PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

258

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

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, Agnieszka Niezgoda, Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska, Aleksander Szwichtenberg

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

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 jakiejkolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-218-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp 9

Część 1. Branża turystyczna w obliczu wyzwań współczesnego rynku turystycznego

Iwona Bąk: Turystyka w obliczu starzejącego się społeczeństwa 13
Renata Seweryn: Lojalność odwiedzających wyzwaniem dla obszaru recepcji turystycznej w obecnych warunkach rynkowych 24
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: Struktura oferty wybranych hoteli spa przy granicy polsko-niemieckiej – analiza porównawcza 35
Agata Niemczyk: Motywy jako determinanta zachowań uczestników turystyki kulturowej 47
Joanna Kosmaczewska: Działania inwestycyjne w okresie spowolnienia gospodarczego na przykładzie podmiotów branży turystycznej i firm kooperujących zlokalizowanych w gminie wiejskiej 58
Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Kibice międzynarodowych widowisk sportowych jako nowa kategoria konsumentów turystyki w Polsce 68
Marek Stuczyński: Odpowiedzialność hotelarstwa za środowisko w kontekście turystyki zrównoważonej 79
Jolanta Wojciechowska: Ścieżki rozwoju organizacyjnego turystyki w Polsce – od rewolucyjnego po ewolucyjny system 89
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Dostosowanie oferty portu lotniczego Kraków-Balice w kontekście obsługi turystyki biznesowej w Krakowie 103
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Efektywność środków wydatkowanych na rzecz rozwoju turystyki przez samorządy gminne województwa łódzkiego 113
Józef Sala, Joanna Górna: Hotelarstwo a współczesne tendencje rozwoju turystyki 127
Eugenia Panfiluk: Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru metropolitarnego Białegostoku 139
Adam Pawlicz: Koncepcja dóbr merytorycznych jako uzasadnienie działań podmiotów publicznych na rynku turystycznym 152

Dawid Milewski: Postulaty przewozowe jako cechy jakości przewozów turystycznych ... 161
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Zachowania koksumentów na rynku usług agroturystycznych ... 172

Część 2. Współpraca sektorowa warunkiem realizacji celów i zadań polityki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym

Arkadiusz Niedziółka: Stan i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w powiecie nowotarskim z wyszczególnieniem gminy Czorsztyn ... 187
Joanna Kizielewicz: Partnerstwo na rzecz rozwoju polityki turystycznej w województwach nadmorskich w Polsce ... 196
Michał Żemła, Anna Staszewska: Rola interesariuszy w budowie konkurencyjnych produktów turystycznych na podstawie Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego ... 209
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Turystka w rozwoju społeczno-gospodarczym miasta Żyrardowa ... 219
Maciej Dębski: Architektura marki jako narzędzie budowania konkurencyjności destynacji turystycznych ... 228
Romuald Ziółkowski: Turystyczna Sieć Współpracy – doświadczenia w zakresie budowy klastrów turystycznych ... 240
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Marka w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta Ełk ... 251
Teresa Żabińska: Turystyka kreatywna. Koncepcja i możliwości rozwoju w Polsce ... 260
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: Rola samorządu lokalnego w rozwoju turystyki w warunkach kryzysu ekonomicznego – na przykładzie województwa wielkopolskiego ... 271

Summaries

Iwona Bąk: Tourism in the face of an aging society ... 23
Renata Seweryn: The loyalty of visitors as a challenge for the tourist destination area in current market conditions ... 34
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: The comparison of offers in selected spa centers at the Polish-German border – comparable analysis ... 46
Agata Niemczyk: Motives as a behaviour determinant of participants of culture tourism ... 57
Joanna Kosmaczewska: Investment activities in the economic slowdown period on the example of entities operating in the tourism sector and cooperating companies located in the rural commune ... 67

Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Fans of international sport events as a new category of consumers of tourism in Poland 78
Marek Stuczyński: Responsibility for the environment in the hotel industry in the context of sustainable tourism 88
Jolanta Wojciechowska: The paths of the organizational development of tourism in Poland – from revolutionary to evolutionary 102
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Adjustment of the offer of Kraków-Balice airport to the changes of business tourism in Krakow 112
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Effectiveness of funds for tourism development in local communities in the region of Lodz 126
Józef Sala, Joanna Górna: Trends in tourism and their impact on the hotel business 138
Eugenia Panfiluk: Strategy for tourism management in the areas of great natural interest shown on the example of units of the metropolitan area of Białystok city 151
Adam Pawlicz: Merit goods theory as a justification of public actions on the tourism market 160
Dawid Milewski: Transport postulates as the quantitative attributes of tourism transport 171
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Consumers behaviour on the market of agritourist services 184
Arkadiusz Niedziółka: State and determinants of agritourism development in Czorsztyn community of the Nowy Targ County 195
Joanna Kizielewicz: Partnership for the development of tourist policy in coastal voivodeships in Poland 208
Michał Żemła, Anna Staszewska: Mutual relationships between stakeholders in the creation of competitive tourism products on the basis of Industrial Monuments Route of Silesian Voivodeship 218
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Tourism in the socio-economic development of Żyrardów 227
Maciej Dębski: Brand architecture as a tool to build competitiveness of tourism destinations 239
Romuald Ziółkowski: Tourist cooperation network – experience in the creation of tourism clusters 250
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Brand in the creation of tourist image of Ełk 259
Teresa Żabińska: Creative tourism. Its concept and development opportunities in Poland 270
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: The role of local government in tourism development in terms of the economic crisis – on the example of Wielkopolska Voivodeship 290

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 258 • 2012

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej
Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

ISSN 1899-3192

Dawid Milewski
Uniwersytet Szczeciński

POSTULATY PRZEWOZOWE JAKO CECHY JAKOŚCI PRZEWOZÓW TURYSTYCZNYCH

Streszczenie: Jedną z najbardziej charakterystycznych cech turystyki jest przemieszczanie się turystów w przestrzeni, zatem transport, zapewniający to przemieszczanie, stanowi podstawowy warunek jej uprawiania. Wybierając środek transportu, turysta zwraca uwagę na jego cechy jakościowe, które określane są również mianem postulatów przewozowych. Celem artykułu jest identyfikacja postulatów przewozowych w obsłudze ruchu turystycznego i próba wskazania ich mierników.

Słowa kluczowe: postulaty przewozowe, jakość przewozów turystycznych, obsługa ruchu turystycznego.

1. Wstęp

Istotą turystyki jest przemieszczanie się osób przede wszystkim do obszarów i miejscowości o atrakcyjnych walorach turystycznych, znajdujących się poza ich codziennym otoczeniem. Przyjmując, że przemieszczanie się turystów w przestrzeni jest najbardziej charakterystyczną cechą turystyki, transport zapewniający to przemieszczanie stanowi podstawowy warunek jej uprawiania[1]. Z pięciu wyróżnionych etapów konsumpcji turystycznej (przygotowanie – podróż tam – pobyt – podróż z powrotem – podsumowanie) dwa dotyczą usług transportowych[2]. Ponadto odwiedzający coraz częściej przemieszczają się również wewnątrz obszarów recepcyjnych. Uzależnienie rozwoju turystyki od usług transportowych wynika przede wszystkim z rozproszenia i niemobilności walorów turystycznych.

Wybierając środek transportu, turysta zwraca uwagę m.in. na jego cechy jakościowe, które określane są również mianem postulatów przewozowych. Celem arty-

[1] A. Rapacz, *Przedsiębiorstwo turystyczne, Podstawy i zasady działania*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 137.

[2] S. Wodejko, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa w Warszawie, Warszawa 1998, s. 91-92.

kułu jest identyfikacja postulatów przewozowych w obsłudze ruchu turystycznego i próba wskazania ich mierników.

2. Pojęcie i cechy jakości usług transportowych

Historia transportu dowodzi, że jego rozwój odbywał się zarówno dzięki poprawie jakości usług, jak i dzięki zmniejszeniu kosztu jednostkowego[3]. Spadek cen usług następuje na skutek postępu technicznego w transporcie, poprawy jego ekonomiki i w wyniku subwencji na rozwój infrastruktury transportowej, co stymuluje rozwój turystyki. Cenowa elastyczność popytu prowadzi do pewnej selekcji popytu, który jednocześnie wyznacza podział zadań dla poszczególnych środków transportu, dzięki ich substytucji (np. kolej – samolot).

