

## ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH A ROZWÓJ NISKOKOSZTOWYCH PRZEWOŹNIKÓW LOTNICZYCH

*W procesie kształtowaniu się rynku turystycznego można zauważyć rosnącą współzależność z rozwojem usług lotniczych, co warunkuje zaspokojenie oczekiwanych potrzeb i poprawę efektywności obydwu rodzajów działalności. Przewoźnicy niskokosztowi przejęli w niektórych regionach ponad połowę popytu, uzyskując pozycję znaczącego uczestnika branży turystycznej. Działalność operatorów tego segmentu usług w znacznym stopniu zmieniła zależności w sektorze. Dotychczas kształtujące się w tym procesie relacje upoważniają do postawienia tezy, zgodnie z którą dalszy rozwój linii niskokosztowych jest w znacznym stopniu uzależniony od dynamiki wzrostu potencjału regionów w których rynek turystyczny stanowi jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin gospodarki, generując coraz większe dochody.*

*Celem artykułu jest zbadanie zachowań konsumentów na rynku usług turystycznych i ich wpływ na rozwój niskokosztowych przewozów lotniczych. Badania zostały przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankietowego oraz wywiadu.*

### WSTĘP

Na całym świecie obserwuje się wzmożone zainteresowanie różnorodnymi formami turystyki, przy czym w stosunku do rynku tradycyjnego większą dynamikę można zauważyć w rozwoju nowych segmentów. Zmiany dotyczą również charakteru organizacji i form konsumpcji podróży turystycznych. Rośnie grupa odbiorców preferujących kompleksową obsługę, w ramach której maleją problemy związane z organizowaniem pewnych fragmentów pobytów indywidualnie, natomiast uznane zyskują pakiety, w ramach których cena obejmuje obsługę od momentu rozpoczęcia korzystania z usługi organizatora do chwili zakończenia procesu w wybranym punkcie transportowym. Ten rodzaj usług wybiera coraz większa liczba rodzin z dziećmi i seniorzy, zyskując większy komfort z pominięciem utrudnień, które niejednokrotnie niweczą oczekiwaną satysfakcję i możliwość rewitalizacji. Z drugiej strony rośnie liczba podróżnych, wśród których znajdują się przede wszystkim ludzie młodzi, którzy samodzielnie organizują swój wypoczynek. Takiemu wyborowi służą przemiany w transporcie związane ze wzrostem dostępności i relatywnie umiarkowanymi cenami, co w coraz większym stopniu powoduje korzystanie z usług lotniczych przewoźników niskokosztowych. W tym przypadku istotne znaczenie ma wyjątkowo wysoka kongestia w ruchu naziemnym i związana z nią uciążliwość oraz ryzyko wypadku [16]. Te uwarunkowania powodują, że podróż indywidualną realizują przede wszystkim osoby, dla których poza satysfakcją organizowania własnego programu liczy się brak skrępowania ramami czasowymi i możliwość zmiany programu w zależności od napotkanych okoliczności.

### 1. CEL I METODY BADAŃ

Celem badań było uzyskanie informacji określających motyw, sposoby realizacji i skutki podejmowania decyzji dotyczących podróży turystycznych oraz kształtowanie się relacji pomiędzy rozwojem tego ruchu, a lotniczymi usługami transportowymi [4, s. 181]. Badania przeprowadzono w obszarze portu Lublin-Świdnik w terminie od września 2015 r. do lutego 2016 r. oraz w sierpniu 2016 r. Wybór tego miesiąca był spowodowany koniecznością ich uzupełnienia również o wyniki dotyczące okresu wakacyjnego, który ma

szczególne znaczenie w kompleksowej ocenie ruchu turystycznego. Ich zasadniczym celem było poznanie preferencji związanych z podjęciem, sposobem i zakresem realizacji usług turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem podróży pasażerskimi niskokosztowymi liniami lotniczymi.

Podstawowe dane zebrano stosując metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, której uzupełnienie stanowiły wywiady z respondentami. Pytania zawarte w ankiecie ujmowały aktualne problemy umożliwiające określenie:

- optymalnego terminu i długości wyjazdu,
- preferencji poszczególnych grup wiekowych, ze szczególnym uwzględnieniem segmentów młodzieży akademickiej oraz emerytów i rencistów jako segmentów stanowiących potencjał rozwoju turystyki lotniczej,
- wyboru miejsca i celu wyjazdu,
- segmentów osób korzystających z biur podróży z uwzględnieniem wieku i dochodów,
- preferencji dotyczących wyboru środka transportu, charakteru i standardu podróży,

W zastosowanej metodzie wykorzystano technikę badawczą, opartą na bezpośrednim komunikowaniu się ankietowanych z respondentami, przy użyciu ustrukturyzowanego narzędzia badawczego – kwestionariusza ankiety, uzupełniając analizę bezpośrednimi wywiadami przeprowadzonymi ze studentami Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie oraz członkami Klubu Seniora Polskiego Związku Emerytów, Rencistów i Inwalidów w Lublinie.

