

## Obsługa zorganizowanego ruchu turystycznego w Polsce

*The servicing of organised tourism in Poland*

**ZBIGNIEW TAYLOR, ARIEL CIECHAŃSKI**

Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania im. S. Leszczyckiego PAN,  
00-818 Warszawa, ul. Twarda 51/55; z.taylor@twarda.pan.pl ariel@twarda.pan.pl

**Zarys treści.** W artykule przedstawia się 38 największych organizatorów turystyki, zajmujących dominującą pozycję na polskim rynku. Wszelkstronnie charakteryzuje się touroperatorów (na podstawie liczby przedsiębiorstw, wielkości obrotów, liczby obsługiwanych klientów i liczby zatrudnionych) według stanu na koniec roku 2012. Wyniki wskazują na ogromną koncentrację obsługi zorganizowanego ruchu turystycznego w rękach stosunkowo niewielu touroperatorów.

**Słowa kluczowe:** biura turystyczne (podróży), touroperatorzy, obroty, lokalizacja, geografia przedsiębiorstw, Polska.

### Wprowadzenie

W Polsce po 1990 r. obserwujemy nienotowany wcześniej ogromny rozwój ruchu turystycznego, zarówno krajowego, jak i międzynarodowego. Rozwój ten nie byłby możliwy bez powstania rynku touroperatorów, bez równoległego wzrostu możliwości przewozowych przedsiębiorstw transportowych, z usług których korzystają organizatorzy podróży, a także wzrostu zamożności społeczeństwa, chcącego korzystać z zorganizowanego ruchu turystycznego. W artykule skupiamy się na pierwszym z wymienionych czynników, a mianowicie na rynku touroperatorów.

Touroperator (inaczej: organizator turystyki; ang. *tour operator, wholesaler*) oznacza wyspecjalizowane przedsiębiorstwo zajmujące się organizacją kompleksowej obsługi turystów (zazwyczaj w postaci tzw. *package tour, package holiday, inclusive tour, arrangement* lub *package of travel*) i biorące na siebie odpowiedzialność za ten produkt. Biuro turystyczne czy biuro podróży (ang. *tourist agency, travel agency*) natomiast może łączyć funkcje kompleksowej organizacji podróży i świadczyć usługi pośrednictwa, czyli sprzedaży cudzych imprez turystycznych. Obecnie pośrednictwo i organizacja imprez turystycznych stanowią

dwa instytucjonalnie wyodrębnione rodzaje usług, co znajduje swoje odzwierciedlenie w ustawodawstwie UE i w polskiej *Ustawie o usługach turystycznych* z 29 sierpnia 1997 r. z późniejszymi zmianami (Dz.U. RP nr 133, poz. 884 z 29 października 1997 r.).

Celem artykułu jest wskazanie największych organizatorów turystyki w Polsce<sup>1</sup> i przedstawienie wszechstronnej ich charakterystyki. Analizowani touroperatorzy w istocie decydują o formach i kształcie zorganizowanego (masowego) ruchu turystycznego, przede wszystkim mają ogromny wpływ na podaż oferowanych imprez turystycznych.

### Źródła i opracowanie danych

Mimo istnienia w Polsce przynajmniej kilku instytucji zajmujących się gromadzeniem danych na temat przedsiębiorstw (por. np. rejestr REGON Głównego Urzędu Statystycznego<sup>2</sup>), brakuje choćby jednej, pełnej i wiarygodnej bazy danych na temat touroperatorów i współpracujących z nimi przewoźników, co wymusiło stworzenie autorskiej bazy danych.

Podstawowymi źródłami w tworzeniu jednolitej bazy danych touroperatorów były jednostkowe informacje o przedsiębiorstwach, zawarte w Hoppenstedt Bonnier Information Polska (HBI). Na ich podstawie utworzono listę 372 przedsiębiorstw z główną działalnością o kodzie EKD 6330 (Działalność agencji turystycznych, pilotów i przewodników wycieczek; pozostała działalność turystyczna) o obrotach powyżej 1,0 mln zł. Lista ta została uzupełniona (do 398 pozycji) o przedsiębiorstwa z dodatkową działalnością o kodzie EKD 6330<sup>3</sup>. Z listy usunięto 20 touroperatorów, którzy upadli lub zostali zlikwidowani w latach 2010-2012<sup>4</sup>. Tylko w 2012 r. upadło 10 biur podróży, a dużo więcej obowiązuje zakaz prowadzenia działalności. Następnie listę zweryfikowano w Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych oraz porównano z raportami Wiadomości Turystycznych (*Touroperatorzy Raport 2012* i *Touroperatorzy Raport 2013*). Firmy nie istniejące zostały usunięte, a brakujące dodane do listy.

<sup>1</sup> Artykuł powstał w wyniku realizacji projektu NCN nr 2011/01/B/HS4/00837. Jest częścią większego opracowania (Taylor i Ciechański, 2014).

<sup>2</sup> Mankamentem danych REGON jest często inny adres zarejestrowanego podmiotu, a inne faktyczne miejsce jego działalności, a przede wszystkim brak aktualizacji informacji: wiele zarejestrowanych podmiotów w ogóle nie rozpoczęło działalności lub ją zawiesiło, znajduje się w trakcie likwidacji lub w stanie upadłości, względnie prowadzi działalność w innym zakresie niż podany w chwili rejestracji. Z pewnym przybliżeniem można przyjąć, że liczba spółek czynnych stanowi nie więcej niż 1/3 wszystkich zarejestrowanych podmiotów.

<sup>3</sup> Część podmiotów pomimo faktycznie podstawowej aktywności jaką jest organizacja imprez turystycznych, mogła mieć wpisaną jako działalność główną zupełnie inną kategorię EKD.

<sup>4</sup> Spośród większych w 2010 r. zakończyło działalność Polskie Biuro Podróży Orbis (marka Orbis Travel), w 2011 – Triada, a w 2012 – Sky Club, który organizował wyjazdy pod marką własną oraz Triady.

Na ostatecznej liście znaleźli się najwięksi touroperatorzy (ogółem 38 podmiotów), których roczny obrót, związany z organizacją imprez turystycznych wynosi co najmniej 10,0 mln zł (2012). Lista ta została zaktualizowana i uzupełniona o niektóre brakujące dane na podstawie wspomnianych już raportów *Touroperatorzy*, a także informacji i sprawozdań z Krajowego Rejestru Sądowego (KRS), z bazy udostępnianej przez firmę InfoVeriti ([www.infoveriti.pl](http://www.infoveriti.pl)), a także z raportów rocznych większych spółek i oficjalnych stron internetowych przedsiębiorstw. Ostatecznie w bazie touroperatorów znalazły się następujące informacje: nazwa, siedziba i rodzaj działalności biura turystycznego, główne geograficzne kierunki, segment rynku, forma własności i prawna, rok rozpoczęcia działalności w Polsce, liczba obsługiwanych klientów, obroty związane z organizacją imprez turystycznych, liczba zatrudnionych, wykorzystywane środki transportu, współpracujące przedsiębiorstwa transportowe i kraje pochodzenia kapitału.

### Ogólna charakterystyka touroperatorów

Zgodnie z polskim prawem, przedsiębiorstwa turystyczne mogą ubiegać się o zezwolenie na prowadzenie działalności jako organizator imprez turystycznych, pośrednik (inaczej: *detaliczny agent podróży*; ang. *broker, travel agent, retail travel agent*) lub podmiot realizujący obie formy równocześnie, a także jako agent, o czym niżej. Produktem touroperatorów jest kompleksowy pakiet usług<sup>5</sup>. Pakiet może zawierać następujące składowe: transport, mieszkanie, posiłki, zwiedzanie, pilotaż, rozrywki, wypożyczenie samochodu, ubezpieczenie i inne.