Usługi transportowe należą do podstawowych usług turystycznych i są powszechnie uważane za dynamiczny czynnik kształtowania ruchu turystycznego i jego obsługi. Należy również pamiętać, że usługi transportowe nie stanowią elementu substytucyjnego w stosunku do działalności hotelarskiej, gastronomicznej, sportowo-rekreacyjnej czy rozrywkowo-kulturalnej. Transport pasażerski w celach turystycznych świadczy usługi za pomocą różnych środków. Wybór środka transportu dokonany przez turystę opiera się na następujących kryteriach, które mogą wzajemnie z sobą konkurować[4]:

1) cele i rodzaje podróży turystycznej (cele wypoczynkowe, służbowe, zdrowotne, religijne itd.; podróże krótkoterminowe, długoterminowe);

2) cechy jakościowe środka transportu (m.in. szybkość, komfort, bezpieczeństwo, niezależność, bezpośredniość, zakres usług);

3) odległość i położenie geograficzne miejsca docelowego podróży;

4) koszty podróży.

Należy podkreślić, że zgłaszane przez turystów zapotrzebowanie na podróż nie jest już jedynie popytem wtórnym, tj. środkiem do osiągnięcia celu wyjazdu turystycznego, ale w wielu przypadkach stało się celem samym w sobie (np. podróże statkami wycieczkowymi, pociągami „retro”)[5]. W czasie jednego wyjazdu turysta najczęściej korzysta z różnych środków transportu, które – z tego punktu widzenia – można podzielić na podstawowe (transport samochodowy, kolejowy, lotniczy i żegluga pasażerska) i pomocnicze (np. autobusy, tramwaje, taksówki, w rejonie wypoczynku – wynajęty samochód, motorower, skuter, rower)[6].

Warto również pamiętać, że z punktu widzenia turysty transport jest integralną częścią całkowitego produktu turystycznego, nazywanego niekiedy doświadcze-

---

[3] W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000, s. 176.

[4] C. Kaspar, *Współzależność miedzy turystyką a środkami transportu. Problemy ekonomiczne turystyki*, Departament Ekonomiczny GKKFiT, Warszawa 1970, s. 37-43.

[5] *Turystyka*, red. W. Kurek, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 164.

[6] M. Mikulski, *Transport w obsłudze ruchu turystycznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1991, s. 6.

niem turystycznym. Oznacza to, że ocena jakości tego doświadczenia zależy w dużym stopniu od oceny jakości usług transportowych i to niezależnie od tego, czy są one nabywane oddzielnie, czy też razem z innymi usługami[7]. Konieczne zatem jest zdefiniowanie pojęcia jakości usług transportowych oraz identyfikacja cech je określających.

Głównym elementem usługi transportowej jest proces przewozowy, i to bez względu na to, czy dotyczy przewozu osób, czy przewozu ładunków. Analogicznie można więc przyjąć, że najistotniejszym elementem jakości usługi transportowej jest jakość przewozów.

Jakość jest kategorią interdyscyplinarną i definiowaną w różnorodny sposób, stąd też również w literaturze z zakresu ekonomiki transportu jest ona różnie określana. Zgodnie z interpretacją ogólnoekonomiczną i obiektywnym charakterem jakości, przez pojęcie jakości usługi transportowej należy rozumieć „zespół cech charakteryzujących daną usługę transportową z punktu widzenia wymagań stawianych przez użytkownika transportu"[8] bądź też „stopień nasilenia cech współzależnych od ich wartości użytkowej, czyli funkcję jej charakterystycznych cech przyjmujących określone wartości"[9]. Tak sformułowana definicja stanowi punkt wyjścia do krytycznego ustosunkowania się do zakresu cech, które powinny charakteryzować poziom jakości.

Jedną z bardziej rozwiniętych form postrzegania jakości jest koncepcja pętli jakości, oparta na wywodzących się z norm ISO następujących pojęciach[10]:

1. Jakość oczekiwana (wymagana) – jest to poziom jakości, jakiego spodziewa się klient. Może on być określony jako suma ważonych kryteriów jakościowych. Do określenia tych kryteriów i ich relatywnej ważności mogą być wykorzystane badania jakościowe i ilościowe.

2. Jakość zaplanowana – to poziom jakości, którą przedsiębiorstwo chce zapewnić pasażerom. Zależy ona od poziomu oczekiwanej przez pasażera jakości, presji zewnętrznych i wewnętrznych oraz ograniczeń budżetowych i wyników konkurentów.

3. Jakość uzyskana (rzeczywista) – poziom jakości osiągany w normalnych warunkach eksploatacyjnych. Brane są pod uwagę zakłócenia w funkcjonowaniu, niezależnie od tego, czy wynikają z błędu operatora, czy nie. Jakość rzeczywista jest

---

[7] E. Dziedzic, *Turystyka międzynarodowa w Europie i jej wpływ na ofertę transportową*, „Przegląd Komunikacyjny" 1996, nr 3, s. 20-21.

