobów literatury zajmującej się niepewnością w syntetycznym ujęciu doprowadza do następujących refleksji:

1) w najszerszym ujęciu niepewność jest przedmiotem badań semantyki, syntaksy, probabilistyki (rachunku prawdopodobieństwa), także ontologii turystyki⁷;

2) w ujęciu makroekonomicznym niepewność jest wkomponowana w badania studyjne poświęcone zagadnieniu pomiaru związku przyczynowo-skutkowego między rozwojem turystyki a rozwojem gospodarek państw (relacje jednostronne lub obustronne), o czym przekonują prace takich autorów, jak: N. Dritsakis, R. Durbarry, H.J. Kim i zespół, A. Lanza i zespół, C.-C. Lee i C.-P. Chang, C.-O. Oh⁸; w ich badaniach funkcja niepewności (lub zmienności) jest często obecna w wielu szeregach czasowych, w tym popytu turystycznego;

⁵ Stanowisko takie utrzymują m. in.: H.E. Allison, R.J. Hobbs, wyd. cyt., B. Walker, D. Salt, *Resilience Thinking: Sustaining Ecosystems and People in a Changing World*, Island Press, Washington, DC, 2006, D. Lacitignola, I. Petrosillo, M. Cataldi, G. Zurlini, *Modeling socio-ecological tourism-based for sustainability*, „Ecological Modeling” 2007, vol. 206, s. 191-204.

⁶ Por.: W. Ostasiewicz, *Niepewność i ryzyko*, Wydawnictwo AE, Kraków 2003.

⁷ Interesująco zagadnienia najogólniejszych problemów niepewności z punktu widzenia logiki matematycznej ujmuje zespół chińskich uczonych w: Lei Li et al, *Providing an Uncertainty Reasoning Service for Semantic WEB Application*, Springer Verlag, Berlin-Heidelberg 2006.

⁸ Por. N. Dritsakis, *Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using a causality analysis*, „Tourism Economics” 2004, vol. 10, s. 305-316; R. Durbarry, *Tourism and economic growth: The case of Mauritius*, „Tourism Economics” 2004, vol. 10, s. 389-401; H.J. Kim, M.H. Chen, S.C. Jang, *Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan*, „Tourism Management” 2006, vol. 27, no. 5, s. 925-933; A. Lanza, P. Temple, G. Urga, *The implications of tourism specification in the long-run: An econometric analysis for 13 OECD economies*, „Tourism Management” 2003, vol. 24, s. 315-321; C.-C. Lee, C.-P. Chang, *Tourism development and economic growth: A closer look at panels*, „Tourism Management” 2008, vol. 29, no. 1, s. 180-192; C.-O. Oh, *The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy*, „Tourism Management” 2005, vol. 26, s. 39-44.

3) w wielu studiach szczegółowych analizie poddano relacje między strumieniami podróży a parametrami klimatycznymi, a celem było opracowywanie scenariuszy przyszłych podróży i pomoc dla przemysłu turystycznego w planowaniu przyszłych działań. Przy podejmowaniu decyzji o podróży ekspozycji uległy takie parametry postrzegania ciepła przez turystę, jak: temperatura, opady, wilgotność, poziom radiacji⁹. Jak ustalił D. Maddison, preferowana przez turystów angielskich temperatura to maksymalnie 30,7 °C, podczas gdy z badania W. Lise i R.S.J. Tola wynika, iż turyści z krajów OECD najlepiej znosili maksymalną temperaturę 21° w najcieplejszym miesiącu w roku¹⁰;

4) współczesne modele przepływów turystycznych oparte na zachowaniach turystów pod kątem funkcji pogody, klimatu i innych czynników (np. koszty podróży) obarczone są zdaniem S. Gosslinga i C.M. Halla licznymi słabościami. Niepewność w przewidywaniu ruchu turystycznego jest wynikiem:

- a) rzetelności i struktury bazy danych,
- b) przyjęcia, iż najważniejszym parametrem pogody jest temperatura,
- c) nieznaności innych parametrów pogody (takich jak deszcze, burze, wilgotność powietrza, liczba dni słonecznych, radiacja, zanieczyszczenie powietrza),
- d) nieznaności roli ekstremalnych zjawisk pogodowych,
- e) nadmiernej roli mediów w procesie podejmowania decyzji turysty o destynacji,
- f) brak pewności co do roli parametrów pozapogodowych (takich jak niepokoje społeczne, niestabilność polityczna, percepcja ryzyka),
- g) nierealne założenie *a priori*, iż zmiany mają charakter liniowy,
- h) niepewność co do wielkości budżetu turysty przeznaczzonego na podróż oraz czasu wolnego wykorzystanego na podróż turystyczną¹¹.