Autorska baza obejmuje 1,2% łącznej liczby wszystkich organizatorów oraz organizatorów i pośredników turystycznych zarejestrowanych w Polsce (ogółem 3116 podmiotów w 2012 r., według Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych). Touroperatorów mamy w Polsce 621, co stanowi niespełna 20% firm turystycznych. Większość (2495, czyli 79.74%) stanowią biura podróży zajmujące się zarówno organizacją jak i pośrednictwem, czyli sprzedają nie tylko własnych, lecz także cudzych imprez turystycznych. Wśród podmiotów znajduje się ponadto 13 pośredników, stanowiących absolutną mniejszość (0,42%) wszystkich firm uwzględnianych w statystyce. CEOTiPT nie obejmuje natomiast licznej, szacowanej na kilka tysięcy rzeszy agentów turystycznych, trzeciej przewidzianej prawem formy biur podróży, która nie wymaga jednak wpisu w centralnym rejestrze. Ogólna liczba zarejestrowanych biur podróży w ostatnich kilku latach rośnie, zaś „daleki geograficzny zasięg podróży aktywizuje zapotrzebowanie na usługi pośrednictwa i organizacji” (Konieczna-Domańska, 2008, s.67).

<sup>5</sup> Ciekawą charakterystykę działalności touroperatorów w warunkach amerykańskich przedstawia D. Ioannides (1998).

Podmioty turystyczne rozmieszczone są w przestrzeni Polski wyjątkowo nierównomiernie. Zazwyczaj w województwach lepiej rozwiniętych, bardziej zamożnych liczba touroperatorów i touroperatorów + pośredników jest największa. Dobrymi przykładami są województwa mazowieckie, śląskie, małopolskie. Z kolei regiony relatywnie słabiej rozwinięte, uboższe, z niewielką siłą nabywczą miejscowej ludności, skupiają zdecydowanie mniejszą liczbę podmiotów turystycznych, jak lubuskie, świętokrzyskie, opolskie, podlaskie (tab. 1).

Tabela 1. Podmioty turystyczne w Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystycznych (2012)

Tourist entities in the CEOTiPT (Central Register of Tour Operators and Tourist Brokers), 2012

Województwo <i>Voivodship</i>	Organizatorzy <i>Tour operators</i>		Organizatorzy + pośrednicy <i>Tour operators + tourist brokers</i>		Pośrednicy <i>Tourist brokers</i>		Liczba ogółem <i>Total number</i>
	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%	
Dolnośląskie	70	11,27	182	7,29	2	15,38	254
Kujawsko-pomorskie	21	3,38	63	2,53	0	0,00	84
Lubelskie	24	3,86	82	3,29	1	7,70	107
Lubuskie	6	0,97	46	1,84	0	0,00	52
Łódzkie	32	5,15	125	5,01	0	0,00	157
Małopolskie	34	5,48	361	14,47	2	15,38	397
Mazowieckie	75	12,08	590	23,66	2	15,38	667
Opolskie	11	1,77	45	1,80	0	0,00	56
Podkarpackie	17	2,74	92	3,69	0	0,00	109
Podlaskie	62	9,98	12	0,48	0	0,00	74
Pomorskie	59	9,50	172	6,89	2	15,38	233
Śląskie	110	17,71	293	11,74	0	0,00	403
Świętokrzyskie	1	0,16	54	2,16	0	0,00	55
Warmińsko-mazurskie	1	0,16	113	4,53	0	0,00	114
Wielkopolskie	45	7,25	178	7,13	1	7,70	224
Zachodniopomorskie	53	8,53	87	3,49	3	23,08	143
Polska ogółem	621	100,00	2495	100,00	13	100,00	3129

Obliczenia własne na podstawie / Authors' own calculations based on: [www.turystyka.gov.pl/ceotipt/statystyki/statystyka/2](http://www.turystyka.gov.pl/ceotipt/statystyki/statystyka/2) (7.03.2014).

Chociaż autorska baza obejmuje zaledwie 38 touroperatorów, to właśnie oni – jako największy – odgrywają decydującą rolę na polskim rynku zorganizowanego ruchu turystycznego. Dlatego wszelkie obliczenia i generalizacje w niniejszym artykule są wyrowadzane na podstawie danych ich dotyczących.

Pojęcie obrotu służy do wyrażenia wielkości handlowej danego przedsiębiorstwa. Obroty są to bowiem wpływy brutto lub należności brutto ze sprzedaży usług turystycznych przez danego touroperatora. Jeśli weźmiemy pod uwagę kryterium wielkości obrotów, lista największych biur podróży zarejestrowanych w Polsce w 2012 r. obejmuje właśnie 38 wspomnianych wyżej touroperatorów (Taylor i Ciechański, 2014). Każdy z nich miał obroty roczne nie mniejsze niż 10 mln złotych. W porównaniu z rokiem poprzednim, obserwujemy wzrost liczby touroperatorów spełniających wspomniane kryterium aż o 10 biur podróży, częściowo zmienił się też ich ranking.

Strukturę touroperatorów pod względem obrotów można określić jako oligopolistyczną: jest duża różnica wielkości między kilkoma dużymi firmami i całą resztą (około 3000 małych). Istnieje zatem prawdopodobieństwo, że w najbliższych latach następować będzie dalsza konsolidacja i polaryzacja jednocześnie – małe firmy będą wchłaniane przez większe i albo będą zupełnie znikać z rynku, albo znajdą sobie nisze, będące poza zainteresowaniem „gigantów”. Jak zauważa A. Konieczna-Domańska (2008, s.156), „Obserwacja rynku pokazuje, iż proces koncentracji jest najbardziej dynamiczny w grupie organizatorów podróży, co byłoby zgodne z kierunkiem zmian najbardziej rozwiniętych rynków europejskich”.

Na czele rankingu w 2012 r. znajduje się Itaka z obrotami 1,1 mld zł, a następnie TUI Poland z obrotami niemal o połowę niższymi (641,2 mln zł). Dość duża jest również różnica między drugim a trzecim tourooperatorem (Rainbow Tours) – 456,6 mln zł, a także tym ostatnim a czwartym (Wezyr Holidays) – 277,1 mln zł. Dopiero począwszy od czwartego miejsca różnice zdecydowanie maleją (Neckermann Polska, Sun & Fun Holidays, Alfa Star). W sumie, 38 największych touroperatorów ma łączne obroty w wysokości 4,29 mld zł, co w przybliżeniu stanowi ponad trzy czwarte całego rynku (Taylor i Ciechański, 2014).

Poza obrotami, wielkość biur podróży dobrze charakteryzują liczba obsłużonych klientów i liczba zatrudnionych. Hierarchia touroperatorów na podstawie liczby obsłużonych podróżnych wygląda podobnie, ale nie identycznie. Najwięcej turystów miała Itaka (475 000), a następny w kolejności TUI Poland o ponad połowę mniej (220 633). Pozostali wielcy organizatorzy turystyki (Rainbow Tours, Wezyr Holidays, Alfa Star, Neckermann Polska) obsłużyli od 190 000 do 123 000 klientów. Ranking pozostałych dużych i średnich firm wykazuje pewne fluktuacje. Łącznie 38 największych touroperatorów obsłużyło około 2,13 mln klientów.

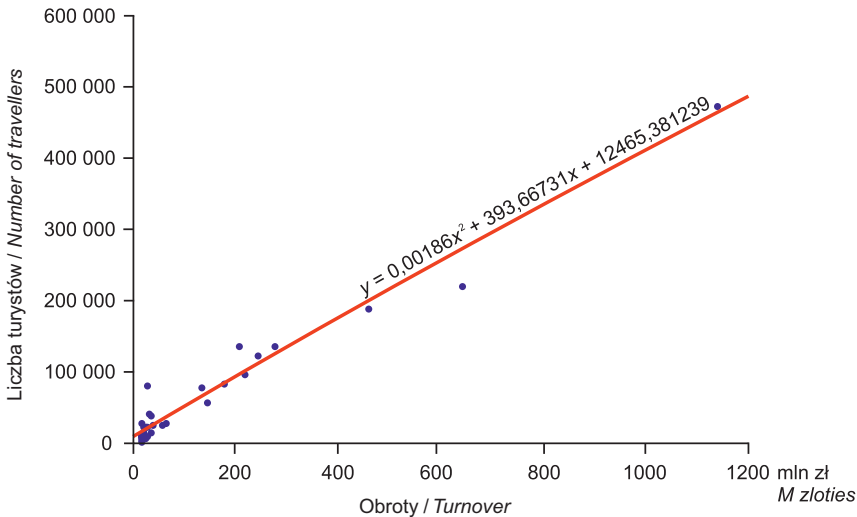
Między obrotami wynikającymi z organizacji imprez turystycznych a liczbą klientów poszczególnych touroperatorów (ryc. 1) zachodzi zależność liniowa o postaci:

$$y = 0,001860x^2 + 393,667309x + 12465,381239,$$

gdzie:  $x$  – obroty wynikające z organizacji imprez turystycznych,

$y$  – liczba klientów poszczególnych touroperatorów.