W związku z miejscem przeprowadzonych badań, należy podkreślić ich segmentowy charakter i zwrócić uwagę na to, że wyniki różnią się od tych uzyskiwanych w badaniach ogólnopolskich, gdyż dotyczą mieszkańców Polski Wschodniej i w przeważającej części pasażerów linii lotniczych. Każda z ankietowanych osób przynajmniej raz leciała samolotem lub miała wykupiony bilet na pierwszy lot.

### 2. ZNACZENIE DŁUGOŚCI POBYTU I TERMINU WYJAZDU DLA SPOSOBU ORGANIZACJI PODRÓŻY

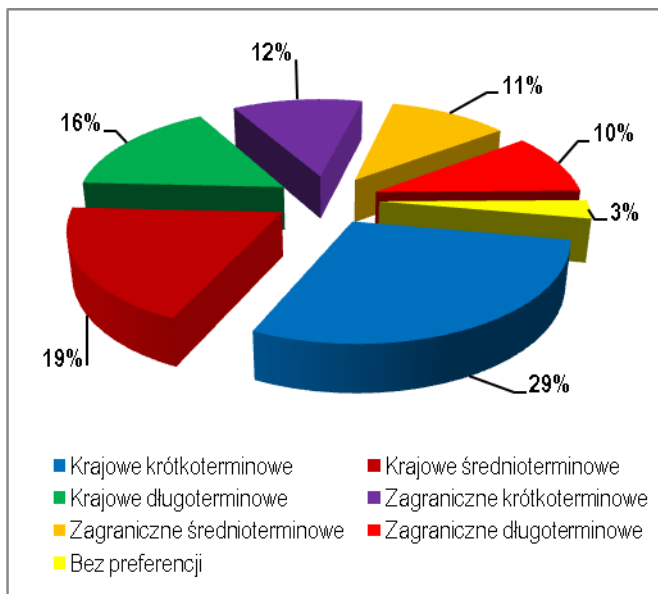
Ważnym elementem przy analizie i ocenie rynku usług turystycznych i rekreacyjnych jest struktura oraz okres krajowych i

zagranicznych pobytów wypoczynkowych [9, 35-41]. Według przyjętych powszechnie w literaturze kryteriów do długookresowych wyjazdów krajowych zalicza się pobyty 5 i więcej dniowe, natomiast do krótkookresowych 2-4 dniowe [11]. Wyniki kształtowania się długości pobytu w ostatniej dekadzie przedstawiono w tabeli 1.

**Tab. 1.** Średnia długość pobytu podczas krajowych podróży Polaków w latach 2006-2015 (liczba noclegów) [8, s. 3; 12].

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Długookresowe	8,9	8,8	9,1	9	9,1	9	8,6	8,8	9	8,9
Krótkookresowe	1,8	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8	1,9

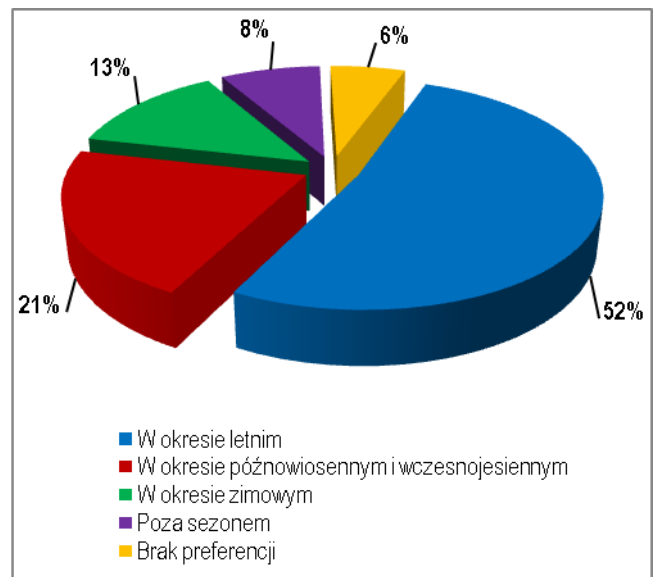
Wśród respondentów największym zainteresowaniem cieszyły się krótkoterminowe wyjazdy krajowe. Na porównywalnym poziomie znajdowały się krajowe wyjazdy średnio- i długoterminowe. Z zagranicznych, wyjazdów jako najchętniej wybierane, respondenci wskazali wyjazdy krótkoterminowe. Część respondentów nie wskazała swych preferencji. Szczegółowe wyniki badań dotyczących wyjazdowych preferencji badanych respondentów w 2016 r. przedstawiono na rysunku 1.



**Rys. 1.** Wyjazdowe preferencje respondentów z województwa lubelskiego w 2016 roku.

Zanotowana w tych badaniach znaczna liczba deklaracji, dotycząca wyjazdów krótkoterminowych i średnioterminowych za granicę, w porównaniu z wynikami ogólnopolskimi wskazuje na związek miejscem przeprowadzanych badań, gdyż wśród pewnych grup społeczeństwa, np. studentów, coraz powszechniejsza staje się moda na weekendowe wyjazdy samolotami za granicę. Sprzyjają temu polskie „długie weekendy”, występujące w maju, czerwcu i listopadzie. W tych okresach biura podróży, wykorzystując istniejący w tym czasie większy popyt, oferują klientom szerszy wybór atrakcyjnych wycieczek dostosowanych terminowo do ilości możliwych do zagospodarowania dni. Respondenci ankietowani na lotniskach deklarują również większą liczbę wyjazdów długoterminowych za granicę, co jest odzwierciedleniem zmieniających się trendów w podaży biur podróży, wynikających między innymi ze wzrostu popularności tygodniowych wycieczek organizowanych do nadmorskich miast europejskich [8].

