

Andrzej Wołoszyn, Karolina Ratajczak

Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu,
Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Ekonomiki Turystyki i Informatyki

Joanna Stanisławska

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Ekonomiczno-Społeczny, Katedra
Finansów i Rachunkowości

Autor do korespondencji: Andrzej Wołoszyn, woloszyn@awf.poznan.pl

WYDATKI NA USŁUGI HOTELARSKIE I GASTRONOMICZNE ORAZ ICH DETERMINANTY W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH W POLSCE

Streszczenie: Celem badań była ocena poziomu i częstości występowania wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w budżetach polskich gospodarstw domowych oraz diagnoza zmian tego zjawiska w latach 2005–2015. Ponadto w pracy podjęto próbę identyfikacji determinant efektywnego popytu na usługi hotelarskie i gastronomiczne. Badania przeprowadzono na podstawie nieidentyfikowalnych jednostkowych danych pochodzących z badań budżetów gospodarstw domowych przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny w latach 2005, 2010 oraz 2015. Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że w 2005 r. niewielki odsetek gospodarstw domowych odnotował wydatki na usługi gastronomiczne (14%) i hotelarskie (3%). W badanym okresie stwierdzono wzrost zarówno częstości występowania w budżetach domowych tego typu wydatków, jak i ich poziomu. Mimo że częstość występowania wydatków na usługi gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych i jej wzrost był większy niż w przypadku wydatków na usługi hotelarskie, to przeciętny poziom wydatków na usługi gastronomiczne i dynamika jego zmian była niższa niż wydatków na usługi hotelarskie. Efektywny popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie różnicują nie tylko dochody gospodarstw domowych, ale również ich wewnętrzne uwarunkowania, takie jak wykształcenie i wiek głowy gospodarstwa domowego czy miejsce zamieszkania.

Słowa kluczowe: wydatki na usługi hotelarskie i gastronomiczne, determinanty popytu, gospodarstwa domowe.

Klasyfikacja JEL: D12, Z30.

EXPENDITURES ON HOTEL AND CATERING SERVICES IN POLISH HOUSEHOLDS AND ITS DETERMINANTS

Abstract: The study aimed to assess the incidence and the level of expenditures on hotel and catering services in Polish household budgets between 2005 and 2015, and to identify determinants of the demand for these services. The source data came from the individual micro data of the HBS conducted by the Central Statistical Office in 2005, 2010, and 2015. Initially in 2005, relatively few households reported any expenditure on hotel and catering services, namely 3% and 14%, respectively. Over the studied period, both the incidence and the level of the expenditures were observed as rising steadily, but by no means evenly. The incidence of catering services expenditure and its growth was found higher than that of hotel services, while the level of the expenditures and its growth was lower. Among determinants that discriminate the effective demand for hotel and catering services most prominent turned out to be, beside income, preference-shaping social factors, such as education and the age of the household head or household residence area.

Keywords: expenditures on hotel and catering services, demand determinants, households.

Wstęp

Dynamiczny rozwój usług branży hotelowej i gastronomicznej w Polsce (*Hotele*, 2016; *Polska*, 2016) jest związany z rosnącym w społeczeństwie popytem na usługi w zakresie spędzania i organizacji czasu wolnego, takie jak podróżowanie, spotkania towarzyskie, organizacja imprez poza domem itp. (Dąbrowska, Gutkowska, Janoś-Kresło i Ozimek, 2010; Gutkowska i Piekut, 2016). Analiza poziomu i struktury popytu na usługi hotelarskie i gastronomiczne oraz identyfikacja czynników społeczno-ekonomicznych determinujących rzeczywisty popyt turystyczny mogą stanowić cenne źródło informacji nie tylko dla podmiotów sfery turystyki i rekreacji, ale również na przykład dla lokalnych władz podejmujących decyzje dotyczące jej rozwoju (Kozera, Stanisławska i Głowicka-Wołoszyn, 2014). Podstawowymi czynnikami

wpływającymi na popyt turystyczny są czynniki ekonomiczne (Middleton, 1996; Dziedzic i Skalska, 2012; Niezgoda, 2012), a wśród nich dochód, jakim dysponuje gospodarstwo domowe (Głowicka-Wołoszyn i Wołoszyn 2014). Wśród wewnętrznych uwarunkowań gospodarstw domowych można wskazać również takie czynniki, jak wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania czy wielkość rodziny konsumującej te usługi (Kozera i in., 2014). Ponadto wpływ na zjawisko mogą mieć również pewne trendy w modzie, kampanie reklamowe itp. Analizując zmiany poziomu i struktury w zakresie usług hotelowych i gastronomicznych, należy również mieć na uwadze przemiany makroekonomiczne, na przykład demograficzno-społeczne – starzenie się społeczeństwa, migracje, zmiana w obrębie typów rodzin (mniej tradycyjnych małżeństw), wzrost poziomu wykształcenia, itp.

Celem badań była ocena efektywnego popytu¹ na usługi hotelarskie i gastronomiczne w polskich gospodarstwach domowych oraz diagnoza zmian tego zjawiska pomiędzy latami 2005 a 2015. Ponadto w pracy podjęto próbę identyfikacji wewnętrznych społeczno-ekonomicznych determinant popytu gospodarstw domowych na usługi hotelarskie i gastronomiczne. Badania przeprowadzono na podstawie nieidentyfikowalnych jednostkowych danych pochodzących z badań budżetów gospodarstw domowych przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny w latach 2005, 2010 oraz 2015.