Zależność opisuje model regresji liniowej, który jest istotny statystycznie: współczynnik korelacji  $r = 0,980822$ , a współczynnik determinacji  $r^2 = 0,96201181$ .



Ryc. 1. Model regresji liniowej dla zależności między obrotami wynikającymi z organizacji imprez turystycznych i liczby ich uczestników

Opracowanie własne.

Linear regression model for the relationship between turnover from the organising of tourist events by tour-operators and numbers of participants

Authors' own elaboration.

Widoczne są również zależności obliczone między liczbą zatrudnionych u poszczególnych touroperatorów a liczbą ich klientów i obrotami (odpowiednio), z tym, że są one statystycznie nieistotne.

Zazwyczaj liczba zatrudnionych u największych touroperatorów, tj. mających największe obroty i liczbę klientów, jest znaczna, ale nie musi być największa. Największą liczbę pracowników notuje Rainbow Tours, a więc biuro znajdujące się dopiero na trzecim miejscu według obrotów i liczby obsłużonych klientów. Itaka zajmująca w dotychczasowych rankingach pierwsze miejsce, pod względem zatrudnienia znajduje się na drugiej pozycji. Więcej niż proporcjonalną liczbę zatrudnionych ma również Wezyr Holidays, a także Mazurkas Travel, prawdopodobnie unikające *outsourcingu*, stosowanego w innych biurach podróży na szeroką skalę. Niektórzy zagraniczni touroperatorzy (np. TUI Poland) zatrudniają mniejszą liczbę pracowników niż wynikałoby to z ich obrotów i liczby obsłużonych klientów (2 miejsca). Właśnie ze względu na różnice w podejściu do

*outsourcingu*, liczba zatrudnionych jest gorszym niż klienci i obroty miernikiem wielkości touroperatora.

Połowa badanych touroperatorów ma swoją siedzibę w Warszawie (w tym należące do największych: TUI Poland, Wezyr Holidays, Neckermann Polska, Sun & Fun Holidays, Exim Tours, Oasis Tours, GTI Travel Poland, Logos Tour, Furnel Travel, 7islands, Mazurkas Travel), pięciu w Poznaniu (m.in. Grecos Holiday, Ecco Holiday, Oskar, Funclub), czterech w Krakowie (m.in. Jan Pol Incoming Tour Operator, Wygoda Travel), po dwóch w Łodzi (Rainbow Tours, Trade & Travel Company) i Opolu (Itaka, Almatour Opole). W pozostałych ośrodkach (Chorzów, Józefów k. Warszawy, Katowice, Radom, Skierniewice i Żory) mamy po jednym, zazwyczaj nieco mniejszym touroperatorze (tab. 2). Największe łączne obroty osiągają touroperatorzy, których siedziby mieszczą się w Warszawie (47,2% ogółu), następnie w Opolu (27%) i Łodzi (11,1%). Obroty pozostałych ośrodków nie przekraczają 6%. Podobnie wygląda rozkład przestrzenny obsłużonych klientów – największą ich liczbę obsługują touroperatorzy w Warszawie (47,9%), następnie w Opolu (23,1%) i Łodzi (10,1%). W pozostałych ośrodkach liczba obsłużonych turystów nie sięga 10%. Z kolei największe udziały w zatrudnieniu przypadają na Warszawę (52,7%), Łódź (14,2), Opole (11,8) i Poznań (10,9).

Tabela 2. Touroperatorzy według lokalizacji siedzib (2012)

Tour operators by the locations of their seats (2012)

Siedziba <i>Seat</i>	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Chorzów	1	2,63	34,280	0,80	16 705	0,79	12	0,56
Józefów	1	2,63	16,340	0,38	14 320	0,67	44	2,04
Katowice	1	2,63	15,290	0,36	12 200	0,57	18	0,83
Kraków	4	10,54	78,216	1,82	67 631	3,18	57	2,64
Łódź	2	5,26	476,620	11,11	214 000	10,07	307	14,20
Opole	2	5,26	1 157,352	26,98	490 000	23,06	256	11,84
Poznań	5	13,16	247,397	5,77	136 847	6,44	235	10,87
Radom	1	2,63	204,487	4,77	136 440	6,42	58	2,68
Skierniewice	1	2,63	12,640	0,29	10 000	0,47	5	0,23
Warszawa	19	50,00	2 023,687	47,18	1 017 967	47,90	1 140	52,72
Żory	1	2,63	23,000	0,54	9 150	0,43	30	1,39
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00

Opracowanie własne (dotyczy wszystkich tabel, chyba że podaje się inaczej).

Authors' own elaboration (refers to all tables, unless otherwise stated).

Obecnie przyjrzymy się bliżej strukturze touroperatorów w różnych ujęciach – według liczby przedsiębiorstw, według wielkości obrotów osiągniętych z organizacji imprez turystycznych, następnie według liczby obsłużonych klientów, wreszcie według liczby zatrudnionych pracowników. Charakterystykę liczbową touroperatorów podano w Aneksie.

### **Struktura touroperatorów według liczby przedsiębiorstw**

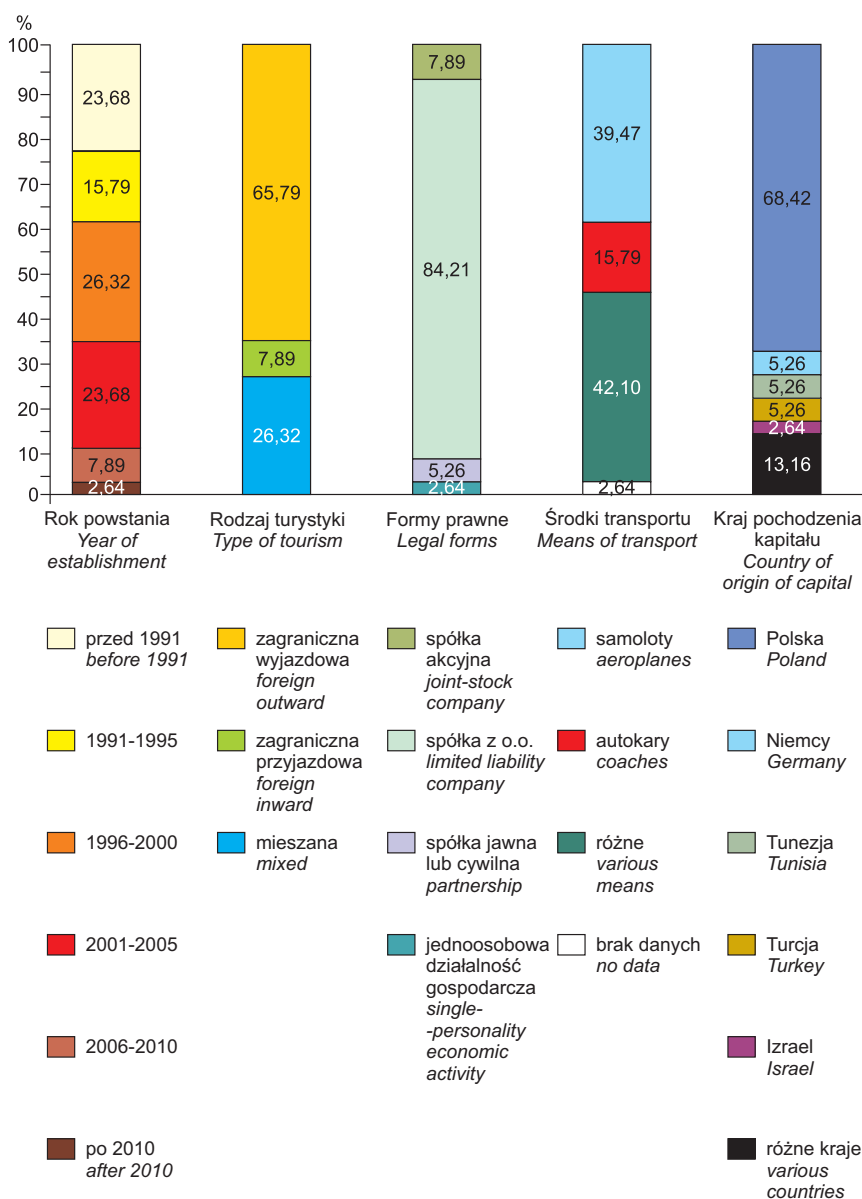
Najwięksi touroperatorzy rozpoczynali swoją działalność dość wcześnie, niektórzy w okresie przed 1991 r. (23,7% ogólnej liczby, w tym: Itaka, Rainbow Tours, Logos Tour, Mazurkas Travel), inni w następnych trzech pięcioleciach (np. Sun & Fun Holidays, Alfa Star, Oasis Tours, Ecco Holiday) do roku 2005 włącznie (ryc. 2). Stosunkowo najwięcej, gdyż 10 (26,3%) touroperatorów rozpoczęło swoją działalność w latach 1996-2000 (m.in. TUI Poland, Wezyr Holidays, Neckermann Polska, Exim Tours, GTI Travel Poland, Oskar, Funclub), ale różnice pomiędzy poszczególnymi okresami nie są duże. Touroperatorzy rozpoczynający swoją działalność wcześniej, z reguły obsługują więcej klientów i osiągają wyższe obroty, ale nie zawsze znajduje to pełne potwierdzenie.