W wyniku przeprowadzonych badań wykazano, że najbardziej preferowanymi miesiącami wyjazdów długookresowych są lipiec i sierpień, natomiast krótkookresowych, poza okresem wakacji, również wrzesień i maj oraz okres ferii zimowych. Preferencje wyjazdów w sezonie letnim deklaruje ponad połowa respondentów, natomiast w okresie późnowiosennym (od świąt wielkanocnych do rozpoczęcia wakacji) i wczesnojesiennym (od września do połowy października) prawie co piąty z badanych turystów. Zainteresowanie wyjazdami w okresie zimowym, zadeklarowało 13% respondentów, poza sezonem tylko 8%, natomiast brak preferencji wskazało 6% respondentów (rys. 2).



**Rys. 2.** Preferencje respondentów dotyczące terminu wyjazdów

Dla organizatorów turystyki i ruchu lotniczego istotne znaczenia mają wyniki badań, które wykazują, że znaczna grupa studentów preferuje wyjazdy zagraniczne w czerwcu i we wrześniu. Wywiady przeprowadzone ze studentami Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie wykazały, że przyczyną tego zjawiska są przede wszystkim niższe ceny oferowane w ośrodkach turystycznych poza sezonem. W sezonie znaczna liczba studentów podejmuje pracę zawodową, uzupełniając braki kadrowe, wynikające ze zwyczajowo realizowanych w tym czasie przez stałych pracowników urlopów wypoczynkowych. Według badań, ponad 50% wypracowanych dochodów studenci przeznaczają na wyjazdy zagraniczne do atrakcyjnych miejsc, najczęściej w Europie. Zwiększona liczba odbywających się w Polsce w czerwcu festiwali, koncertów muzycznych, rajdów i zawodów sportowych powoduje, że duża część studentów bierze w nich udział, niejednokrotnie wyjeżdżając na kilkudniowe pobyty krajowe. W tym przypadku preferowanymi środkami transportu są samochód osobowy i pociąg.

Analizując wyniki badań przeprowadzonych na lotniskach, można zauważyć, że w porównaniu z wynikami badań ogólnopolskich przeprowadzonych przez Korporację Badawczą Pretendent naznaczenie Ministerstwa Sportu i Turystyki, pojawiała się większa grupa emerytów i rencistów zainteresowanych podróżami lotniczymi [10].

Wynika to z faktu, że ci respondenci przynajmniej raz w życiu lecieli samolotem lub oczekiwali na pierwszy odlot. Szczegółowe badania tego segmentu rynku, uzupełnione przeprowadzonymi wywiadami z członkami Klubu Seniora Polskiego Związku Emerytów, Rencistów i Inwalidów w Lublinie, wykazały także, że głównymi powodami niechęci do zaplanowania wyjazdów turystycznych transportem lotniczym są:

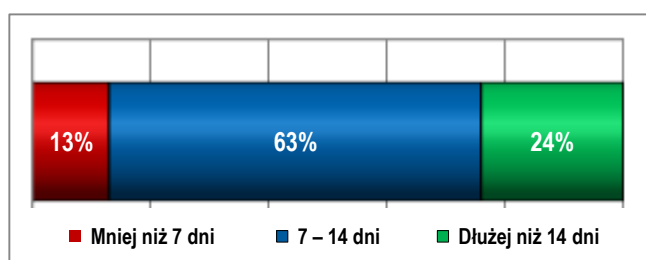
- przekonanie, że oferowane wycieczki, w których środkiem transportu jest samolot, są poza ich możliwościami finansowymi,
- obawa o zdrowie i niechęć oddalania się od znajomych lekarzy.
- Lęk przed lataniem samolotem

Wyraźna zmiana stanowiska wielu seniorów nastąpiła po przedstawieniu im cen wycieczek sprzedawanych w formule *last minute* i *first minute* oraz cen oferowanych poza sezonem. Część z nich wykazała większe zainteresowanie tą formą podróży, można zatem wysnuć wniosek, iż ten segment odbiorców nie jest odpowiednio zagospodarowany przez biura podróży, które bazując głównie na taniej reklamie internetowej, nie docierają do tego segmentu potencjalnych turystów. Dająca się zauważyć zmiana mentalności starszej części społeczeństwa i prawdopodobny rozwój gospodarczy kraju spowoduje, że w tej grupie społecznej będzie się kumulował coraz większy potencjał popytu. Można zatem spodziewać się, że – wzorem Niemców – w Polsce nastąpi znaczny wzrost średniego wieku podróżujących osób. Należy jednak dotrzeć do nich z pełną informacją i zapewnić odpowiedni pakiet ubezpieczenia zdrowotnego [7].