Materiał i metody badawcze

Podstawę źródłową badań stanowiły dane jednostkowe, nieidentyfikowalne, udostępnione odpłatnie przez GUS, które pochodziły z ponad 100 tys. gospodarstw domowych. W 2005 r. badanych było 34 767 gospodarstw domowych, w 2010 r. – 34 412, a w 2015 r. – 37 148. Gospodarstwa domowe były analizowane w różnych przekrojach w celu zidentyfikowania demograficznych i społeczno-ekonomicznych determinant poziomu wydatków i częstości ich odnotowywania w budżetach domowych. Gospodarstwa domowe rozpatrywano w układzie grup:

- kwintylowych – wyznaczonych na podstawie dochodu rozporządzalnego w przeliczeniu na jedną osobę w gospodarstwie domowym,

¹ Popyt turystyczny jest rozumiany jako suma dóbr i usług turystycznych, które konsumenci są skłonni nabyć przy określonym poziomie cen (Hunziker i Krapf, 1961; Panasiuk i Szostak 2008). Efektywny popyt na usługi gastronomiczne i hotelowe oznacza w opracowaniu sumę deklarowanych przez gospodarstwo domowe opłat za usługi w restauracjach, kawiarniach, barach, stołówkach, bufetach, ulicznych punktach gastronomicznych (automaty sprzedażowe), zakwaterowanie (hotele, kwatery prywatne, schroniska, domy wypoczynkowe, internaty, akademiki, kempingi, pozostałe) (GUS, 2016, s. 274).

- społeczno-ekonomicznych – wyodrębnionych na podstawie głównego źródła dochodu gospodarstwa domowego,
- wieku i wykształcenia, których kryterium podziału był wiek i wykształcenie głowy gospodarstwa domowego,
- wielkości gospodarstwa domowego – wyodrębnionych na podstawie liczby osób w gospodarstwie domowym,
- klasy miejscowości zamieszkania – wyodrębnionych na podstawie wielkości miejscowości zamieszkania gospodarstwa domowego.

Ponadto w badaniu wykorzystano również dane wtórne (w rozdz. 1) pochodzące z raportów opracowanych przez GUS na podstawie badań budżetów gospodarstw domowych (GUS, 2006, 2011, 2016) do scharakteryzowania sytuacji finansowej gospodarstw domowych w latach 2005–2015 w zakresie poziomu dochodów i wydatków, w tym również wydatków na żywność i napoje bezalkoholowe, utrzymanie mieszkania i nośniki energii.

Na podstawie danych surowych wyznaczono podstawowe statystyki opisowe, takie jak (Wysocki i Lira, 2005):

- średnia – w celu scharakteryzowania średniego miesięcznego poziomu wydatków na usługi hotelowe i gastronomiczne w przeliczeniu na jedną osobę w gospodarstwie domowym (w zł/osobę/miesiąc),
- wskaźniki struktury – w celu wyznaczenia odsetka gospodarstw domowych, które w swoich budżetach odnotowywały wydatki na usługi hotelowe i gastronomiczne.

Do analizy zmian poziomu badanych cech w latach 2005, 2010 i 2015 wykorzystano następujące wskaźniki dynamiki zjawisk (Wysocki i Lira, 2005):

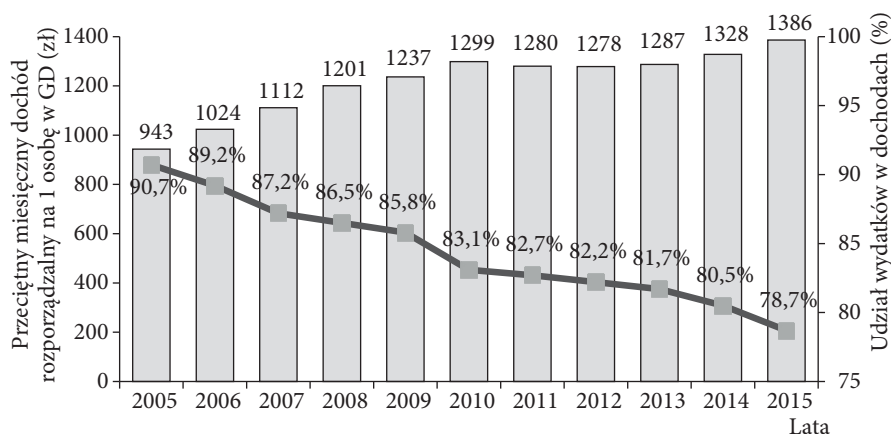
- przyrosty względne (w %), które zastosowano do opisu zmian poziomu średnich wydatków na usługi gastronomiczne i hotelowe,
- przyrosty absolutne (w pkt proc.) – wykorzystane do wyznaczenia zmian odsetka gospodarstw domowych odnotowujących w swoich budżetach wydatki na usługi gastronomiczne i hotelowe w analizowanych latach.

Obliczenia przeprowadzono z uwzględnieniem wag² gospodarstw domowych zgodnie z metodologią GUS (GUS, 2011a).

² Wagi te są stosowane w celu uzyskania w badaniach budżetów gospodarstw domowych próby o strukturze zgodnej pod względem liczby osób w gospodarstwie domowym i miejsca jego zamieszkania ze strukturą gospodarstw domowych w przeprowadzonych wcześniej spisach powszechnych.

1. Efektywny popyt gospodarstw domowych na usługi hotelarskie i restauracje w ujęciu ilościowym i wartościowym

Podstawowe znaczenie dla pojawienia się popytu turystycznego na rynku ma dochód, którego wpływ można badać, uwzględniając dochody rozporządzalne gospodarstw domowych (Niezgoda, 2012). Ponieważ turystyka jest tzw. dobrem wyższego rzędu (luksusowym), popyt turystyczny pojawia się dopiero wtedy, gdy zostaną zaspokojone potrzeby podstawowe. Ważna zatem jest odpowiedź na pytanie, czy i kiedy osiągnął dochód badanej grupy pozwoli na przekształcenie popytu potencjalnego w efektywny w odniesieniu do dóbr i usług turystycznych. W latach 2005–2010 nastąpiła znacząca poprawa sytuacji dochodowej gospodarstw domowych. W okresie tym odnotowano wzrost realnych przeciętnych dochodów rozporządzalnych o 38%, wydatków o ponad 25% oraz spadek o niemal 8 pkt proc. udziału wydatków w dochodach oraz o 3 pkt proc. udziału wydatków sztywnych związanych z żywnością i opłatami na utrzymanie mieszkania w budżecie domowym (rysunki 1 i 2), co zwiększyło budżet swobodnej decyzji i sprzyjało wzrostowi wydatków związanych z organizacją czasu wolnego i rekreacją. Jak zaznaczają bowiem Dziedzic i Skalska (2012, s. 33), wydatki związane z turystyką i rekreacją, które są postrzegane jako dobra wyższego rzędu, są realizowane dopiero po zaspokojeniu podstawowych potrzeb w gospodarstwie domowym.