[8] J. Marzec, *Elementy jakości usług transportowych*, „Magazynowanie i Transport" 1975, nr 2, s. 72.

[9] H. Babis, *Kształtowanie jakości towarowych usług transportowych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1986, s. 60-61.

[10] D.T. Duval, *Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows, Aspects of Tourism Texts*, Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto 2007, s. 250-251; W. Starowicz, *Kształtowanie jakości usług przewozowych w miejskim transporcie zbiorowym*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2001, s. 55-56.

oceniana za pomocą wskaźników jakości, które są oparte na punkcie widzenia pasażera. Pomiary są prowadzone zgodnie z zasadami badań statystycznych.

4. Jakość postrzegana – poziom jakości według oceny, w miarę możliwości obiektywnej, pasażerów w trakcie podróży. Należy jednak pamiętać, że ocena ta może być w znacznym stopniu zniekształcona wpływem takich czynników, jak osobiste doświadczenia związane z daną usługą oraz usługami z nią związanymi, ale także informacji pochodzącej z innych źródeł, własnego otoczenia oraz od lokalnej społeczności[11].

Przedstawiona pętla jakości ilustruje spojrzenia z dwóch punktów widzenia: jedno z punktu widzenia klienta, drugie z punktu widzenia przewoźnika świadczącego usługi. Poprawa efektywności usług i ich jakości oznacza zlikwidowanie czterech luk:

– między jakością postrzeganą i oczekiwaną,
– między jakością oczekiwaną i zaplanowaną,
– między jakością zaplanowaną i uzyskaną,
– między jakością uzyskaną i postrzeganą.

Najistotniejsza jest pierwsza z luk, gdyż obrazuje różnicę między preferencjami i satysfakcją pasażerów.

Zarówno w rozpatrywaniu zagadnień teoretycznych, jak i w praktyce działalności przedsiębiorstw w warunkach rynkowych konieczna jest ewolucja rozumienia istoty jakości. Zmiana ta polega na odejściu od definiowania jakości jako kategorii bezpośrednio związanej z opisywanym produktem przez zestaw cech jakościowych na rzecz jakości obejmującej szerszy zakres parametrów, opisujących cały proces przekazywania produktu od producenta do konsumenta, a więc także jakość obsługi i satysfakcję konsumenta. W odniesieniu do usług przewozowych ewolucja ta polega na uwzględnianiu zestawu kryteriów oceniających jakość przewozów, jakość obsługi pasażera oraz jakość postrzeganą przez klientów, mierzoną ich usatysfakcjonowaniem. Oznacza to, że działania projakościowe powinny się koncentrować nie tylko na utrzymaniu istniejącej liczby klientów, ale również na zdobywaniu nowych poprzez doskonalenie i intensyfikowanie kontaktów z klientami oraz zaspokajanie ich potrzeb zgodnie z ujawnianymi preferencjami[12]. Jakość jest procesem ciągłego doskonalenia relacji z klientem i pracownikami, którego osią jest usługa przewozowa[13].

3. Postulaty przewozowe – ujęcie teoretyczne

Przedstawione definicje jakości usług transportowych silnie akcentują konieczność zaspokajania potrzeb przewozowych zgłaszanych przez pasażerów. Niezbędne za-

[11] W. Suchorzewski, *Poprawa jakości komunikacji miejskiej poprzez umowy z przewoźnikami. Doświadczenia krajów Unii Europejskiej*, [w:] *Jakość usług komunikacji miejskiej*, materiały konferencyjne, Wydawnictwo IGKM, Łódź 1998, s. 18.

[12] W. Starowicz, wyd. cyt., s. 59.

[13] A. Szewczuk, *Współczesne bariery w kreowaniu strategii rozwojowych dla komunikacji miejskiej*, materiały IV konferencji komunikacji miejskiej, Lublin 1999, s. 45-46.

tem jest zidentyfikowanie tych potrzeb, które formułowane są w postaci pożądanych cech jakościowych względem świadczonych usług transportowych. Wielu autorów[14] cechy te ze względu na postulowaną jakość usługi przewozowej nazywa postulatami przewozowymi[15]. Odzwierciedlają one preferencje zgłaszane przez pasażerów pod adresem przewoźników. Określanie rangi postulatów przewozowych i poziomu parametrów oferty przewozowej, które warunkują uznanie poszczególnych postulatów za spełnione, jest zadaniem badań rynkowych. W ramach badań postulatów przewozowych należy także rozwinąć zgłaszane wymagania przez ich uszczegółowienie i skonkretyzowanie[16].