### 3. STRUKTURA PREFERENCJI RESPONDENTÓW W ZAKRESIE MIEJSCA WYPOCZYNKU

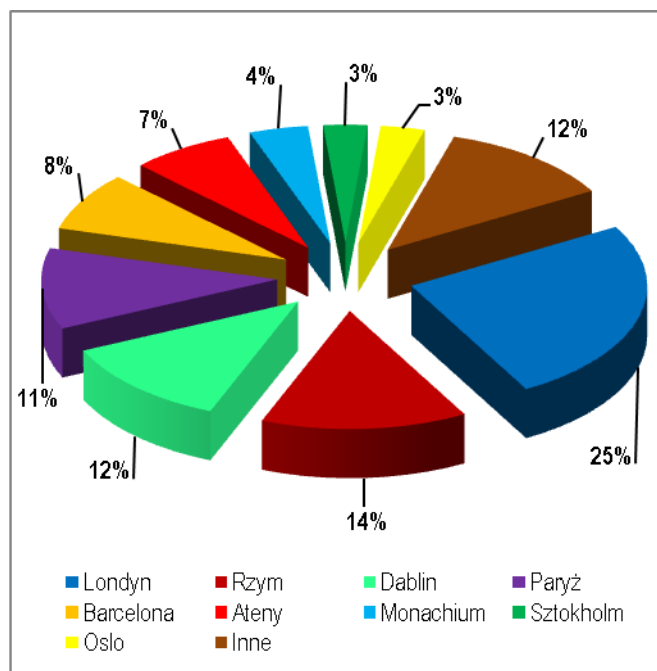
Największa grupa respondentów wyraziła zainteresowanie spędzeniem urlopu nad morzem, zarówno w kraju, jak i za granicą, na drugim miejscu wybrano pobyt w górach, a na trzecim – nad jeziorami. W ramach tak kształtujących się trendów rośnie atrakcyjność kilkudniowych wyjazdów w interesujące regiony kraju, w celu zwiedzenia kilku miast podczas jednej podróży i poznania znajdujących się tam atrakcji turystycznych. Szczególną uwagę respondenci zwrócili na Dolny Śląsk, Mazury, Bieszczady i okolice Sandomierza oraz Kazimierza nad Wisłą [2, s. 176.].

W podróżach zagranicznych istnieje nieco inna struktura preferencji. Polacy wyjeżdżający na zorganizowany urlop za granicę planują pobyt na 7-14 dni (zazwyczaj na tydzień lub na 2 tygodnie, ale zdarzają się też wyjazdy na 9 lub 12 dni). Mniej liczna grupa turystów wyjeżdża na okresy dłuższe niż 14 dni oraz krótsze niż 7 dni (rys. 3).



Rys. 3. Preferowana długość wyjazdów turystycznych.

Najczęściej wybieranym kierunkiem wyjazdów zorganizowanych przez biura turystyczne są: Turcja, Egipt, Grecja i Hiszpania [6], natomiast turyści indywidualni wyjeżdżają średnio na 5 dni, deklarując przede wszystkim zwiedzenie Londynu, Rzymu, Paryża, Barcelony, Aten i Pragi. Miasta najczęściej wybierane przez respondentów jako cel podróży turystycznej lub służbowej przedstawiono na rysunku 4.

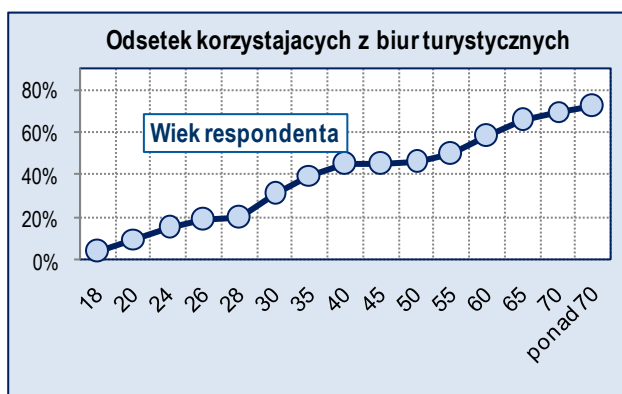


Rys. 4. Najczęściej wybierane destynacje zagraniczne.

Część osób, wyjeżdżająca służbowo na krótkie wyjazdy, deklaruje również chęć odwiedzenia interesujących miejsc w mieście docelowym. Turyści zagraniczni przylatujący do Polski deklarowali przede wszystkim chęć zwiedzenia miast, głównie Krakowa, Wrocławia, Poznania, Warszawy i Gdańska oraz obozu koncentracyjnego w Oświęcimiu i kopalni soli w Wieliczce. Często wyrażają również chęć odpoczynku nad morzem, na Mazurach i w rejonach Dolnego Śląska [1, s. 38].