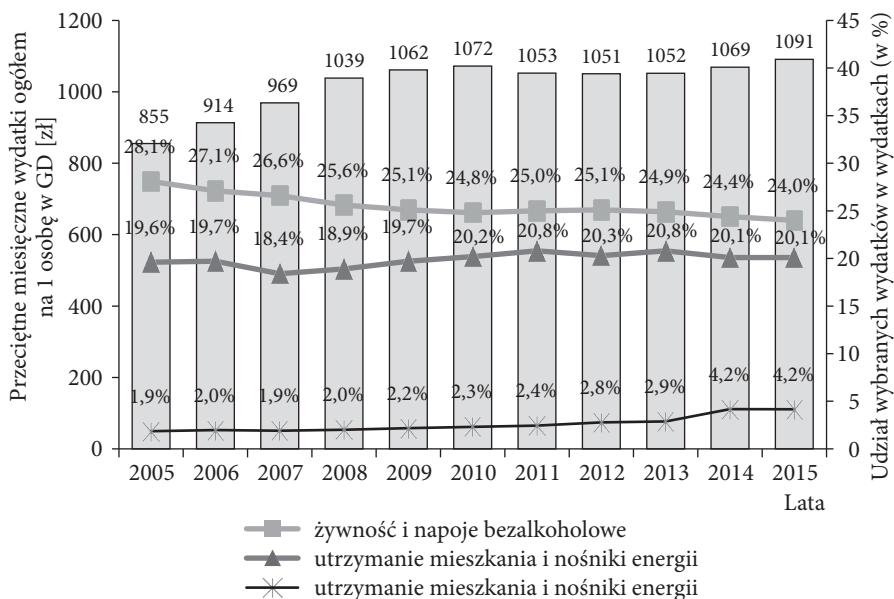
Rysunek 1. Przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny na jedną osobę (w cenach stałych z 2015 r.) oraz udział wydatków w dochodach ogółem gospodarstw domowych w latach 2005–2015

Źródło: Na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego: (GUS, 2006, 2011, 2016, 2017).

Jednak zarówno udział wydatków na usługi gastronomiczne i hotelarskie w wydatkach ogółem gospodarstw domowych, jak i jego wzrost w latach 2005–2010 nie był zbyt znaczący. Udział tego typu wydatków kształtował się na poziomie odpowiednio wynoszącym 1,9% i 2,3%, a jego wzrost w tym okresie to zaledwie 0,4 pkt proc. (rysunek 2). W okresie spowolnienia gospodarczego, które w budżetach gospodarstw domowych odnotowano w latach 2010–2012, a które nie było zbyt dotkliwe i cechował je niewielki spadek przeciętnego poziomu dochodów i wydatków o około 2%, nie zaobserwowano spadku konsumpcji swobodnej związanej z wydatkami na usługi świadczone przez restauracje i hotele, lecz nadal obserwowano nieduży wzrost udziału tych wydatków w wydatkach ogółem (o 0,5 pkt proc.). Natomiast od 2012 r., wraz z ponownym wzrostem poziomu przeciętnych realnych dochodów o 7,5% (rysunek 1) i wydatków o 3%, odnotowano większy niż w poprzednich okresach wzrost udziału wydatków na usługi gastronomiczne i hotelarskie w budżetach domowych o 1,4 pkt proc. (rysunek 2). Można zatem przypuszczać, że nie tylko czynniki ekonomiczne mają wpływ na wzrost poziomu tego typu wydatków, ale także zmiany związane ze stylem życia i wzorcami kulturowymi. W przypadku popytu związanego z turystyką i rekreacją, jak podkreśla Niezgodna (2012, s. 33), założenia klasycznej ekonomii nie wyjaśniają wielu zachowań konsumentów.

Analizując wzrost poziomu wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne, należy uwzględnić również zmiany ilościowe dotyczące częstotliwości odnotowywania tego typu wydatków w budżetach gospodarstw domowych, co może świadczyć o zachodzących zmianach w stylu życia. W 2005 r. w zaledwie 14% gospodarstw domowych odnotowano wydatki na usługi gastronomiczne, a tylko w 3% wydatki na usługi hotelarskie (tabela 1). Do 2015 r. odsetek gospodarstw domowych, w których budżetach pojawiły się wydatki związane z wyżywieniem poza domem, podwoił się, ale w przypadku wydatków na zakwaterowanie odnotowano wzrost odsetka gospodarstw domowych, które je odnotowały, zaledwie o 2 pkt proc. (tabela 1).

Badając gospodarstwa domowe, które odnotowywały w swoich budżetach wydatki na usługi gastronomiczne i hotelarskie, stwierdzono, że przeciętny realny poziom wydatków na usługi gastronomiczne w 2005 r. wynosił 45 zł/osobę i wzrósł o 34% w 2015 r. w stosunku do 2005 r. Natomiast przeciętny realny poziom wydatków na usługi hotelarskie wynosił w 2005 r. 60 zł/osobę, a w 2015 r. 96 zł/osobę, a więc odnotowano aż 60-procentowy jego wzrost, większy niż wzrost realnych przeciętnych dochodów rozporządzalnych gospodarstw domowych, co może decydować o małej skłonności gospodarstw domowych do tego typu wydatków.



Rysunek 2. Przeciętne miesięczne wydatki na jedną osobę w gospodarstwie domowym (w cenach stałych z 2015 r.) oraz udział wydatków na żywność, utrzymanie mieszkania, nośniki energii oraz na usługi gastronomiczne i hotelarskie w wydatkach ogółem gospodarstw domowych w latach 2005–2015

Źródło: Jak na rys. 1.