Zakres postulatów przewozowych zgłaszanych wobec transportu pasażerskiego jest szeroki. Ich ustaleniu poświęcono wiele badań empirycznych i teoretycznych. Podstawą do hierarchizacji postulatów powinna być ich identyfikacja. Chociaż większość wyników badań w tym obszarze w znacznym stopniu się pokrywa, to jednak można zaobserwować pewne rozbieżności między nimi. Dotyczą one[17]:

– łączenia określonych postulatów w jeden syntetyczny,
– pomijania określonych postulatów jako mniej ważnych,
– uwzględniania postulatów rzadko spotykanych lub wręcz specyficznych.

Analizując literaturę przedmiotu, można zauważyć, że za najważniejsze uznaje się następujące postulaty:

– prędkość – pożądana prędkość podróży (z uwzględnieniem czasu dojścia do punktów transportowych oraz czasu przesiadek),
– masowość – pożądana wielkość jednorazowego przewozu i duża częstotliwość przewozów,
– koszt – pożądana cena usługi przewozowej,
– bezpieczeństwo – pożądany poziom bezpieczeństwa podróży (postulat ten jest często rozszerzany o pożądany poziom wygody podróżowania),
– bezpośredniość – pożądana podróż bez potrzeby przesiadania się,
– niezawodność – pożądany poziom prawidłowej realizacji przewozu (pewnie, punktualnie, z wystarczającą częstotliwością).

W miarę rozwoju badań marketingowych dotyczących preferencji i zachowań komunikacyjnych podróżujących zaczęto inaczej formułować postulaty przewozo-

---

[14] W. Grzywacz, J. Burnewicz, *Ekonomika transportu*, WKiŁ, Warszawa 1989, s. 152; S. Marszałek, *Organizacja i zarządzanie w transporcie*, Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania, Katowice 1999, s. 51; *Transport*, red. W. Rydzkowski, K. Wojewódzka-Król, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005. s. 34; K. Hebel, *Postulaty przewozowe zgłaszane wobec transportu miejskiego*, [w:] *Transport miejski, Ekonomika i organizacja*, red. O. Wyszomirski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010; s. 66; A. Koźlak, *Ekonomika transportu, Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008, s. 106.

[15] Postulat jest pojęciem szerszym od jakości, gdyż obejmuje ogół warunków i sposobów, jakim powinna odpowiadać realizacja usług transportowych.

[16] O. Wyszomirski, R. Grzelec, *Badania marketingowe w komunikacji miejskiej*, IGKM, Warszawa 1998, s. 23.

[17] W. Starowicz, wyd. cyt., s. 62.

we, tzn. z jednej strony dostosowywać ich określenie do możliwości badawczych, a z drugiej – wprowadzać postulaty syntetyczne i cząstkowe. Postulaty przewozowe formułowane pod kątem praktycznej możliwości ich analizy w ramach badań marketingowych najczęściej obejmują[18]:

– czas podróży,
– koszt podróży,
– komfort podróży,
– bezpieczeństwo podróży.

Czas i komfort podróży są tutaj postulatami syntetycznymi, a koszt i bezpieczeństwo – postulatami niepodzielnymi. Czas podróży obejmuje prędkość, regularność, dostępność do punktu transportowego i środka transportu, częstotliwość, rytmiczność, bezpośredniość, punktualność, niezawodność. Postulat kosztu podróży dotyczy preferowanych opłat za usługi transportowe. Komfort określa pożądane warunki odbywania podróży (wygoda, akustyka, czyli poziom hałasu w pojeździe i w miejscu oczekiwania na podróż, możliwość swobodnego wsiadania i wysiadania do/z pojazdu, obsługa bagażu w punkcie transportowym itd.). Postulat bezpieczeństwa ma charakter nadrzędnego, najważniejszego wymagania wobec przewoźników. Z tego też względu nie poddaje się go hierarchizacji, gradacji i substytucji przez jakikolwiek inny postulat[19].