Od roku 2006 pojawiło się zdecydowanie mniej nowych dużych firm turystycznych. Zdobycie dominującej pozycji na coraz bardziej nasyconym rynku wymaga dłuższego czasu, zdobycia zaufania i pozyskania nowych klientów, co nie jest łatwe. Skądinąd wiemy, że na rynku stale zachodzą istotne zmiany, w tym wspomniane już upadłości, ale można przypuszczać, że dotyczą one raczej mniejszych i średnich touroperatorów. Charakterystyczne jest nieco większe rozproszenie przestrzenne touroperatorów w pierwszym okresie, tj. do roku 1990. Natomiast w dwóch ostatnich okresach nowi duzi touroperatorzy rozpoczęli swoją działalność tylko w Warszawie (7islands, Best Reisen Group, Citron Travel) i w Poznaniu (Grecos Holiday).

W ofercie touroperatorów przeważa zagraniczna turystyka wyjazdowa, którą prezentuje 65,8% ogólnej liczby podmiotów. Następną w rankingu jest oferta „mieszana”, tj. turystyka wyjazdowa i przyjazdowa (najczęściej zagraniczna, ale częściowo również krajowa): dotyczy 26,3% ogółu firm. Z kolei zagraniczną turystyką przyjazdową zajmuje się 7,9% firm. Duże biura wyspecjalizowane w zagranicznej turystyce przyjazdowej istniały tylko w Warszawie (CB International, Travel Project) i Krakowie (Jan Pol Incoming Tour Operator), zaś we wszystkich ośrodkach touroperatorzy zajmowali się bądź zagraniczną turystyką wyjazdową, bądź turystyką „mieszaną”.

Na świecie większe przedsiębiorstwa rejestruje się zazwyczaj jako spółki akcyjne, w Polsce zaś nawet duże firmy rejestrowane są jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Założenie i zarządzanie spółkami z o.o. jest łatwiejsze niż spółkami akcyjnymi i nie wymaga tak dużych nakładów kapitału, dlatego najczęściej (32) badanych touroperatorów jest spółkami z ograniczoną odpowie-





Ryc. 2. Struktura touroperatorów według ich liczby (31.12.2012)

Opracowanie własne.

Tour-operator structure by numbers, as of 31 December 2012

Authors' own elaboration.

działnością (84,2% ich liczby). Na spółki akcyjne przypada 7,89% touroperatorów (Rainbow Tours, Exim Tours, Almatour Polska). Spółki jawne (Alfa Star, Logos Travel) mają jeszcze mniejszy udział (5,26%), a jednoosobowa działalność gospodarcza stanowi margines (tylko Biuro Turystyczne Olimpia)<sup>6</sup>. W każdym ośrodku, nawet w Warszawie, spotykamy jedną lub co najwyżej dwie formy prawne touroperatorów.

Badani touroperatorzy wykorzystują rozmaite środki transportu. Najszerszy wachlarz środków transportu wykorzystują firmy, których siedziby mieszczą się w Warszawie: samoloty, autokary i „różne”. Ta ostatnia kategoria obejmuje wykorzystywanie rozmaitych środków transportu, przede wszystkim samolotów i autokarów równocześnie. Touroperatorzy pozawarszawscy są z reguły bardziej nastawieni na korzystanie z jednego środka transportu. Charakter oferty turystycznej ma oczywisty związek z wykorzystywanymi środkami transportu. Widać ogromną przewagę samolotów (39,5% firm) nad autokarami (15,8%), ale jeszcze większy jest udział różnych środków transportu (42,1%) w przypadku tego samego touroperatora.

Touroperatorów można również scharakteryzować według kraju pochodzenia kapitału. Najwięcej jest firm polskich (26, czyli 68,4%). Po 2 (5,3%) firmy pochodzą z Niemiec (TUI Poland, Neckermann Polska), Tunezji (Sun & Fun Holidays, Oasis Tours) i Turcji (GTI Travel Poland, Citron Travel), a jedna z Izraela (CB International). Pięciu touroperatorów (13,2%) ma kapitał mieszany, tj. pochodzący z więcej niż jednego kraju (Wezyr Holidays z Rosji, Turcji, Białorusi i Ukrainy, Exim Tours z Czech i Niemiec, Viva Club Polska z Polski i Tunezji, Best Reisen Group z Polski i Egiptu, Travel Project z Polski i Niemiec). Znow najbardziej zróżnicowany kapitał wykazują touroperatorzy, których siedziby mieszczą się w Warszawie. Firmy pozawarszawskie mają kapitał rodzimy, z wyjątkiem Viva Club Polska z Chorzowa, która ma kapitał mieszany – polsko-tunezyjski.