Tabela 1. Częstość występowania wydatków na usługi hotelarskie i restauracyjne w budżetach gospodarstw domowych i ich poziom (ceny stałe z 2015 r.) w latach 2005, 2010 i 2015

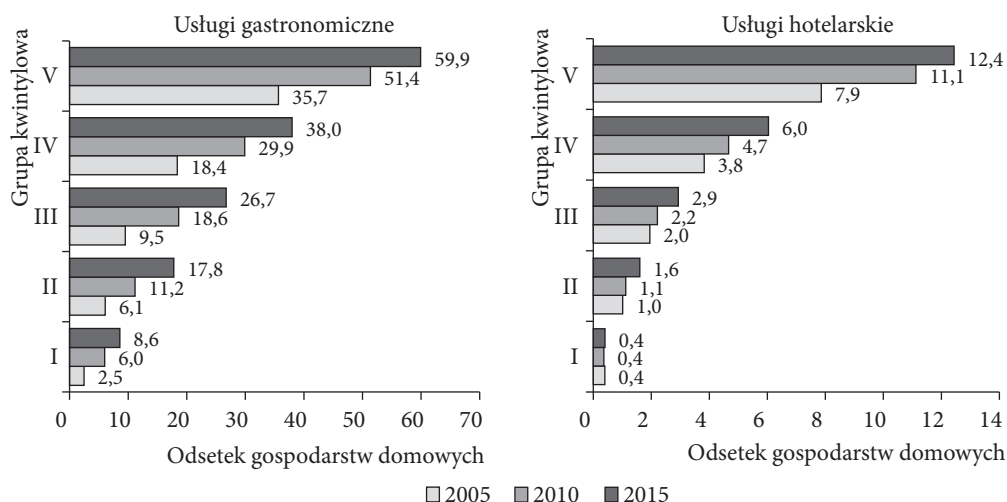
Wyszczególnienie	Rodzaj wydatków na usługi	2005	2010	2015	Zmiany		
					2010/ 2005	2015/ 2010	2015/ 2005
Częstość występowania wydatków	(% ogółu gospodarstw domowych)				(pkt proc.)		
	gastronomiczne	14,4	23,4	30,2	9	6,8	15,8
	hotelarskie	3	3,9	4,7	0,9	0,8	1,7
Poziom wydatków w gospodarstwach domowych je odnotowujących	(zł/osobę/miesiąc)				(%)		
	gastronomiczne	44,91	55,99	60,20	24,7	7,5	34,0
	hotelarskie	60,45	89,36	96,31	47,8	7,8	59,3

Źródło: Na podstawie nieidentyfikowalnych danych jednostkowych pochodzących z: (GUS, 2006, 2011 i 2016 r.).

2. Dochód jako główna determinanta ekonomiczna efektywnego popytu gospodarstw domowych w Polsce na usługi hotelarskie i gastronomiczne

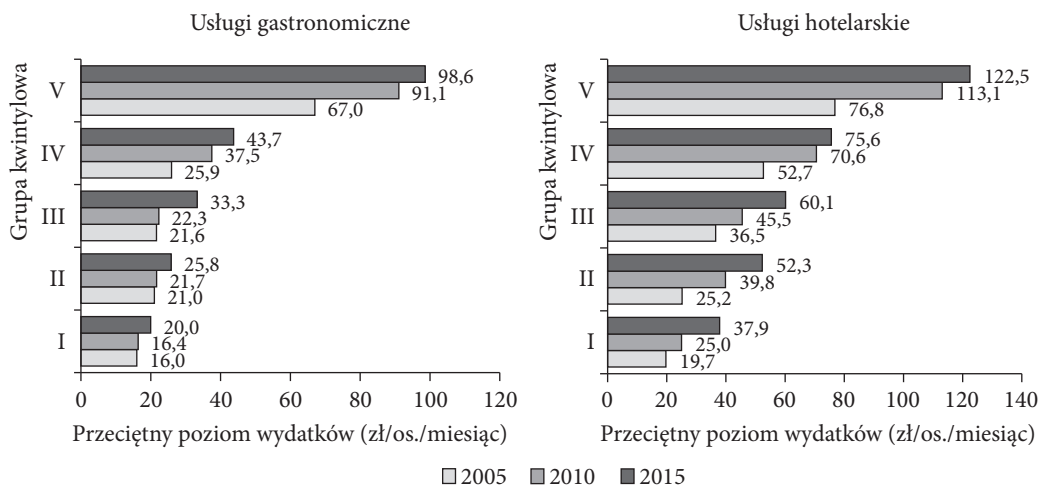
Dochód jest podstawowym czynnikiem ekonomicznym determinującym realny popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie. Wzrost poziomu dochodu gospodarstw domowych rozszerza bowiem fundusz swobodnej decyzji i zwiększa skłonność do nabywania usług restauracyjnych i hotelarskich (Niezgoda, 2012, s. 32–34; Niezgoda i Zmysłony, 2003, s. 36; Panasiuk, 2011, s. 157).

W I grupie kwintylowej, czyli wśród 20% najuboższych gospodarstw domowych, wydatki na usługi gastronomiczne odnotowano w 2,5% spośród nich w 2005 r. i 8,6% w 2015 r. Natomiast wydatki na usługi hotelarskie występowały w budżetach zaledwie 0,4% gospodarstw domowych w tej grupie we wszystkich analizowanych latach (rysunek 3). Wśród tych gospodarstw domowych, które odnotowały tego typu wydatki, ich realny miesięczny poziom wynosił w 2005 r. 16 zł/osobę w przypadku wydatków na usługi gastronomiczne i około 20 zł/osobę za usługi hotelarskie (rysunek 4). W 2015 r. wydatki na usługi gastronomiczne w I grupie kwintylowej zwiększyły się o 1/4, a wydatki na usługi hotelarskie niemal się podwoiły (tabela 2).



Rysunek 3. Częstość występowania wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych w Polsce z uwzględnieniem kwintylowych grup ich dochodów rozporządzalnych

Źródło: Jak w tab. 1.



Rysunek 4. Poziom wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w gospodarstwach domowych w Polsce z uwzględnieniem kwintylowych grup ich dochodów rozporządzalnych

Źródło: Jak w tab. 1.