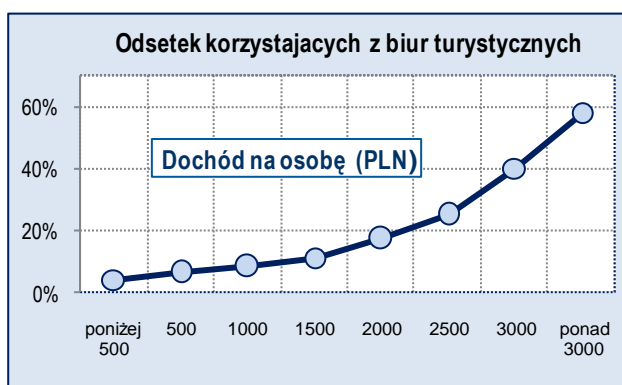
### 4. WYBÓR POMIĘDZY TURYSTYKĄ ZBIOROWĄ A INDYWIDUALNĄ

W epoce Internetu pojawiła się możliwość zorganizowania całego procesu turystycznego we własnym zakresie. Można bez problemu kupić bilety na podróż i zarezerwować miejsce noclegowe nawet w najdalszym zakątku globu. Można również dokonać rezerwacji na dowolną imprezę sportową lub kulturalną, ubezpieczyć się, wynająć samochód, który będzie czekał na lotnisku i skorzystać z wielu innych usług [13, s. 27]. Społeczeństwo polskie, zwłaszcza ludzie młodzi znający języki obce, często uznają, iż podróżowanie pod opieką profesjonalnego pilota wycieczek zagranicznych nie jest już dla nich niezbędne. W turystyce indywidualnej odnajdują większą elastyczność podróżowania, gdyż zmiana planów może być dokonana w każdej chwili, co w zasadzie nie jest możliwe podczas wycieczek organizowanych przez biura podróży. Aktywizujący się w tych warunkach *soft tourism* jest szczególnie popularny wśród ludzi młodych, podróżujących z plecakami (tzw. *backpackersów*), którzy poza znajomością języków umiejętnie posługują się Internetem. Starsze pokolenie, obawiając się problemów mogących wystąpić podczas podróży, preferuje bezpieczniejszy – ich zadaniem – pobyt lub zwiedzenie objazdowe pod opieką licencjonowanego pilota, będącego przedstawicielem organizującego imprezę turystyczną biura. Szczególną uwagę zwraca duże zróżnicowanie preferencji osób 30- i 35-letnich, wynikające prawdopodobnie ze zmiany fazy cyklu życia rodziny w związku z pojawieniem się dzieci (rys. 5).



Rys. 5. Zależność pomiędzy wiekiem a wyborem formy wycieczki.

Wycieczki proponowane przez biura podróży są zazwyczaj droższe od tych organizowanych we własnym zakresie, nie jest to jednak regułą. Istnieje możliwość znalezienia oferty *last minute* poza sezonem, gdzie np. tygodniowa wycieczka do Bułgarii samolotem kosztuje – z całodziennym wyżywieniem – 850 zł. Jest to cena, której nie można osiągnąć podczas realizacji podobnego wyjazdu organizowanego indywidualnie, gdyż nie pokrywa ona kosztów poniesionych przez biuro, a jedynie pozwala na zniwelowanie części strat, gdyż integralną cechą usługi jej przepadek przy braku zbytu w związku z jednoczesnością procesu produkcji i konsumpcji. Na tych samych zasadach można kupić wycieczki m.in. do Turcji, Tunezji, Egiptu, Grecji i Hiszpanii, czyli krajów na tyle odległych od Polski, że podróż samochodem generowałaby znacznie wyższe koszty w porównaniu z ceną wycieczki obejmującej przelot samolotem. Organizacja indywidualnych wyjazdów do krajów bardzo odległych, takich jak Portugalia i Islandia, nawet w sezonie generuje wyższe koszty niż skorzystanie z oferty podróży zorganizowanej. Biura turystyczne, rezerwując całe hotele, czarterując samoloty, wykupując zbiorowe polisy ubezpieczeniowe i inne usługi dodatkowe, mogą osiągnąć znacznie niższe ceny niż ma to miejsce w przypadku indywidualnej organizacji wyjazdów, dlatego w przypadku turystyki masowej koszty ponoszone przez konsumenta są zazwyczaj niższe. Również ryzyko podróżowania z biurem podróży jest mniejsze, pomimo pojawiających się czasami informacji medialnych dotyczących niespodziewanych bankructw, gdyż w momencie ogłoszenia upadłości fundusz gwarancyjny umożliwia sprowadzenie turystów do kraju i zazwyczaj zwrot części lub całości poniesionych kosztów. Istnieje także wyraźna zależność preferencji sposobu organizacji wyjazdu turystycznego od dochodów. Zagadnienie to zaprezentowano na rysunku 6.



Rys. 6. Zależność pomiędzy dochodem przypadającym na jedną osobę w rodzinie a wyborem formy wycieczki.