Poza wymienionymi postulatami przewozowymi wskazać należy takie wymagania, jak:

– intymność podróżowania;
– dostosowanie rozkładów do rzeczywistych potrzeb użytkowników transportu;
– odpowiedni standard przystanków, stacji, węzłów transportowych;
– aktualny i czytelny system informacji o trasach i rozkładach jazdy;
– zapewnienie bezpieczeństwa w punktach transportowych i w pojazdach;
– kultura obsługi;
– odpowiednie warunki przesiadania;
– możliwość wypoczynku podczas podróży;
– miejsce na bagaż;
– zrozumiały, prosty system taryfowy;
– łatwość wsiadania i wysiadania;
– możliwość wyboru środka transportu.

Wybierając środek transportu, turysta zwraca uwagę na jego cechy jakościowe. Każdą z gałęzi transportu natomiast charakteryzuje odmienny układ cech techniczno-eksploatacyjnych i ekonomicznych, co ma wpływ na stopień zaspokojenia preferencji pasażerów. Wynikają z tego również określone postulaty przewozowe zgłaszane przez podróżujących, zróżnicowane w zależności od gałęzi transportu, jakiej dotyczą.

---

[18] D. Rucińska, *Marketingowe kształtowanie rynku usług transportowych*, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001, s. 126.

[19] *Transport*..., s. 242-243.

4. Uwarunkowania i mierniki jakości przewozów turystycznych

Środki transportu należące do poszczególnych gałęzi transportu w różnym stopniu zaspokajają postulaty przewozowe zgłaszane przez podróżujących w celach turystycznych. Z kolei ważność poszczególnych cech jakościowych zależna jest od celu i rodzaju podróży. Podczas wyjazdów krótkoterminowych charakterystyczne jest np. korzystanie przez turystów z własnego samochodu, autokaru, rzadziej kolei czy promu, podczas gdy przy wyjazdach długoterminowych znaczenie tych środków transportu maleje, wzrasta natomiast znaczenie transportu lotniczego. Wiąże się to niewątpliwie z odległością realizowanej podróży. Na krótkich i średnich dystansach najsilniej z sobą konkurują transport samochodowy i kolejowy, na długich – transport lotniczy i kolejowy. Natomiast w pewnych relacjach potrzeby przewozowe turystów mogą zostać zaspokojone tylko przez jedną z gałęzi transportu. Dotyczy to głównie transportu samochodowego i lotniczego.

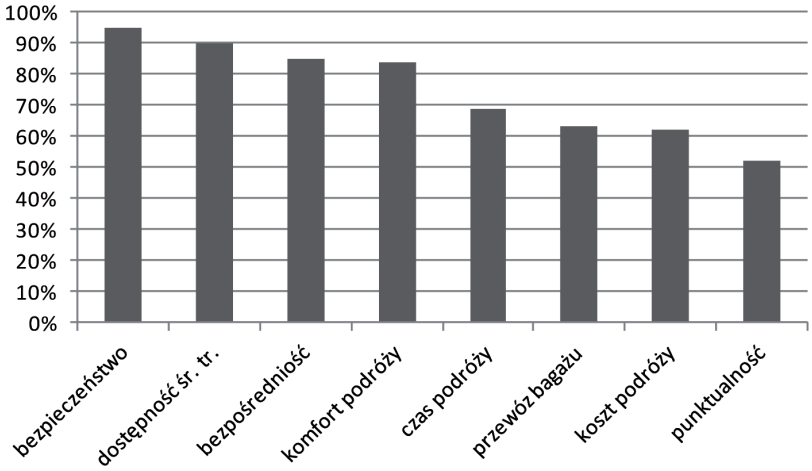
Na wybór środka transportu ma wpływ również cel podróży turystycznej. Przy motywach wyjazdu typowo turystycznych (wypoczynkowe, krajoznawcze, odwiedziny krewnych i znajomych) preferowany jest transport samochodowy i kolejowy, rzadziej lotniczy, natomiast przy podróżach służbowych najczęściej korzysta się z samolotów rejsowych. W przypadku podróży pobytowych typu *inclusive tours* dominującym środkiem transportu także jest samolot. Z kolei autokar najczęściej jest wybierany wtedy, gdy podróż jest etapowa. Osoby organizujące wyjazdy samodzielnie, podróżujące z rodziną, zwłaszcza jeśli należą do niższych grup dochodowych, najchętniej korzystają z samochodów osobowych lub pojazdów kempingowych.

W badaniach ankietowych[20], przeprowadzonych w województwie zachodniopomorskim z użyciem standaryzowanego kwestionariusza na reprezentatywnej próbie 500 turystów w sierpniu 2011 r., jedno z zagadnień dotyczyło oceny ważności poszczególnych postulatów przewozowych (rys. 1). Koszt podróży był ważny bądź bardzo ważny dla 62% respondentów, czas podróży – dla 69%, bezpieczeństwo podróży – dla 95%, bezpośredniość połączenia – dla 85%, komfort podróży – dla 84%, punktualność środka transportu – dla 52%, dostępność środka transportu – dla 90%, a możliwość zabrania większej liczby bagażu – dla 63% badanych.