Tabela 2. Zmiany częstości występowania i przeciętnego realnego poziomu wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych w Polsce z uwzględnieniem kwintylowych grup dochodu

Grupa kwintylowa	Zmiany częstości występowania w budżetach gospodarstw domowych wydatków na usługi (pkt proc.)						Zmiany przeciętnego poziomu wydatków na usługi (%)					
	gastronomiczne			hotelarskie			gastronomiczne			hotelarskie		
	2010/2005	2015/2010	2015/2005	2010/2005	2015/2010	2015/2005	2010/2005	2015/2010	2015/2005	2010/2005	2015/2010	2015/2005
I	3,5	2,6	6,1	0,0	0,0	0,0	2,4	22,0	24,9	26,9	51,5	92,2
II	5,1	6,6	11,7	0,1	0,5	0,6	3,2	19,2	23,0	58,2	31,2	107,7
III	9,1	8,1	17,2	0,3	0,7	1,0	3,3	49,2	54,0	24,6	32,1	64,6
IV	11,5	8,1	19,6	0,8	1,4	2,2	44,6	16,6	68,7	34,1	7,1	43,6
V	15,7	8,6	24,3	3,3	1,3	4,6	35,9	8,3	47,2	47,2	8,3	59,5

Źródło: Jak w tab. 1.

Natomiast wśród 20% najzamożniejszych gospodarstw domowych (grupa V) wydatki na usługi gastronomiczne odnotowano w 2005 r. w 36%, a w 2015 r. w 60%. Natomiast wydatki na usługi hotelarskie występowały

w budżetach 8% gospodarstw domowych w tej grupie dochodowej w 2005 r. i w ponad 12% w 2015 r. (rysunek 3). Przeciętny poziom wydatków w tych gospodarstwach domowych, które je odnotowały, wynosił w 2005 r. 67 zł/osobę na usługi restauracyjne i 77 zł/osobę na usługi hotelarskie, a w 2015 r. wzrósł do poziomu wynoszącego odpowiednio 99 zł/osobę i 123 zł/osobę (rysunek 4).

W każdej z grup kwintylowych zaobserwowano między latami 2005 a 2015 wzrost częstości występowania wydatków na usługi gastronomiczne od 6 pkt proc. w I grupie do 24 pkt proc. w V grupie. Ich przeciętny miesięczny poziom realny wzrósł od około 25% w I i II grupie do około 50% w grupach III i V, a najwyższy jego wzrost odnotowano w grupie IV – o niemal 70% (tabela 2).

W przypadku wydatków na usługi hotelarskie wzrost częstości ich występowania pomiędzy latami 2005 a 2015 był zdecydowanie mniejszy i odnotowano go we wszystkich grupach kwintylowych poza I (odpowiednio od 0,6 pkt proc. w grupie II, do niecałych 5 pkt proc. w grupie V). Natomiast wśród tych gospodarstw domowych, które danego typu wydatki odnotowały, wzrost ich realnego poziomu był wysoki, ponieważ w najmniej zamożnych grupach I i II odnotowano jego podwojenie, a w pozostałych wzrost od 40% do 60% (tabela 2).

3. Demograficzno-społeczne determinanty efektywnego popytu gospodarstw domowych w Polsce na usługi hotelarskie i gastronomiczne

Na decyzje nabywcze konsumentów w zakresie turystyki i spędzania czasu wolnego, w tym również związanych z wydatkami na hotele i restauracje, wpływ mają również czynniki pozaekonomiczne, wśród których wskazuje się m.in. „emocje, status społeczny, chęć dostosowania się do mody, przynależenia do grupy odniesienia” (Dziedzic i Skalska, 2012, s. 47). Determinantami, które mają wpływ na popyt gospodarstw domowych na towary i usługi związane z rekreacją i turystyką, są czynniki demograficzne, takie jak wiek i skład gospodarstwa domowego (np. liczba osób w rodzinie, czy jej typ biologiczny), które decydują o stanie zdrowia, potrzebach, zainteresowaniach czy formach spędzania czasu wolnego (Niezgoda, 2012, s. 36). Kolejnym czynnikiem demograficznym wpływającym na wielkość popytu na usługi gastronomiczne i hotelarskie jest wielkość gospodarstwa domowego. Należy zauważyć pewną prawidłowość – im większa liczebność rodziny, tym mniejsza aktywność turystyczna. Jest to związane z obowiązkami rodzinnymi i ograniczeniami

dochodowymi. Większe liczebnie gospodarstwa domowe będą ograniczać swoją aktywność rekreacyjną do działań „w ognisku domowym”. Następnym czynnikiem demograficznym jest poziom wykształcenia. Wpływ tego czynnika jest powiązany z równoległymi zmianami w wielkości dochodu w strukturze gospodarstwa domowego. Im wyższy poziom wykształcenia, tym większy udział w usługach restauracyjnych i hotelarskich, zarówno w celach służbowych jak i wypoczynkowych. Do czynników demograficznych zalicza się również miejsce zamieszkania. Na ogół ludność zamieszkująca na terenach wiejskich wykazuje mniejszą aktywność turystyczną niż ludność z dużych miast (Panasiuk, 2011).

Czynnikiem demograficznym, który wpływa zarówno na wielkość, jak i strukturę popytu turystycznego i rekreacyjnego, jest, jak już wspomiano, wiek członków gospodarstwa domowego. W zależności od wieku występuje popyt na różne rodzaje aktywności turystycznej, determinuje on również wymagania w stosunku do standardu usług (Panasiuk, 2011). Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że gospodarstwa domowe kierowane przez osoby młodsze częściej korzystały z wyżywienia i zakwaterowania poza domem, niż kierowane przez osoby starsze. Wśród gospodarstw domowych, gdzie głowa tego gospodarstwa było w wieku do 35 lat, aż 1/4 odnotowała wydatki na usługi gastronomiczne w 2005 r., a ponad 40% w 2015 r. W grupie gospodarstw kierowanych przez osoby po 65. roku życia było to odpowiednio 6% i 13% (tabela 3). W grupie gospodarstw domowych kierowanych przez najmłodsze osoby odnotowano również największy odsetek wydających na usługi hotelarskie, choć wynosił on w 2005 r. tylko 4%, a w 2015 r. zwiększył się do 5,5%. Było to około czterokrotnie więcej gospodarstw domowych odnotowujących tego typu wydatki niż wśród gospodarstw, kierowanych przez osoby w wieku powyżej 65 lat, gdzie odsetek ten kształtował się na poziomie od 1% w 2005 r. do 1,5% w 2015 r. (tabela 3). Analizując przeciętny poziom wydatków, stwierdzono, że nadal na usługi gastronomiczne najczęściej wydają gospodarstwa domowe kierowane przez osoby najmłodsze (55 zł/osobę w 2005 r. i 69 zł/osobę w 2015 r.), ale różnica ta w porównaniu do gospodarstw domowych kierowanych przez osoby powyżej 65. roku życia, zwłaszcza w 2015 r., nie była zbyt duża i wynosiła 6%. Natomiast w przypadku wydatków na usługi hotelarskie najwyższy ich poziom w 2005 r. odnotowano w klasie wiekowej do 35. roku życia, ale w latach 2010 i 2015 najwyższe wydatki na omawiany cel odnotowano w grupach gospodarstw domowych kierowanych przez osoby po 65 r. życia oraz w grupie, gdzie głowa rodziny była w wieku 55–65 lat. Może to świadczyć o zmianie stylu życia zamożnych gospodarstw domowych w najstarszych klasach wieku.