W procesie planowania podróży międzykontynentalnych istotne znaczenie ma termin zakupu, szczególnie w przypadku posiadania umiejętności nabycia pierwszych uaktywniających się biletów po relatywnie niskich cenach, już 360 dni przed wylotem w liniach tradycyjnych i 8 miesięcy przed wylotem w liniach niskokosztowych (w obszarze kontynentu docelowego) oraz wykorzystania hotelowych wyszukiwarek (np. booking.com, agoda.com<sup>1</sup>), umożliwiających znalezienie najtańszego hotelu w dowolnym mieście na całym świecie lub odpowiadającego szczególnym wymaganiom konsumenta. Na stronach wyszukiwarek hotelowych i linii lotniczych można wykupić również ubezpieczenie, wynająć samochód, zamówić specjalny rodzaj posiłku (np. wegetariański, koszerne) i skorzystać z wielu innych dodatkowych usług [14, s. 270-277].

Z przeprowadzonych badań wynika wysoki stopień zależności pomiędzy wiekiem turysty i jego dochodami a formą wybieranej aktywności, którą można podsumować w następujący sposób – ludzie młodzi oraz mniej zasobni wybierają turystykę miękką (*soft tourism*), natomiast ludzie starsi i bardziej zamożni turystykę twardą (*hard tourism*). Nie dotyczy to ofert promocyjnych przedstawionych powyżej, których wykorzystanie jest zależne od umiejętności dotarcia osób planujących wyjazd do odpowiednich zasobów informacji oraz nie poddawania się obiegowym stereotypom (np. część respondentów, nie znając cen biletów lotniczych, była przekonana, że do każdego miejsca Europy kontynentalnej można taniej dotrzeć samochodem).

## 5. DETERMINANTY WYBORU PRZEWOŹNIKA LOTNICZEGO

Wybór przewoźnika zależy w dużym stopniu od oferowanego poziomu cen i czasu trwania podróży, przy czym uwidacznia się również rosnące znaczenie komfortu i częstotliwości połączeń.

Na krótkich i średnich dystansach najczęściej spotykaną konfiguracją jest układ dwuklasowy, przy czym klasa ekonomiczna liczbowo znacznie przewyższa klasę biznes. Na długich dystansach bardzo często do dyspozycji pasażerów udostępniane są samoloty trzyklasowe z kasą first, w której pasażer może pracować, odpoczywać i wygodnie spać [5, s. 858].

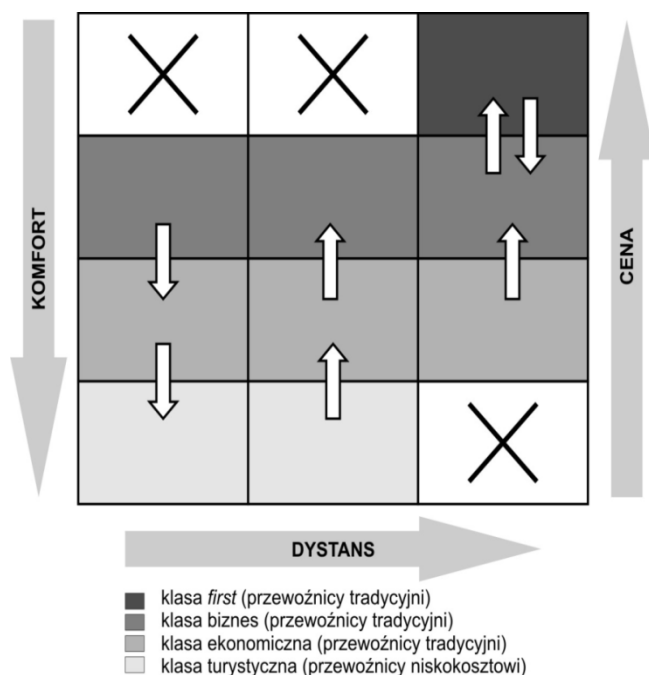
Badania dotyczące identyfikacji przyczyn wyboru innych niż dotychczas segmentów i klas przewozów pasażerskich, nabiera szczególnego znaczenia w warunkach dynamicznego rozwoju turystyki, narastającej konkurencji globalnej oraz skutków spowodowanych światowymi kryzysami ekonomicznymi [10]. Wynika z nich, że rozmiary przemieszczeń w poszczególnych segmentach miały zróżnicowany zakres i były zależne od ceny, dystansu i komfortu, co miało w dużej mierze związek z celem podróży (rys. 7).

Analiza procesu przemieszczania pomiędzy segmentami i klasami podróży wykazuje, że najbardziej stabilną grupę na długich dystansach stanowią pasażerowie klasy biznes, dla których cena biletu nie jest istotnym czynnikiem wyboru. Ważniejszym jest standard obsługi. Na krótkich dystansach lojalną grupę klientów, zdecydowanie preferującą niską cenę przelotu mają przewoźnicy niskokosztowi, [3, s. 266].

Bardziej zróżnicowany zakres zmian można zaobserwować na średnich dystansach, gdzie występuje znacznie większa rotacja międzysegmentowa i międzyklasowa powodowana faktem, że pewna część zamożniejszych pasażerów przechodzi z segmentu *low-cost*

<sup>1</sup> Firma wprowadziła marketingowy program uczestnictwa. Korzystający z niej klienci, zakupując usługi hotelowe, gromadzą punkty, dzięki którym mogą skorzystać z bezpłatnego noclegu lub znacznie obniżyć jego cenę. Oferuje również na swojej stronie internetowej bardzo korzystne promocje sprzedaży, uatrakcyjniające proponowaną usługę.

do klasy ekonomicznej przewoźników tradycyjnych, zyskując poprawę komfortu przy określonym wzroście ceny.