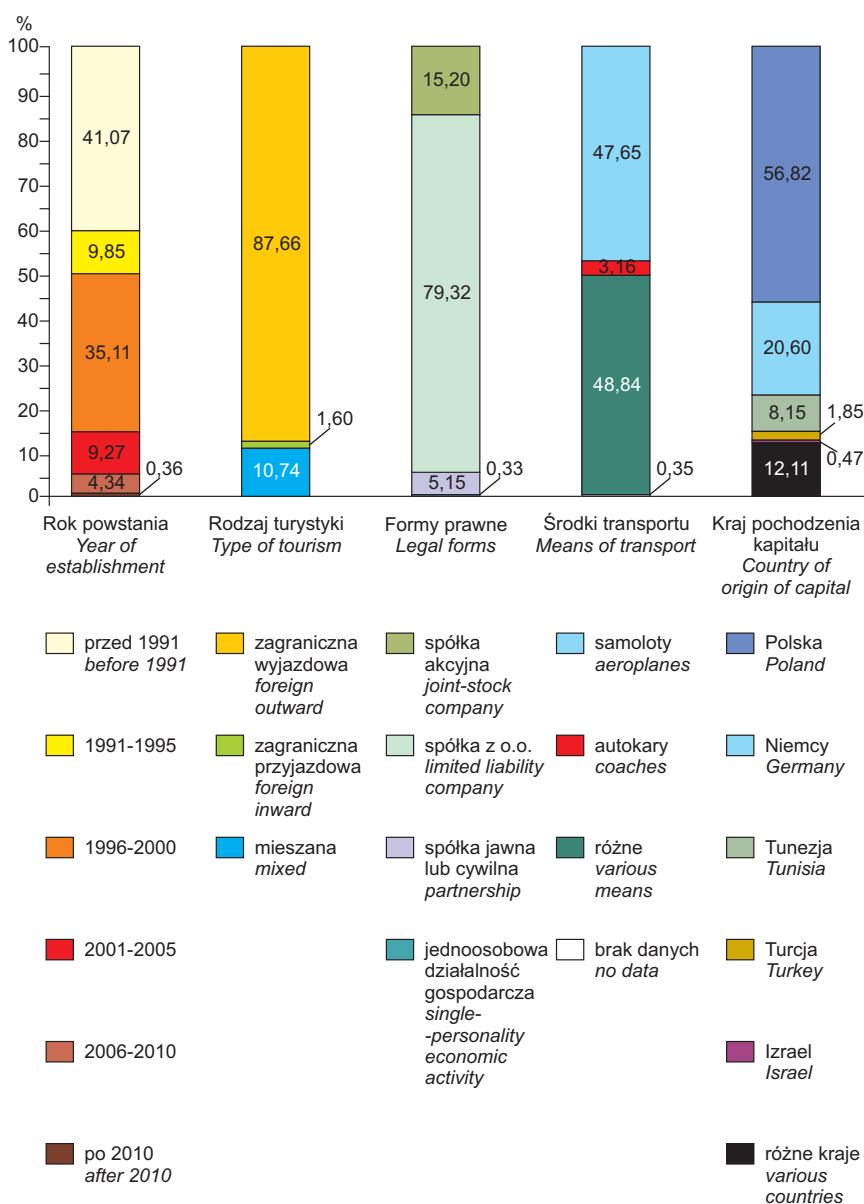
### **Struktura touroperatorów według obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych**

Inaczej wygląda struktura touroperatorów według wielkości obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych. Wydaje się, że obroty są najlepszym spośród dostępnych mierników charakteryzujących wielkość przedsiębiorstw turystycznych (ryc. 3), dlatego omówimy je nieco szerzej.

Gros touroperatorów o największych obrotach rozpoczęło swoją działalność w pierwszym okresie, a więc do 1990 r. (41,1%). Są to przede wszystkim wspo-

---

<sup>6</sup> Jeśli jednak uwzględnimy wszystkie, a nie tylko największe biura podróży, znakomita ich większość należy do osób fizycznych (Szymańska, 2009, s. 39). W ogromnej większości są to małe lub bardzo małe podmioty. Jak pisze E. Szymańska (2009, s. 39), „W następnej kolejności można wymienić spółki z ograniczoną odpowiedzialnością”, zaś pozostałe formy własności (stowarzyszenia, spółki jawne, spółki akcyjne) występują stosunkowo rzadko.



Ryc. 3. Struktura touroperatorów według obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych (31.12.2012)

Opracowanie własne na podstawie: (1) *Touroperatorzy Raport 2012*; (2) *Touroperatorzy Raport 2013*; (3) [www.infoveriti.pl](http://www.infoveriti.pl); (4) strony internetowe touroperatorów.

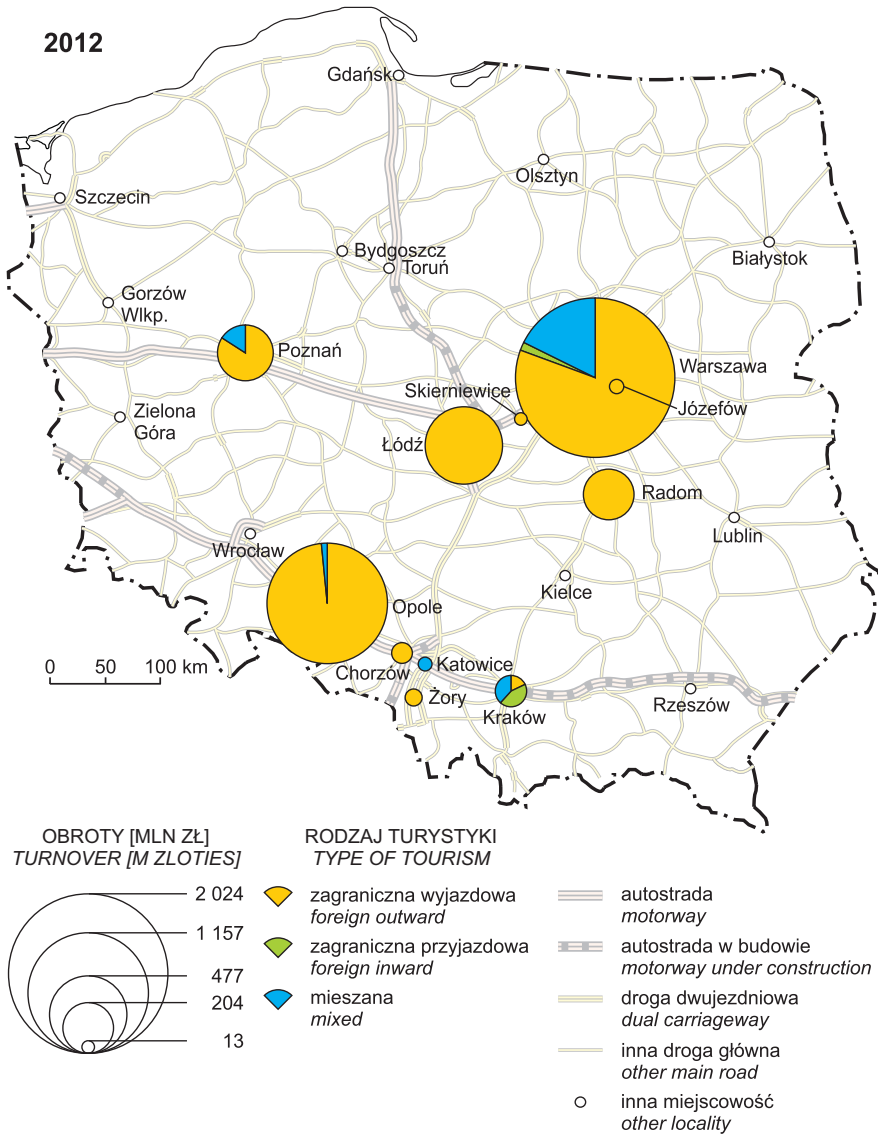
Tour-operator structure by turnover from the organising of tourist events  
Own elaboration based on: (1) *Touroperatorzy Raport 2012*; (2) *Touroperatorzy Raport 2013*; (3) [www.infoveriti.pl](http://www.infoveriti.pl); (4) websites of tour-operators.

mniani wyżej najwięksi touroperatorzy jak Itaka czy Rainbow Tours, ale też niektórzy mniejsi (Almatur Katowice, Trade & Travel z Łodzi, Almatur Polska, Logos Tour, Sigma Travel i Mazurkas Travel z Warszawy, Atas z Józefowa). Nieco mniejsze łączne obroty (35,1%) osiągają firmy założone w latach 1996-2000 (przede wszystkim takie jak TUI Poland, Wezyr Holidays, Neckermann Polska, Alfa Star, Exim Tours), a więc w okresie największego boomu nowych touroperatorów. W tym ostatnim przypadku, największa liczba nowo powstałych firm znajduje częściowe potwierdzenie w wielkości osiąganych obrotów, zaś obroty firm założonych w innym czasie są wyraźnie mniejsze. Rozkład przestrzenny siedzib touroperatorów osiągających największe obroty jest bardzo charakterystyczny: firmy warszawskie mają łączne obroty w wysokości 2,02, opolskie 1,16, a trzecie w kolejności łódzkie – 0,48 mld złotych. Obroty osiągnięte w pozostałych ośrodkach są zdecydowanie mniejsze.