Tabela 3. Częstość występowania wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych (w %) oraz ich zmiany pomiędzy latami 2005 i 2015 (w pkt proc.) z uwzględnieniem wybranych determinanty demograficzno-społecznych

Kryterium podziału gospodarstw domowych		Usługi gastronomiczne				Usługi hotelarskie			
		2005	2010	2015	zmiana 2015/2005 (pkt proc.)	2005	2010	2015	zmiana 2015/2005 (pkt proc.)
		(%)				(%)			
Wykształcenie głowy gospodarstwa domowego	co najwyżej gimnazjalne	4,6	6,8	11,4	6,9	0,7	0,5	1,2	0,5
	zawodowe	8,7	15,3	20,1	11,4	1,8	2,2	2,7	0,9
	średnie	17,7	25,4	31,7	14,0	3,5	4,1	4,5	0,9
	wyższe	37,6	47,7	53,2	15,7	8,5	9,3	9,7	1,2
Wiek głowy gospodarstwa domowego	do 35 lat	24,8	34,4	40,3	15,5	4,1	5,1	5,5	1,4
	(35,45)	14,9	27,5	38,2	23,3	3,1	4,9	6,3	3,2
	(45,55)	12,4	20,6	27,4	15,0	3,4	3,9	5,0	1,6
	(55,65)	10,6	14,7	22,0	11,4	2,1	2,4	3,4	1,2
powyżej 65 lat		6,2	9,0	13,4	7,2	1,1	1,2	1,5	0,4
Liczba osób w gospodarstwie domowym	1	15,3	20,9	26,2	10,9	2,3	3,0	3,4	1,1
	2	14,2	21,2	25,7	11,6	2,4	3,3	4,1	1,8
	3	17,5	28,3	34,7	17,1	3,6	5,0	5,7	2,1
	4	17,7	28,6	36,3	18,6	4,2	5,4	6,1	2,0
Klasa miejscowości zamieszkania	5 i więcej	9,0	17,2	25,9	16,9	2,2	2,4	3,5	1,3
	wieś	7,3	13,9	20,2	12,9	1,7	2,6	3,1	1,4
	miasto do 20 tys.	12,4	18,1	24,3	12,0	2,3	2,3	3,0	0,8
	miasto 20–100 tys.	15,4	24,4	31,2	15,8	3,1	3,6	4,5	1,3
	miasto 100–500 tys.	19,1	30,7	38,8	19,6	3,5	4,3	5,3	1,8
miasto powyżej 500 tys.		31,1	48,8	55,3	24,1	7,3	10,3	11,1	3,8

Źródło: Jak w tab. 1.

Tabela 4. Poziom wydatków na usługi hotelarskie i gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych (w zł) oraz ich zmiany pomiędzy latami 2005 i 2015 (w %) z uwzględnieniem wybranych determinantów demograficzno-społecznych

Kryterium podziału gospodarstw domowych		Usługi gastronomiczne					Usługi hotelarskie			
		2005	2010	2015	2015/2005	2005	2010	2015	2015/2005	
		(zł)		(%)		(zł)		(%)		
Wykształcenie głowy gospodar- stwa domowego	co najwyżej gimnazjalne	29,4	45,2	37,1	25,9	32,0	57,2	55,0	71,9	
	zawodowe	31,5	37,2	44,5	41,2	39,9	61,4	74,5	86,5	
	średnie	43,6	50,1	53,1	21,7	56,7	88,2	90,2	59,2	
	wyższe	57,8	73,6	77,4	33,9	79,9	103,8	111,8	40,0	
Wiek głowy gospodarstwa domowego	do 35 lat	55,4	65,2	68,8	24,0	72,4	84,9	100,5	38,8	
	(35,45)	36,8	47,4	55,0	49,7	58,8	91,3	91,1	54,8	
	(45,55)	39,6	47,1	54,6	37,8	52,2	77,8	86,7	66,0	
	(55,65)	44,3	65,7	60,3	36,0	66,1	106,4	105,6	59,6	
Liczba osób w gospodarstwie domowym	powyżej 65 lat	45,4	64,9	64,9	42,8	48,3	143,7	136,6	182,8	
	1	107,3	144,9	146,2	36,2	125,3	152,7	180,0	43,7	
	2	65,2	83,6	85,1	30,4	83,6	112,4	140,9	68,6	
	3	40,0	52,5	61,7	54,3	60,7	94,9	96,8	59,5	
	4	29,4	40,5	46,2	57,0	54,7	79,6	78,7	43,9	
Klasa miejsco- wości zamiesz- kania	5 i więcej	28,1	30,1	32,5	15,7	34,1	57,3	62,4	82,9	
	wieś	32,1	43,0	45,5	41,8	38,8	59,1	79,5	105,2	
	miasto do 20 tys.	38,4	45,3	53,3	38,9	44,7	88,5	88,6	98,1	
	miasto 20–100 tys.	43,0	43,0	53,5	24,4	54,8	75,5	82,3	50,2	
	miasto 100–500 tys.	44,3	53,0	55,3	24,8	58,1	84,5	98,2	69,1	
	miasto powyżej 500 tys.	59,6	86,5	91,7	54,0	87,6	125,4	121,3	38,5	

Źródło: Jak w tab. 1.