3. Niepewność na poziomie przedsiębiorstwa turystycznego – konceptualizacja problemu

Niepewność, jako zjawisko wszechogarniające, jest wyrażana w różnych skalach i odnosi się do różnych poziomów gospodarowania, od niepewności w skali globalnej, poprzez niepewność na poziomie gospodarek narodowych, regionów i społeczności lokalnych, do miejscowości i przedsiębiorstw. W ramach badań pilotażowych

⁹ Za: C. de Freitas, *Theory, concepts and methods in tourism climate research*, [w:] A. Matzarakis, C. de Freitas (red.), *Proceedings of the First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation*, 2001, s. 3-20.

¹⁰ Por.: D. Maddison, *In search of warmer climates? The impact of climate change on flows of British tourists*, „Climatic Change” 2001, vol. 49, s. 193-208; W. Lise, R.S.J. Tol, *Impact of climate on tourism demand*, „Climatic Change” 2002, vol. 55, no. 4, s. 429-449.

¹¹ S. Gossling, C.M. Hall (red.), *Tourism and Global Environmental Change: Environmental, Economic, Social and Political Interrelationships*, Routledge, London 2005.

nad wpływem czynników otoczenia zewnętrznego sektora turystyki uzdrowskiej Pomorza Zachodniego, których wystąpienie jest trudno przewidywalne, a które są brane przez kierownictwa przedsiębiorstw pod uwagę w planowaniu poziomu i kierunków gospodarowania (wielkości i struktury przychodów) odpowiedzi respondentów stanowiły odzwierciedlenie użytecznych koncepcji własnych budowy odporności przedsiębiorstwa na negatywne skojarzenia impulsów zewnętrznych.

Innymi słowy konceptualizacja czynnika (czynników) niepewności na poziomie przedsiębiorstwa uzdrowskiego polega na identyfikacji najbardziej realnych i wymiernych dla przedsiębiorstwa zdarzeń niepewnych. Z badań wynika, iż niezależnie od sposobu organizacji i formy prawnej przedsiębiorstwa sektora turystyki uzdrowskiej – biorąc pod uwagę strukturę przychodów z działalności podstawowej (klasyczne leczenie uzdrowskie, zabiegi spa & wellness) oraz strukturę kuracjuszy (kuracjusze kierowani przez NFZ, krajowi i zagraniczni kuracjusze komercyjni) wśród wielu identyfikowalnych czynników szczególnie akcentowano wpływ dwu następujących czynników niepewności na wyniki ekonomiczne firm, tj.:

- a) czynnik pogody,
- b) czynnik niepewności kursu walutowego.

Wpływ wymienionych czynników szczególnie uzewnętrznił się w wypowiedziach kierownictw uzdrowsk Skarbu Państwa zlokalizowanych na terenie województwa zachodniopomorskiego. Weryfikując uzyskane opinie z wiedzą pochodzącą z badań literaturowych i teorii ekonomii, dokonano porównania przychodów uzdrowska w rozbiciu na miesiące z równoczesnym wyeksponowaniem przychodów od kuracjuszy komercyjnych. Jako reprezentatywną wybrano spółkę SP „Uzdrowsko Kołobrzeg” SA, a za okres porównania przyjęto lata 2009-2011. Wyniki analizy przedstawia tab. 1.