Zagraniczna turystyka wyjazdowa bezwzględnie decyduje o wielkości uzyskiwanych obrotów (w 87,7%). Na drugim miejscu jest turystyka „mieszana” (10,7%), zaś turystyka przyjazdowa odpowiada zaledwie za 1,6% obrotów (ryc. 3). Taki rozkład sprawia, że Polska jest przede wszystkim krajem „eksportującym” turystów, zaś przyjazdy do niej stanowią niewielką część ruchu turystycznego. Ponieważ ogromna większość obrotów (i zapewne zysków) pochodzi z zagranicznych wyjazdów naszych obywateli, wszystkie większe biura turystyczne aktywnie uczestniczą we wspomnianej działalności. Touroperatorzy zajmujący się zagraniczną turystyką wyjazdową i przyjazdową równocześnie mają swoje siedziby w Warszawie (Logos Tour, Furnel Travel, Mazurkas Travel), Poznaniu (Ecco Holiday), Krakowie (Wygoda Travel) i Opolu (Almatur Opole). Niewiele biur uczestniczy również w krajowej turystyce wyjazdowej: jest to zaledwie część działalności takich biur jak Neckermann Polska, Almatur Polska, Almatur Katowice i Skarpa Travel (ryc. 4).

Większość obrotów (79,3%) osiągają touroperatorzy zarejestrowani jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, a ich siedziby mieszczą się w prawie każdym ośrodku. Spółki akcyjne wypracowują 15,2% obrotów, a spółki jawne 5,15%. Spółki akcyjne mają swoje siedziby w Łodzi (Rainbow Tours) i Warszawie (Exim Tours, Almatur Polska), zaś spółki jawne w Radomiu (Alfa Star) i Poznaniu (Logos Travel). Jednoosobową działalność gospodarczą reprezentuje wyłącznie biuro Olimp w Krakowie.

Samoloty i „różne” środki transportu stanowią równorzędne pozycje jeśli chodzi o wielkość obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych (odpowiednio: 47,7 i 48,8%). Jednocześnie trzeba pamiętać, że kategoria „różne” środki transportu obejmuje między innymi samoloty. Zdecydowanie mniejszy jest natomiast udział autokarów (3,2%) jako środków transportu w kreowaniu obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych. Tutaj badana sytuacja z 2012 r. (ryc. 4) różni się znacznie od istniejącej poprzednio, na przykład



Ryc. 4. Struktura touroperatorów według rodzajów oferowanej turystyki i obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych

Źródło: jak w ryc. 3.

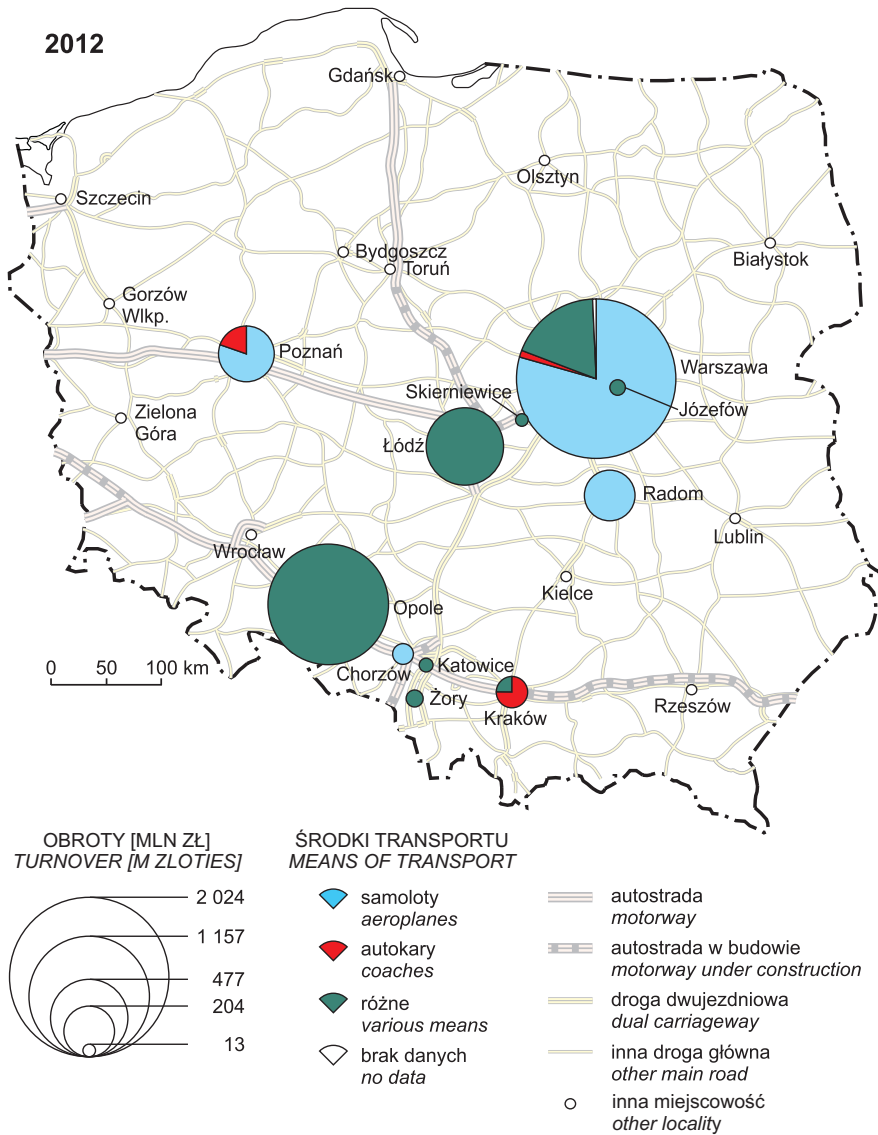
Tour-operator structure by type of tourism on offer and turnover from the organising of tourist events

Source: as in Figure 3.

w latach 1990., kiedy Polacy korzystali w znacznie większym stopniu z wycieczek autokarowych.

Najciekawsza sytuacja dotyczy touroperatorów warszawskich: korzystają oni przede wszystkim z samolotów (w 79,3%), z „różnych” środków transportu (17%) i z autokarów (1,4%). W Poznaniu dominują samoloty (80%), a w Krakowie autokary (75,2%). Touroperatorzy z pozostałych ośrodków korzystają z jednej kategorii środków transportu: z Opola, Łodzi, Żor, Katowic i Józefowa – z „różnych” środków transportu, a z Radomia i Chorzowa – z samolotów (ryc. 5).

Jeśli chodzi o strukturę touroperatorów według kraju pochodzenia kapitału, mierzoną wielkością obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych (ryc. 3), najwięcej kapitału pochodzi z Polski (56,8%), następnie z Niemiec (20,6%) i Tunezji (8,15%). Znow najciekawszą sytuację obserwujemy w Warszawie. Oprócz kapitału polskiego (10,2%), mamy tu kapitał niemiecki (43,7%), tunezyjski (17,3%), turecki (3,9%) i izraelski (1%), a resztę stanowi kapitał mieszany. W pozostałych ośrodkach całość obrotów jest rezultatem zainwestowania kapitału polskiego (w większej wysokości w Opolu, Łodzi, Poznaniu i Radomiu, a mniej w pozostałych ośrodkach), w Chorzowie zaś mieszanego (ryc. 6).