Analizując wpływ wielkości rodziny na popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie, stwierdzono, że najczęściej tego typu wydatki odnotowywano w gospodarstwach 3- i 4-osobowych, nieco rzadziej 1- i 2-osobowych, a najrzadziej w gospodarstwach domowych składających się z co najmniej 4 osób. O ile w gospodarstwach co najmniej 4-osobowych, ale również 1-osobowych, popyt ten jest związany z czynnikami ekonomicznymi, czyli dochodem, a w gospodarstwach 1-osobowych, często z brakiem towarzystwa, to w przypadku gospodarstw 2-osobowych, których sytuacja finansowa jest najkorzystniejsza, należałoby pogłębić badanie czynników ograniczających realny popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie.

Innym czynnikiem demograficznym mającym wpływ na popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie, jest klasa miejscowości zamieszkania. Na determinanty związane z miejscem zamieszkania w przypadku popytu na usługi gastronomiczne zwracają uwagę Gutkowska i Piekut (2016), podkreślając, że większe wydatki są odnotowywane na obszarach o gęstym zaludnieniu niż na obszarach wiejskich. Mniejszy popyt na usługi hotelowe na wsi, w porównaniu do pozostałych klas miejscowości zamieszkania, może mieć związek z faktem, że duży odsetek wiejskich gospodarstw domowych to gospodarstwa rolników, których mobilność, zwłaszcza w okresie letnim, jest ograniczona (Stanisławska, 2012). Z drugiej strony należy mieć na uwadze silny rozwój zjawiska suburbanizacji wokół dużych aglomeracji miejskich, które wiąże się ze znaczącym poziomem migracji na tereny wiejskie ludności z dużych miast (Stanisławska i Głowicka-Wołoszyn, 2017) i przenoszenie na te tereny wzorców konsumpcji ludności miejskiej, stąd można obserwować relatywnie duży wzrost popytu na usługi gastronomiczne i hotelowe na terenach wiejskich. Chmielewska (2013) zauważa również, że do zwiększenia popytu na usługi hotelowe i gastronomiczne w wiejskich gospodarstwach domowych przyczyniła się poprawa dostępności komunikacyjnej, w tym rozwój infrastruktury drogowej oraz poprawa stanu posiadania dóbr motoryzacyjnych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że najmniejszy odsetek gospodarstw domowych, które odnotowały popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie, w 2005 r. występował na wsi. Było to około 7% gospodarstw domowych, które odnotowały wydatki na usługi gastronomiczne, a niecałe 2% na hotelarskie, podczas gdy w największych miastach było to odpowiednio 31% i ponad 7%. Zmiany częstości występowania tego typu popytu do 2015 r. w wiejskich gospodarstwach domowych były mniejsze niż w miastach liczących ponad 20 tys. mieszkańców, ale większe niż w najmniejszych miastach o liczbie mieszkańców do 20 tys. (tabela 3). Poziom tego typu wydatków na usługi gastronomiczne i hotelarskie w 2005 r. również był najniższy w wiejskich

gospodarstwach domowych, ale dynamika jego zmian do 2015 r. w przypadku wydatków na usługi gastronomiczne była mniejsza jedynie w porównaniu do gospodarstw domowych w największych miastach, a w przypadku wydatków na hotele była największa (tabela 4).

W badaniach popytu turystycznego zwraca się również uwagę na dodatnie skorelowanie popytu na usługi związane z turystyką i rekreacją z wykształceniem (Niezgoda, 2012, s. 36). Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że gospodarstwa domowe kierowane przez osoby z wykształceniem wyższym 8-krotnie częściej odnotowywały w swoich budżetach w 2005 r. wydatki na usługi gastronomiczne (było to 38% gospodarstw domowych) w porównaniu do gospodarstw domowych, w których głowa tego gospodarstwa miała wykształcenie co najwyżej gimnazjalne, a w 2015 r. ponad 5-krotnie częściej (53 procent gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia ma wykształcenie wyższe). Przeciętny poziom wydatków na usługi gastronomiczne pomiędzy tymi grupami gospodarstw domowych był natomiast około dwukrotnie wyższy w badanych latach (tabele 3 i 4).

Również występowanie wydatków na usługi hotelarskie w budżetach gospodarstw kierowanych przez osoby z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym było najniższe w porównaniu do pozostałych grup i kształtowało się na poziomie od 0,7% gospodarstw domowych w 2005 r. do 1,2% w 2015 r., podczas gdy w klasie gospodarstw kierowanych przez osoby z wykształceniem wyższym było to odpowiednio 8,5% i 9,7% (tabela 3). Natomiast przeciętny poziom wydatków realnych w klasie gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe, wynosił w 2005 r. 80 zł/osobę i 112 zł/osobę w 2015 r. i podobnie jak w przypadku wydatków na usługi gastronomiczne, był około dwukrotnie wyższy niż w klasie gospodarstw domowych kierowanych przez osoby z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym.

Zakończenie

Reasumując powyższe rozważania, na podstawie zaprezentowanych wyników badań sformułowano następujące wnioski:

1. W gospodarstwach domowych odnotowano w badanych latach stopniowy wzrost poziomu i częstości występowania wydatków przeznaczonych na usługi gastronomiczne i hotelarskie.
2. Pomimo że częstość występowania wydatków na usługi gastronomiczne w budżetach gospodarstw domowych i jej wzrost w badanym okresie były większe niż na usługi hotelarskie, to przeciętny poziom wydatków na

usługi gastronomiczne i dynamika ich zmian była niższa niż wydatków na usługi hotelarskie.

3. Efektywny popyt na usługi gastronomiczne i hotelarskie różnicują nie tylko dochody gospodarstw domowych, ale również czynniki demograficzno-społeczne, takie jak wiek, wykształcenie głowy gospodarstwa domowego oraz miejsce zamieszkania.
4. Gospodarstwa domowe kierowane przez osoby młodsze częściej korzystały z wyżywienia i zakwaterowania poza domem oraz wydawały przeciętnie wyższe kwoty na jedzenie poza domem. Gospodarstwa kierowane przez osoby starsze były natomiast skłonne do wyższych wydatków na zakwaterowanie poza domem.
5. Im wyższe wykształcenia głowy gospodarstwa domowego, tym większe i częstsze wydatki zarówno na usługi gastronomiczne, jak i hotelarskie.
6. Poziom i częstość wydatków na usługi gastronomiczne, jak i hotelarskie były najniższe w wiejskich gospodarstwach domowych, a najwyższe w gospodarstwach domowych z dużych miast. Jednak dynamika zmian tego zjawiska w badanych latach w wiejskich gospodarstwach domowych była jedną z największych w przypadku wydatków na usługi gastronomiczne i największą w przypadku wydatków na hotele.