W zaprezentowanej tabeli – abstrahując od zjawiska sezonowości w turystyce – widać wyraźną koncentrację przychodów z działalności komercyjnej w okresie 5 miesięcy – od maja do września, czyli miesięcy, które niezależnie od rzeczywistej wysokości średniej temperatury powietrza na tej szerokości geograficznej w sąsiedztwie akwenu morskiego (Bałtyk) uważane są w opinii potencjalnych kuracjuszy za najcieplejsze, co potwierdzają też badania długookresowe temperatur powietrza w Kołobrzegu. Sprzedaż usług uzdrowskich w zaobserwowanym okresie dla klientów komercyjnych stanowiła w okresie badanych lat średnio 50% przychodów Uzdrowska i była istotnym elementem jego standingu ekonomicznego. Nie może więc dziwić, iż zaobserwowana tendencja stanowi jeden z kluczowych parametrów w programowaniu strategii rozwojowej i marketingowej „Uzdrowska Kołobrzeg” SA.

W drugim kroku analizie poddano wielkość przychodów Uzdrowska pozyskanych od komercyjnych kuracjuszy zagranicznych, czyli klientów, dla których świadczenie usług uzdrowskich jest dla firmy najbardziej rentowne. Rezultaty dla okresu maj-wrzesień zestawiono w tab. 2.

Tabela 1. Przychody z działalności podstawowej „Uzdrowiska Kołobrzeg” SA za lata 2009-2011 (dane w tys. zł)

Miesiące	2009			2010			2011		
	ogółem sprzedaż podstawowa	w tym sprzedaż komercyjna	%	ogółem sprzedaż podstawowa	w tym sprzedaż komercyjna	%	ogółem sprzedaż podstawowa	w tym sprzedaż komercyjna	%
I	2054,1	236,7	11,5	1181,9	328,8	27,8	1519,8	239,1	15,7
II	2466,4	299,8	12,2	1855,5	314,7	17,0	2236,8	380,8	17,0
III	2999,3	600,9	20,0	2307,7	494,0	21,4	2550,2	555,7	21,8
IV	2840,7	607,5	21,4	3522,2	601,6	17,1	3746,1	643,7	17,2
V	3153,6	1207,9	38,3	3028,9	1350,3	44,6	2851,5	1315,6	46,2
VI	3425,2	1703,8	49,7	3618,0	1800,6	49,8	3104,6	1740,2	56,1
VII	3315,8	1963,7	59,2	3873,9	1976,1	51,0	4764,1	2268,5	47,6
VIII	3894,4	1949,9	50,1	3350,3	1984,7	59,2	3424,6	2100,4	61,3
IX	3124,7	1701,8	54,5	2820,9	1431,9	50,8	2980,3	1499,8	50,3
X	2264,1	652,2	28,8	3199,2	627,0	19,6	3196,5	587,8	18,4
XI	3641,4	293,4	8,1	2167,9	349,1	16,1	2130,2	279,0	13,1
XII	2204,2	279,1	12,7	3688,3	565,4	15,3	3424,9	186,6	5,5
Ogółem	35385,9	11496,8	32,5	34614,6	11824,2	34,2	35929,8	11798,1	32,8

Źródło: zestawienie własne na podstawie materiałów wewnętrznych „Uzdrowiska Kołobrzeg” SA za lata 2009-2011.

Tabela 2. Przychody od kuracjuszy zagranicznych w wybranych miesiącach za okres 2009-2011 w „Uzdrowisku Kołobrzeg” SA (dane w tys. zł)

Miesiące	2009 sprzedaż turystom zagranicznym	% sprzedaży ogółem	2010 sprzedaż turystom zagranicznym	% sprzedaży ogółem	2011 sprzedaż turystom zagranicznym	% sprzedaży ogółem
Maj	307,1	9,7	377,6	12,5	240,4	8,4
Czerwiec	607,3	17,7	524,3	14,5	475,4	15,3
Lipiec	312,0	9,4	344,0	8,9	355,3	7,5
Sierpień	477,2	12,3	455,0	13,6	395,3	11,5
Wrzesień	655,2	21,0	464,9	16,5	484,0	16,2
Ogółem rok	3374,1	9,5	3094,9	8,9	2841,6	7,9

Źródło: na podstawie materiałów wewnętrznych „Uzdrowiska Kołobrzeg” SA za lata 2009-2011.