Rys. 7. Model wyboru segmentu i klasy usługi lotniczej.

Jednak największą dynamikę zanotowano w przemieszczeniach dokonywanych w przeciwnym kierunku. Są one najczęściej charakterystyczne dla klientów klasy ekonomicznej, którzy – ze względów finansowych – coraz chętniej realizują przeloty na krótkich dystansach w segmencie niskokosztowym, skupiając się przede wszystkim na celu podróży, w wyniku czego komfort przelotu ma dla nich drugorzędne znaczenie [15]. Ten kierunek przemieszczeń nasila się także w grupie klientów podróżujących w celach służbowych, którzy – ze względu na konieczność racjonalizacji kosztów w swoich firmach – coraz częściej są zmuszani do wyboru przelotów w niższych klasach.

Okresowo występujący spadek przewozów lotniczych i zwiększona skala przemieszczania się części pasażerów do niższych klas znacząco zmniejszają zyski oferentów tracących klientów, natomiast powodują zwiększenie liczby osób realizujących wyjazdy turystyczne we własnym zakresie i z wykorzystaniem tańszych klas podróżowania. W takich warunkach można zauważyć wzrost aktywności niskokosztowego ruchu lotniczego kierowanego do peryferyjnych portów, w wyniku czego zwiększało się ich znaczenie i postępuje aktywizacja rejonów, które do tej pory były słabo rozwinięte. Pozytywnym przykładem tego procesu jest rozwój portów Charleroi koło Brukseli, Beauvais koło Paryża i Hahn koło Frankfurtu<sup>2</sup>. W tym regionie powstały nie tylko lotniska, ale również baza hotelowa i gastronomiczna, biura wynajmu samochodów, a nawet osiedla, w których zamieszkało głównie pracowników portów. W powstałych aglomeracjach wybudowano centra handlowe, szkoły, ośrodki

<sup>2</sup>Lotnisko Charleroi koło Brukseli – kilkanaście lat temu miało zostać zamknięte, jednak po uruchomieniu do tego portu połączeń przez niskokosztową linię lotniczą Ryanair (16 połączeń przewożących 1,3 mln pasażerów w pierwszym roku) powstała tam specjalna strefa przemysłowa, w której ulokowały się firmy nowoczesnych technologii, zaplecze handlowo-usługowe oraz powstało kilkadziesiąt nowych miejsc pracy. Nastąpił także wzrost wpływów od nowych pasażerów, m.in. za korzystanie z parkingów, dokonywanie zakupów i konsumpcję posiłków w restauracjach. W Hahn, mieście, w którym zameldowanych było 500 mieszkańców, w niedługim czasie powstały hotele, restauracje, sklepy, stacje benzynowe, a tysiące pracowników portu zaczęło budować domy i kupować mieszkania. Obecnie w Hahn pracuje kilkanaście tysięcy osób.

zdrowia i inne obiekty infrastruktury. To spowodowało, że z upływem czasu część turystów, zachęcona reklamą dotyczącą okolicznych terenów, przestała traktować te miejscowości jako węzły komunikacyjne, ale zostawała w nich dłużej, przyczyniając się do dalszej aktywizacji rejonu. Te przykłady świadczą o tym, że uwarunkowania ekonomiczne powodują nie tylko wzrost przemieszczeń turystów w ruchu lotniczym, ale także wzrost atrakcyjności obszarów peryferyjnych. Z tego względu przemieszczenia muszą być na bieżąco analizowane przez organizatorów turystyki, ponieważ ich skutki są ważnym czynnikiem elastycznego planowania współpracy z operatorami komunikacji lotniczej.

## PODSUMOWANIE

Sprawne funkcjonowanie transportu lotniczego w dobie integracji regionów stanowi ważny element intensyfikacji rozwoju gospodarki turystycznej. Dzięki rozszerzającej się sieci połączeń lotniczych i budowaniu regionalnych lotnisk, powstają korzystne warunki umożliwiające zwiększenie dostępności do tego rodzaju usług komunikacyjnych i nowych rynków, co powoduje aktywizację ruchu turystycznego w coraz bardziej oddalonych od centrów gospodarczych regionach peryferyjnych. Istotnym stymulatorem tego procesu jest dynamika rozwoju niskokosztowych przewoźników lotniczych, których relatywnie tańsza oferta i rozszerzająca się siatka połączeń z portami peryferyjnymi umożliwia zwiększenie liczby osób wykorzystujących ten rodzaj transportu do poznania coraz szerszego obszaru i znajdujących się w jego obrębie walorów turystycznych.

Niekwestionowanym sukcesem oferentów działających w sektorze low cost jest wzrost zainteresowania tymi usługami szerokich grup społecznych oraz znaczne zwiększenie dostępności tego rodzaju transportu. Zaczęła z niego korzystać coraz większa liczba osób mniej zamożnych, z których wiele podejmowało podróż lotniczą po raz pierwszy. Tak kształtujący się proces generował coraz większe korzyści ekonomiczne nie tylko dla oferentów tych usług lecz także organizatorów turystyki, zabezpieczających ich potrzeby transportowe związane z rosnącym popytem w tym sektorze.