Przedstawione analizy i obserwowane w badanym okresie zmiany w zakresie konsumpcji usług gastronomicznych i hotelowych w polskich gospodarstwach domowych pozwalają przypuszczać, że w kolejnych latach zjawisko to nadal będzie się dynamicznie rozwijać, co powinno skłaniać do dalszych badań nad ich diagnozowaniem. Identyfikacja powiązań pomiędzy tego typu wydatkami gospodarstw domowych a geograficznymi i demograficzno-społecznymi ich uwarunkowaniami wydaje się istotna z punktu widzenia zarówno polityki gospodarczej, jak i społecznej.

Bibliografia

- Chmielewska, B., (2013). Zmiany poziomu i struktury wydatków gospodarstw domowych jako wyraz przemian społecznych na wsi. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2(28), 19–31.
- Dąbrowska, A., Gutkowska, K., Janoś-Kresło, M. i Ozimek, I. (2010). *Serwicyzacja konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych. Uwarunkowania i tendencje*. Warszawa: Difin.

- Dziedzic, E. i Skalska, T. (2012). *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*. Warszawa: Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki.
- Głowicka-Wołoszyn, R. i Wołoszyn, A. (2014). Obiektywna i subiektywna ocena sytuacji finansowej gospodarstw domowych w Polsce a popyt na turystykę zorganizowaną. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1(25), 367–383.
- GUS. (2006). *Budżety gospodarstw domowych w 2005 roku*. Warszawa: GUS, Departament Pracy i Warunków Życia. Pobrane z <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/budzety-gospodarstw-domowych-w-2017-r-,9,12.html>.
- GUS. (2011a). *Budżety gospodarstw domowych w 2010 roku*. Warszawa: GUS, Departament Pracy i Warunków Życia. Pobrane z <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/budzety-gospodarstw-domowych-w-2017-r-,9,12.html>.
- GUS. (2011b). *Metodologia badania budżetów gospodarstw domowych*. Warszawa: GUS. Pobrane z https://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/WZ_meto_badania_bud_gospod_dom.pdf.
- GUS. (2016). *Budżety gospodarstw domowych w 2015 roku*. Warszawa: GUS, Departament Pracy i Warunków Życia. Pobrane z <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/dochody-wydatki-i-warunki-zycia-ludnosci/budzety-gospodarstw-domowych-w-2016-r-,9,11.html>.
- GUS. (2017). *Roczne wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych od 1950 roku*, Warszawa: GUS. Pobrane z <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/wskazniki-cen/wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych-pot-inflacja/roczne-wskazniki-cen-towarow-i-uslug-konsumpcyjnych/>.
- Gutkowska, K. i Piekut, M. (2016). Korzystanie z usług gastronomicznych przez Polaków. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 16(65), 15–24.
- Hotele 2016. *Monitoring Branżowy PKO BP*. Warszawa: PKO BP. (2017). Departament Analiz Ekonomicznych PKO BP. Pobrane z http://www.pkobp.pl/media_files/feb2b4dd-5cbd-45dc-884b-719208fd3358.pdf.
- Hunziker, W. i Krapf, K. (1961). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. W: Tłumaczenia materiałów dotyczących statystyki ruchu turystycznego w różnych krajach*. Warszawa: Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki przy SGPiS.
- Kozera, A., Stanisławska, J. i Głowicka-Wołoszyn, R. (2014). Segmentacja gospodarstw domowych według wydatków na turystykę zorganizowaną. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Taksonomia* 23, 328, 186–195.
- MAKRO Cash & Carry. (2017). *Polska na Talerzu 2016, Raport firmy MAKRO Cash & Carry*. Warszawa: MAKRO Cash & Carry. Pobrane z <http://www.mediamakro.pl/pr/313540/jak-ksztaltuja-sie-preferencje-kulinarne-polakow-raport-polska-na-talerzu-2016>.

- Middleton, V.T.C., (1996). *Marketing w turystyce*. Warszawa: Polska Agencja Promocji Turystyki.
- Ministerstwo Skarbu Państwa. (2017). *Rynek gastronomiczny w Polsce na wzroście, Raport Ministerstwa Skarbu Państwa*. Warszawa: Ministerstwo Skarbu Państwa. Pobrane z <http://www.msp.gov.pl/pl/przekształcenia/serwis-gospodarczy/wiadomosci-gospodarcze/28604,Rynek-gastronomiczny-w-Polsce-na-wzroscie.html>).
- Niezgoda, A. (2012). Uwarunkowania popytu turystycznego. W: M. Kachniewska, E. Nawrocka, A. Niezgoda i A. Pawlicz (red.), *Rynek turystyczny* (s. 34–35). Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Niezgoda, A., i Zmyślony, P. (2003). Identyfing determinants of the development of rural tourist destinations in Poland. *Turism*, 51(4), 443–454.
- Panasiuk, A. (red.). (2011). *Ekonomika turystyki i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Panasiuk, A., Szostak D. (red.) (2008). *Hotelarstwo. Usługi, eksploatacja, zarządzanie*. Warszawa: Wyd. PWN.
- Stanisławska, J. (2012). Kształtowanie się wydatków na restauracje i hotele w gospodarstwach domowych w Polsce. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu*, 236, 199–210.
- Stanisławska, J. i Głowicka-Wołoszyn, R. (2017). Przemiany demograficzne na obszarach wiejskich województwa wielkopolskiego w latach 2005–2015. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 19(1), 170–175.
- Wysocki, F. i Lira, J. (2005). *Statystyka opisowa*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Rolniczej im. Augusta Cieszkowskiego w Poznaniu.