Przedstawione dane wskazują, iż zagraniczni kuracjusze komercyjni (w przypadku „Uzdrowiska Kołobrzeg” SA średnio 95% kuracjuszy stanowili Niemcy) byli istotnym komponentem przychodów firmy pozyskiwanych od kuracjuszy komercyjnych, z widoczną jednak tendencją spadkową (w okresie 2009-2011 o 1,6%). Zaob-

serwowany spadek udziału kuracjuszy niemieckich w strukturze przychodów Uzdrowiska jest wynikiem działania dwóch czynników: a) konkurencji ze strony innych podmiotów uzdrowiskowych województwa (mniejszy stopień wpływu), b) skutecznej kampanii Niemieckiego Związku Uzdrowisk (Deutscher Heilbäderverband – DHV) zarzucającej niemieckim Kasom Chorych, kierującym kuracjuszy z refundowanym okresem pobytu do polskich uzdrowisk, stosowanie polityki dyskryminacji własnych uzdrowisk i dumpingu cenowego (znaczny stopień wpływu).

Pamiętając o podnoszonym czynniku niepewności w postaci trudno przewidywalnego kursu walutowego, porównano wahania kursu euro w Polsce w wyodrębnionych miesiącach z lat 2009-2011, co ilustruje tab. 3.

Tabela 3. Średnioważony kurs euro w NBP w złotych w wybranych miesiącach w latach 2009-2011

Miesiące	2009	2010	2011
Maj	4,4105	4,0521	3,9395
Czerwiec	4,5081	4,1025	3,9695
Lipiec	4,3053	4,0818	3,9907
Sierpień	4,1311	3,9872	4,1232
Wrzesień	4,1635	3,9558	4,3332

Źródło: zestawienie własne na podstawie danych archiwalnych Narodowego Banku Polskiego.

Jak pokazują dane z tab. 3, w okresie 3 ubiegłych lat nastąpiło w Polsce wyraźne wahanie ceny euro w pieniądzu krajowym, co dla „Uzdrowiska Kołobrzeg” SA jako „eksportera usług” miało istotne znaczenie. Porównując najwyższy kurs euro (czerwiec 2009 r.) z najniższym kursem (maj 2011 r.) widać, iż utracone potencjalne przychody firmy wyniosły 14,43% w skali miesiąca, a skumulowany efekt potencjalnych korzyści ogółem miałby duży wpływ na przychody i poziom rentowności Uzdrowiska.

Uogólniając przypadek zdiagnozowanego uzdrowiska, można stwierdzić, iż:

1) w polskim sektorze turystyki uzdrowiskowej oddziaływanie pogody jako czynnika niepewności jest widoczne i wzorem badań zagranicznych można stwierdzić istnienie związku przyczynowo-skutkowego o charakterze korelacyjnym między wielkością przychodów przedsiębiorstwa a zmiennością (wysokością) temperatury powietrza,

2) podnoszona w literaturze przedmiotu niepewność kursu walutowego ma dla turystyki polskiej (w tym dla sektora turystyki uzdrowiskowej) swoje negatywne następstwa w postaci wahań (strat) w przychodach od zagranicznych klientów (kuracjuszy) komercyjnych, którzy są obiektem silnej konkurencji wewnątrz Polski.

4. Podsumowanie

Zrozumienie mechanizmów niepewności oraz ich konceptualizacja na poziom przedsiębiorstwa turystycznego narzucają konieczność wielostronnego dyskursu o sposobie tezauryzacji ryzyka i niepewności. Jeśli przyjmiemy, iż obecnie ryzyko jest pochodną „awarii” w sprawowaniu kontroli nad szybkim rozwojem wiedzy i technologii, to jego dramatyzm należy rozumieć w sensie przeniesienia skutków ryzyka na grupy społeczne lub całe państwo.

Niepewność – co pokazuje opisany powyżej przypadek – nie stanowi zagrożenia, ale raczej stanowi element kalkulacji ryzyka (strategii przedsiębiorstwa), który sprawia, iż ryzyko w działalności gospodarczej jednak zawsze występuje – np. utrata korzyści w przychodach lub utrata odbiorców usługi (produktu) turystycznej.