Wyniki przeprowadzonych badań dowodzą dużej świadomości respondentów co do wagi bezpieczeństwa jako nadrzędnego postulatu przewozowego. Dla ankietowanych również ważniejsze są cechy jakościowe związane z komfortem i udogodnieniami niż szybkość czy cena. Właściwa interpretacja tych wyników wymaga jednak odniesienia ich do konkretnych segmentów turystów. W badaniu tym respondenci przyjechali do województwa zachodniopomorskiego przede wszystkim w celach wypoczynkowych (53%), a także wskazywali na zwiedzanie i odwiedziny u krew-

---

[20] Badania były realizowane w ramach grantu badawczego finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki w Krakowie: Projekt badawczy własny nr N N114 242638, temat: Koncepcja funkcjonowania systemu transportowego w regionie turystycznym, 2010-2012.



Rys. 1. Ocena ważności postulatów przewozowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

nych lub znajomych (po 12%). Zdecydowana większość badanych przyjechała samochodem osobowym (63%), 27% skorzystało z pociągu, a ponad 9% z autobusu.

Uwzględniając specyfikę poszczególnych gałęzi transportu, można stwierdzić, że dla podróżujących w celach turystycznych najważniejsze są takie cechy jakościowe przewozów, jak: bezpieczeństwo, komfort, czas (w tym prędkość), koszt, dostępność i bezpośredniość. Wymienione postulaty i ich mierniki przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Postulaty przewozowe jako cechy jakości przewozów turystycznych

Lp.	Postulat	Miernik postulatu
1	Czas podróży	Łączny czas podróży uwzględniający czas jazdy, czas dojścia/ powrotu do/z punktu transportowego, czas oczekiwania na środek transportu, czas przesiadek
2	Bezpieczeństwo podróży	Wskaźnik wypadkowości
3	Komfort podróży	Stopień zaspokojenia pożądanych warunków podróżowania
4	Koszt podróży	Cena usługi przewozowej i innych opłat związanych z podróżą
5	Dostępność	Odległość do punktu transportowego (przestrzenna lub czasowa)
6	Bezpośredniość	Stopień zapewnienia bezpośredniego połączenia, (bez konieczności przesiadania się)

Źródło: opracowanie własne.

W miarę zwiększania zarówno zasięgu przestrzennego ruchu turystycznego, jak i postępu technicznego w transporcie, dominującym postulatem przewozowym stała się szybkość[21]. Nie bez znaczenia jest tu nasilenie się podróży w interesach oraz krajoznawcze cele podróży turystycznych, a także pojawienie się nowego trendu na rynku turystycznym wyznaczonego mottem: „częściej, krócej, intensywniej". Coraz większa szybkość podróżowania, przede wszystkim transportem lotniczym, pozwala na zwiedzanie krajów, które dotychczas nie mogły być znaczącymi miejscami recepcji turystycznej. Dzięki wzrastającej szybkości środków transportu turystycznego następuje więc rozwój turystyki masowej.

W ofercie usługowej współczesnych przedsiębiorstw transportu turystycznego szczególną uwagę zwraca się na komfort[22]. Świadczy o tym rosnące zainteresowanie pasażerów np. podróżami pociągami szybkobieżnymi, sypialnymi, luksusowymi autokarami i statkami czy wygodnymi podróżami coraz większymi samolotami. Widoczna jest też tendencja do indywidualizacji oferowanych usług przewozowych. Inne natomiast cechy jakościowe środków transportu, takie jak punktualność, regularność czy częstotliwość, w odniesieniu do transportu turystycznego nie mają z reguły istotnego znaczenia. Zalety te są bardziej doceniane przez podróżujących w celach nieturystycznych.

Rozważając cechy jakościowe, nie można zapomnieć o czynniku kosztowym, ponieważ każda poprawa jakości usługi transportowej wymaga od przewoźnika dodatkowych wydatków, które znajdują odzwierciedlenie w cenie usługi. Z drugiej strony zmniejszanie kosztów jednostkowych i spadek cen usług stymulują rozwój turystyki, przede wszystkim masowej.