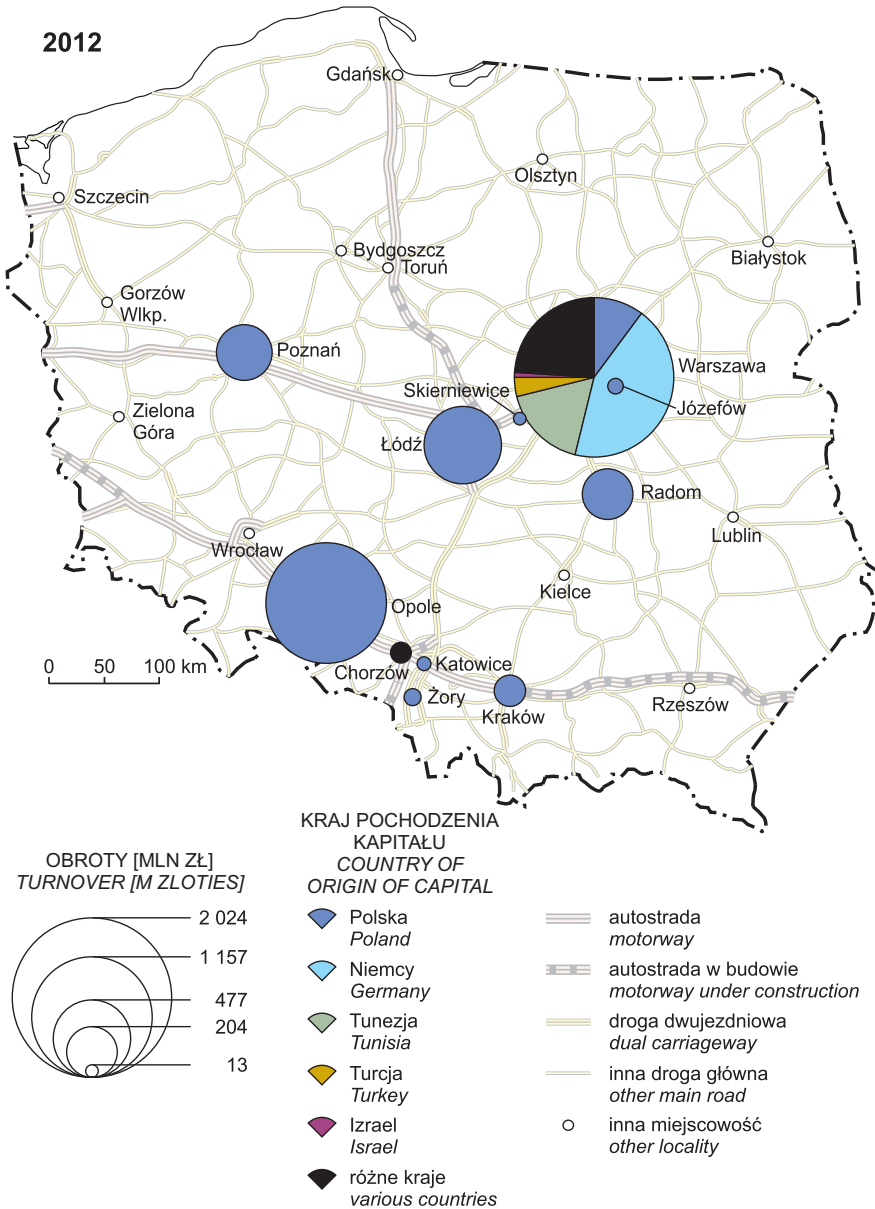


Ryc. 5. Struktura touroperatorów według środków transportu i obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych

Źródło: jak w ryc. 3.

Tour-operator structure by means of transport and turnover from the organising of tourist events

Source: as in Figure 3.



Ryc. 6. Struktura touroperatorów według krajów pochodzenia kapitału i obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych

Źródło: jak w ryc. 3.

Tour-operator structure by country of origin of capital and turnover from the organising of tourist events

Source: as in Figure 3.



## Struktura touroperatorów według liczby obsługiwanych klientów

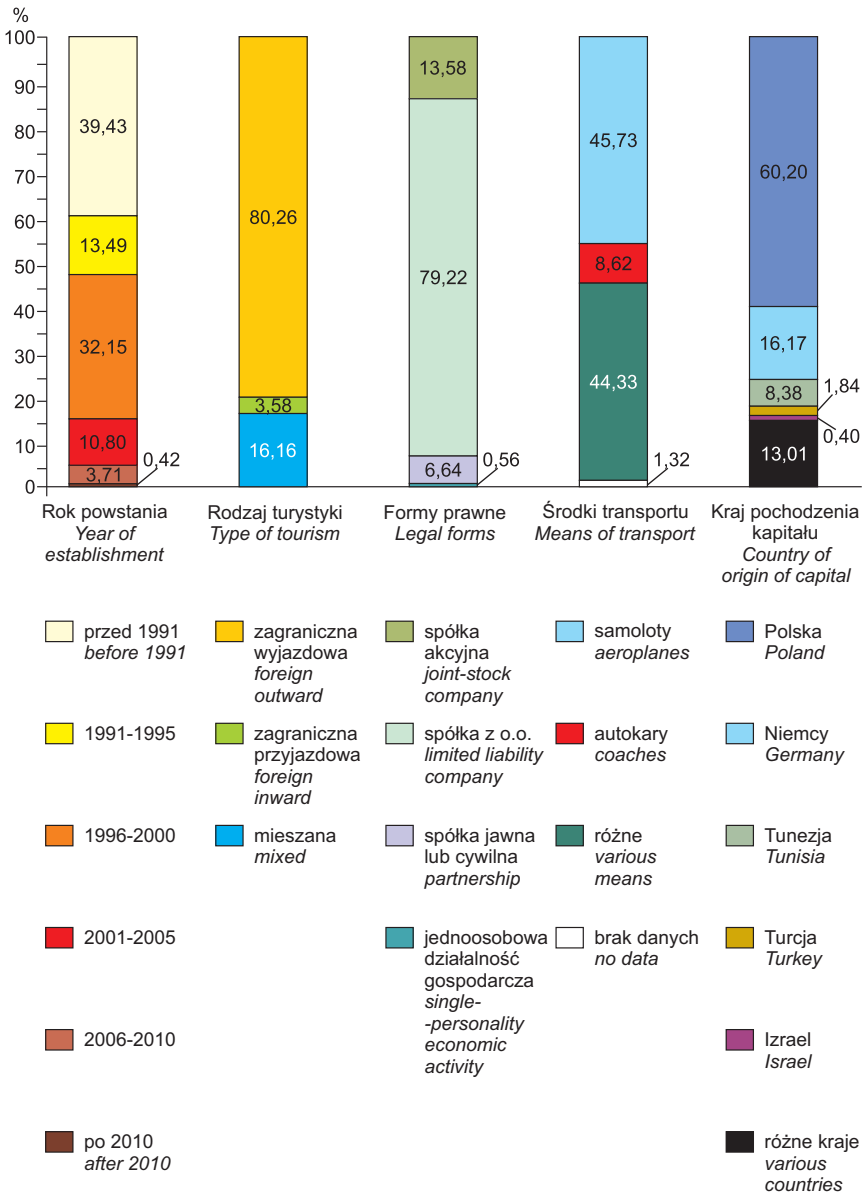
Ogólnie struktura touroperatorów według liczby pozyskanych klientów jest zbliżona do właśnie omówionej struktury według obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych, o czym świadczy istotna statystycznie zależność liniowa (por. wyżej). W skali kraju, najwięcej obsługiwanych klientów notują firmy powstałe w pierwszym okresie, tj. do roku 1990 łącznie (39,4%), a następnie w latach 1996-2000 (32,2%). Wprawdzie w obu przedziałach czasowych liczba klientów biur podróży jest nieco mniejsza od wielkości obrotów, ale różnice nie są znaczące (ryc. 7).

Jeśli chodzi o czas powstania firm, największa różnorodność cechuje touroperatorów warszawskich: zakładane przez nich przedsiębiorstwa pochodzą ze wszystkich przedziałów czasowych. Jednakże większość klientów (61%) obsługują touroperatorzy, którzy rozpoczęli swoją działalność w latach 1996-2000, a więc w okresie boomu turystycznego. W czterech okresach powstawały firmy poznańskie, które jednak biorąc pod uwagę liczbę obsługiwanych klientów (136,8 tys.) należą co najwyżej do średniej kategorii. Więcej klientów (490 tys.) pozyskali dwaj touroperatorzy opolscy, powstałi odpowiednio w latach 1989 (Itaka) i 1992 (Almatur Opole). W pozostałych ośrodkach (Łodzi, Radomiu i innych mniejszych) wszyscy touroperatorzy rozpoczynali swoją działalność w zbliżonym okresie, lecz niekoniecznie w tym samym czasie.