Opisany stan stymuluje potrzebę zarówno dalszych badań nad niepewnością i ryzykiem w turystyce w naukach ekonomicznych, jak i osadzenia tychże badań w szerszym kontekście.

Literatura

- Allison H.E., Hobbs R.J., *Science and Policy in Natural Resources Management – Understanding System Complexity*, Cambridge University Press, Cambridge 2006.
- Brugnach M., Dewulf A., Pahl-Wostl C., Taillieu T., *Toward a relational concept of uncertainty: About knowing too little, knowing too differently, and accepting not to know*, „Ecology and Society” 2008, vol. 13, no. 2.
- Dritsakis N., *Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using a causality analysis*, „Tourism Economics” 2004, vol. 10, s. 305-316.
- Durbarray R., *Tourism and economic growth: The case of Mauritius*, „Tourism Economics” 2004, vol. 10, s. 389-401.
- Freitas C de, *Theory, concepts and methods in tourism climate research*, [w:] A. Matzarakis, C. de Freitas (red.), *Proceedings of the First International Workshop on Climate, Tourism and Recreation*, 2001, s. 3-20.
- Gladwell M., *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*, Bay Books Boston 2002.
- Gossling S., Hall C.M. (red.), *Tourism and Global Environmental Change: Environmental, Economic, Social and Political Interrelationships*, Routledge, London 2005.
- Kim H.J., Chen M.H., Jang S.C., *Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan*, „Tourism Management” 2006, vol. 27, no. 5, s. 925-933.
- Lacitignola D., Petrosillo I., Cataldi M., Zurlini G., *Modeling socio-ecological tourism-based for sustainability*, „Ecological Modeling” 2007, vol. 206, s. 191-204.
- Lanza A., Temple P., Urga G., *The implications of tourism specification in the long-run: An econometric analysis for 13 OECD economies*, „Tourism Management” 2003, vol. 24, s. 315-321.
- Lee C.-C., Chang C.-P., *Tourism development and economic growth: A closer look at panels*, „Tourism Management” 2008, vol. 29, no. 1, s. 180-192.
- Lei Li et al., *Providing an Uncertainty Reasoning Service for Semantic WEB Application*, Springer Verlag, Berlin-Heidelberg 2006.

- Maddison D., *In search of warmer climates? The impact of climate change on flows of British tourists*, „Climatic Change” 2001, vol. 49, s.193-208.
- Oh C.-O., *The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy*, „Tourism Management” 2005, vol. 26, s. 39-44.
- Ostasiewicz W., *Niepewność i ryzyko*, Wydawnictwo AE, Kraków 2003.
- Waldrop M.M., *Complexity: The Emerging Science at the Edge of Order and Chaos*, Simon & Schuster, New York 1992.
- Walker B., Salt D., *Resilience Thinking: Sustaining Ecosystems and People in a Changing World*, Island Press, Washington, DC, 2006.

FACTORS OF UNCERTAINTY IN TOURISM AND THEIR IMPACT ON THE ECONOMIC PERFORMANCE IN PUBLIC SECTOR SPA COMPANIES

Summary: The article establishes the need of study of impact of the uncertainty factors on the results of the management of the Polish enterprises in the tourism spa sector. The starting point for consideration was the analysis of the modern state of research on uncertainties in tourism and the cumulative knowledge available in the papers review, mainly in English literature. The first part of the article includes the description of the main problems (the concept, level of research, methodology, study work) coming in the discussion of researchers over the uncertainties in tourism, price fluctuated uncertainty, instruments of measurement and modeling of uncertainty and the conclusions of the research study. The conducted analysis shows greater concentration of research on the determinants of uncertainty of tourism limited quantity, and on factors of uncertainty affecting tourist demand – the themes of choice of destination for the tourist, with preference for the weather uncertainty. The observed unsatisfied research on the effects of uncertainty on the economic situation of the tourist company gave assumption to emphasize how the revenue of the spa company is affected by two selected factors of uncertainty: the weather and the risk of foreign exchange, which was illustrated with data from tourism spa enterprise from West Pomerania region.

Keywords: uncertainty, tourism, spa tourism.