5. Zakończenie

Problematyka jakości dóbr czy usług jest niezwykle istotna dla funkcjonowania każdego podmiotu gospodarczego, w tym również i przewoźników turystycznych. Współcześnie możliwość świadczenia rzetelnych usług nie wystarcza już w konkurencyjnym otoczeniu do utrzymania i zwiększenia swojego udziału w rynku, tym bardziej że przewoźnicy turystyczni spotykają się z silną konkurencją tak wewnątrzgałęziową, jak i ze strony innych gałęzi transportu. Szczególnej wagi nabiera zatem możliwość przedstawienia konkurencyjnej oferty, której wyznacznikiem byłyby najwyższe standardy jakościowe. Umiejętność ciągłego dostosowywania się do potrzeb i wymagań konsumentów warunkuje więc osiąganie celów zakładanych przez przedsiębiorstwa świadczące usługi przewozowe. Z kolei w zakresie kompetencji władz regionalnych i lokalnych ważna jest realizacja przede wszystkim inwestycji transportowych o charakterze infrastrukturalnym, dostosowanie siatki połączeń do

[21] W.W. Gaworecki, wyd. cyt., s. 175.
[22] C. Kaspar, wyd. cyt., s. 37-43.

potrzeb turystów, a także integracja poszczególnych gałęzi i rodzajów transportu w zakresie zaspokajania potrzeb przyjazdowego ruchu turystycznego.

Literatura

Babis H., *Kształtowanie jakości towarowych usług transportowych*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1986.

Duval D.T., *Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows, Aspects of Tourism Texts*, Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto 2007.

Dziedzic E., *Turystyka międzynarodowa w Europie i jej wpływ na ofertę transportową*, „Przegląd Komunikacyjny" 1996, nr 3, s. 20-21.

Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000.

Grzywacz W., Burnewicz J., *Ekonomika transportu*, WKiŁ, Warszawa 1989;

Hebel K., *Postulaty przewozowe zgłaszane wobec transportu miejskiego*, [w:] *Transport miejski, Ekonomika i organizacja*, red. O. Wyszomirski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010.

Kaspar C., *Współzależność miedzy turystyką a środkami transportu. Problemy ekonomiczne turystyki*, Departament Ekonomiczny GKKFiT, Warszawa 1970.

Koźlak A., *Ekonomika transportu, Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.

Marszałek S., *Organizacja i zarządzanie w transporcie*, Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania, Katowice 1999.

Marzec J., *Elementy jakości usług transportowych*, „Magazynowanie i Transport" 1975, nr 2, s. 72.

Mikulski M., *Transport w obsłudze ruchu turystycznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1991.

Milewski D., *Przewozy turystyczne*, [w:] *Gospodarka turystyczna*, A. Panasiuk (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Pawlusiński R., *Transport w turystyce*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Rapacz A., *Przedsiębiorstwo turystyczne, Podstawy i zasady działania*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1994.

Rucińska D., *Marketingowe kształtowanie rynku usług transportowych*, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2001.

Rydzkowski W., Wojewódzka-Król K. (red.), *Transport*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005.

Transport, red. W. Rydzkowski, K. Wojewódzka-Król, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1997.

Turystyka, red. W. Kurek, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Starowicz W., *Kształtowanie jakości usług przewozowych w miejskim transporcie zbiorowym*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2001.

Suchorzewski W., *Poprawa jakości komunikacji miejskiej poprzez umowy z przewoźnikami. Doświadczenia krajów Unii Europejskiej*, [w:] *Jakość usług komunikacji miejskiej*, materiały konferencyjne, Wydawnictwo IGKM, Łódź 1998.

Szewczuk A., *Współczesne bariery w kreowaniu strategii rozwojowych dla komunikacji miejskiej*, materiały IV konferencji komunikacji miejskiej, Lublin 1999, s. 45-46

Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa w Warszawie, Warszawa 1998.

Wyszomirski O., Grzelec R., *Badania marketingowe w komunikacji miejskiej*, IGKM, Warszawa 1998.

TRANSPORT POSTULATES AS THE QUANTITATIVE ATTRIBUTES OF TOURISM TRANSPORT

Summary: The migration of tourists is one of the most essential characteristics of tourism, therefore transport determines the essential condition of its practicing. Tourists choosing the means of transport are paying attention to its quantitative attributes which are also described as transport postulates. An identification of transport postulates in the service of tourist movements and an attempt to indicate their measures is a purpose of the article.

Keywords: transport postulates, quality of transport services, tourism services.