## BIBLIOGRAFIA

- Bartoszewicz W., Skalska T., *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 roku*, Instytut Turystyki w Warszawie. Warszawa 2011, za: World Tourism Barometer UNWTO, Interim update, April 2011.
- Charakterystyka krajowych i zagranicznych podróży mieszkańców Polski w 2015 roku*, Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki Warszawa, lipiec 2016 r.
- Hawlina J., *Konkurencja na rynku lotniczych przewozów pasażerskich w warunkach globalizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2012.
- Hawlina J. *Rynek niskokosztowych przewozów lotniczych a rozwój sektora turystyki*, Instytut Naukowo-Wydawniczy „SPATIUM”. Radom 2012.
- Hawlina J., *Strategia ceny wysokiej czy strategia ceny niskiej? analiza wariantów współczesnych strategii cenowych w branży lotniczej*. Logistyka 2011, nr 3.
- Komunikat Komisji Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: *Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego*. COM(2010) 352 wersja ostateczna. Bruksela, 27 stycznia 2011 r.. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej (2011/C 104/03) z dn. 02.04.2011
- Konieczńska E., *Trendy w turystyce medycznej i uzdrowiskowej w kraju i za granicą*,

[http://www.kpoplewiatan.pl/uploads/images/klaster\\_aktualno%C5%9Bci/03.08.Prezentacja%20dr%20E.Konieczny%C5%84ska.pdf](http://www.kpoplewiatan.pl/uploads/images/klaster_aktualno%C5%9Bci/03.08.Prezentacja%20dr%20E.Konieczny%C5%84ska.pdf) [dostęp 08.10.2016].

8. Luberda M., *Uczestnictwo Polaków w krajowych i zagranicznych wyjazdach turystycznych i ich kierunki*, Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu, Wrocław 2014.
9. Pieniążek M., *Rehabilitation in the aquatic environment*. Archives of Physiotherapy and Global Researches, 2015; 19(1).
10. Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2015.
11. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) (publikacja: Dz. U. z 2007 r. nr 251, poz. 1885 oraz z 2009 r. nr 59, poz. 489).
12. *Statystyka turystyki. Sektor turystyki – definicje, analizy, dane liczbowe i prognozy. Bieżące informacje o ruchu turystycznym*. Wydawnictwo Instytutu Turystyki w Warszawie, Warszawa 2012-2016.  
[http://www.intur.com.pl/polacy\\_mies.php?t1=16&t2=6](http://www.intur.com.pl/polacy_mies.php?t1=16&t2=6) [dostęp 12.12.2016].
13. Tłoczyński D., *Rola usługi lotniczej w kształtowaniu konkurencyjności pasażerskiego transportu lotniczego*, [w:] Adamowicz E., Rucińska D. (red.), *Nowa jakość polskiego transportu i logistyki po akcesji do Unii Europejskiej*. Zeszyty Naukowe UG 2006, nr 34.
14. Ziob Ł., *Przychody pozabiletowe – istotny element zwiększania konkurencyjności niskokosztowych linii lotniczych*, [w:] Michałowska (red.), *Efektywność transportu w teorii i praktyce*. Prace Naukowe AE, Katowice 2010.
15. Ziob Ł., *Hybrydowe linie lotnicze – zmiany w modelu funkcjonowania przewoźników lotniczych jako efekt dopasowania do zmieniających się potrzeb rynkowych*, [w:] Michałowska M. (red.), *Efektywny transport – konkurencyjna gospodarka*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2008.
16. Żylicz M., *Prawo lotnicze międzynarodowe, europejskie i krajowe*. Lexis Nexis, Warszawa 2011.

### Consumer behaviors on the market tourist services and their impact on the development of low-cost air transport

*In the development of the tourism market, there is a growing interdependence with the development of air services, which will meet the expected needs and improve the efficiency of both. Low-cost carriers have over half the demand in some regions, earning the position of a significant player in the travel industry. The activity of operators of this service segment significantly changed the dependence in the sector. So far, the relationships that have been established in this process empower the thesis that the further development of low-cost lines is heavily dependent on the dynamics of the growth potential of regions in which the tourism market is one of the fastest growing areas of the economy, generating more revenue.*

*The purpose of this article is to examine consumers' behavior in the tourism services market and their impact on the development of low cost airline services. The research was conducted using the diagnostic survey method using the author's questionnaire and interview.*

#### Autorzy:

**dr hab. Joanna Hawlena** – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Agrobiotechnologii, Katedra Turystyki i Rekreacji, email – hawlana@interia.pl

**mgr Magdalena Pieniążek** – Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, Wydział Nauk o Zdrowiu, Michałowskiego 12, 31-126 Kraków, pieniazek.m@interia.pl

**mgr Ewelina Surdacka** – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Turystyki i Rekreacji, 20-950 Lublin; ul. Akademicka 15. Tel: +48 81 445 66 53, Fax: + 48 48 533 35 49, E-mail: surdackaewelina@wp.pl