Biorąc pod uwagę ogólnopolską liczbę uczestników imprez turystycznych znów widać ogromną przewagę zagranicznej turystyki wyjazdowej (80,3%) nad „mieszaną” (16,2%), a zwłaszcza nad zagraniczną turystyką przyjazdową (3,6%). Przewaga Warszawy we wszystkich kategoriach jest zdecydowana. Tylko w Krakowie występują wszystkie trzy kategorie, ale liczba obsługiwanych stanowi niewielki odsetek turystów firm warszawskich. Biura w Opolu i Poznaniu obsługują klientów wyjeżdżających za granicę, jak również wyjeżdżających i przyjeżdżających. W pozostałych ośrodkach mamy do czynienia z jednym rodzajem turystyki, przede wszystkim zagraniczną wyjazdową. Największą łączną liczbę turystów obsługują biura warszawskie (1018 tys.), opolskie (490 tys.) i łódzkie (214 tys.).

Najwięcej klientów obsługują touroperatorzy zarejestrowani jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (79,2%, czyli 1683 tys.), zdecydowanie mniej spółki akcyjne (13,6% lub 289 tys.), spółki jawne (6,6% lub 141 tys.) i prowadzone jako jednoosobowa działalność gospodarcza (12 tys.). Rola poszczególnych ośrodków jest podobna do wyznaczonej na podstawie wielkości obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych. W Opolu wszystkich klientów, a w Warszawie olbrzymią większość obsługują spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, w Łodzi większość spółki akcyjne, w Radomiu całość spółki jawne.

Absolutna większość turystów wybiera samolot jako środek transportu (45,7%). Jeśli do tego dodamy „różne” środki transportu (44,3%), wśród których



Ryc. 7. Struktura touroperatorów według liczby klientów (31.12.2012)

Źródło: jak w ryc. 3.

Tour-operator structure by numbers of customers, as of 31 December 2012

Source: as in Figure 3.

również dominuje samolot, przewaga tego środka transportu jest jeszcze większa. Obecnie wyłącznie z autokarów korzysta 8,8% turystów, a także część wykazana w kategorii „różne” środki transportu (ryc. 7).

W poszczególnych ośrodkach sytuacja wygląda rozmaicie. Wszyscy klienci korzystający z usług radomskiego biura podróży Alfa Star (136,4 tys.) i chorzowskiego Viva Club Polska (16,7 tys.), a także zdecydowana większość klientów warszawskich (730,4 tys.) i poznańskich (88,4 tys.) touroperatorów wybiera samolot jako środek transportu. Wszyscy klienci opolskich (490 tys.) i łódzkich (214 tys.) biur podróży korzystali z różnych środków transportu, w tym przede wszystkim z samolotu. Autokar odgrywał pewną rolę w przejazdach turystycznych organizowanych przez warszawskich, krakowskich i poznańskich touroperatorów.

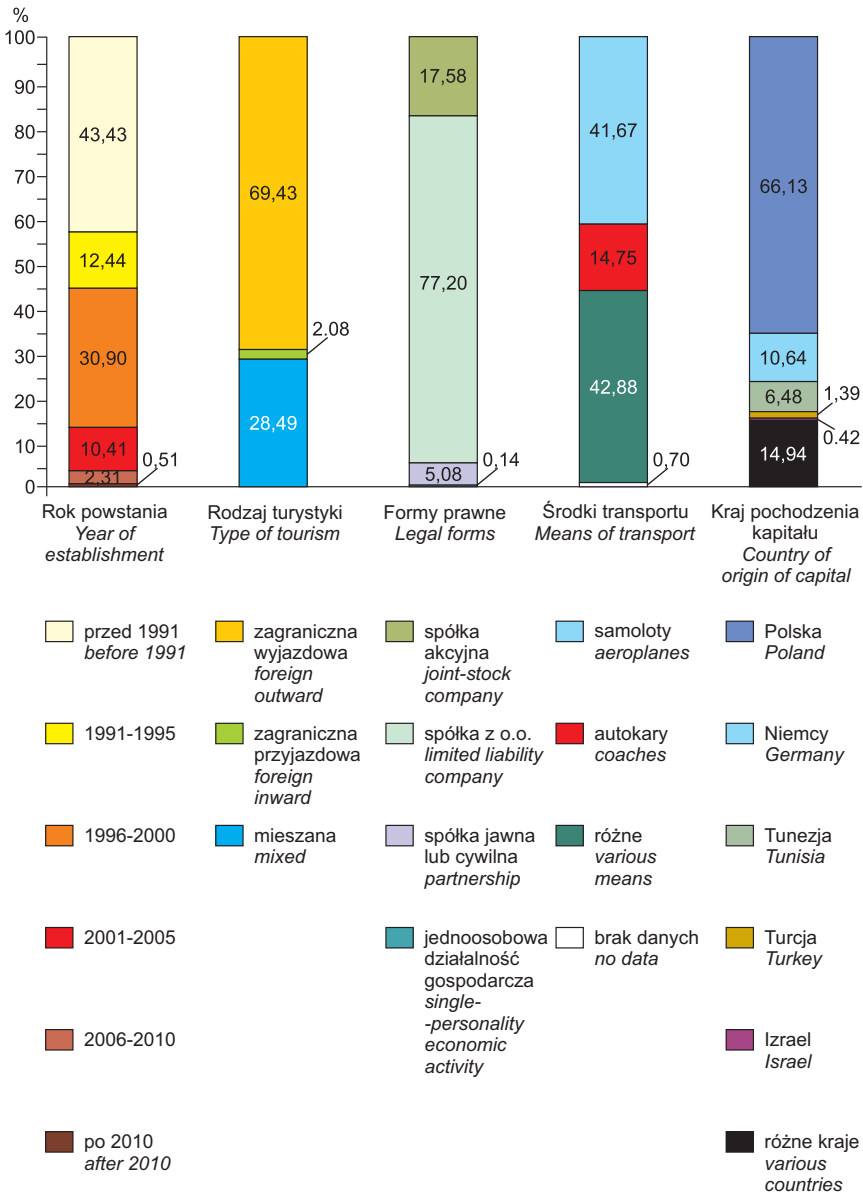
60,2% turystów było klientami touroperatorów z kapitałem polskim, 16,2% z niemieckim, 8,4% z tunezyjskim, a 13% z mieszanym, tj. pochodzącym z więcej niż jednego kraju (ryc. 7). We wszystkich ośrodkach z wyjątkiem Warszawy i Chorzowa korzystający byli wyłącznie klientami touroperatorów z rodzimym kapitałem. W tej grupie najwięcej klientów obsłużyły biura z siedzibą w Opolu (490 tys.), Łodzi (214 tys.), Poznaniu (137 tys.) i Radomiu (136 tys.). W Warszawie największą liczbę klientów (343,6 tys.) obsłużyli touroperatorzy z kapitałem niemieckim (TUI Poland, Neckermann Polska), mieszanym (259,7 tys.), polskim (189 tys.), tunezyjskim (178 tys.) i tureckim (39 tys.). W Chorzowie biuro z kapitałem polsko-tunezyjskim (Viva Club Polska) obsłużyło 16,7 tys. klientów.

### **Struktura touroperatorów według liczby zatrudnionych**

Największe udziały w zatrudnieniu mają firmy założone do roku 1990 włącznie (43,4%) i w latach 1996-2000 (30,9%), co jest w zasadzie zgodne z ich obrotami i liczbą obsłużonych klientów, natomiast nie odpowiada liczbie touroperatorów, która w podanych okresach jest nieproporcjonalnie mniejsza. W pozostałych przedziałach czasowych udziały w zatrudnieniu są dużo mniejsze, zwłaszcza w ostatnich dwóch (ryc. 8), ale również nowo zakładanych firm jest zdecydowanie mniej. Jeśli idzie o najwcześniejszy okres, zapewne u części touroperatorów mogą nadal wstępować pewne przerosty zatrudnienia, charakterystyczne dla firm zakładanych w okresie gospodarki centralnie sterowanej.

Największą łączną liczbę zatrudnionych notują touroperatorzy warszawscy (1140 osób), łódzcy (307), opolscy (256) i poznańscy (235). Obserwowana koncentracja zatrudnienia jest większa niż w przypadku liczby touroperatorów, ich obrotów i liczby obsłużonych klientów. W pozostałych ośrodkach liczba zatrudnionych nie przekracza kilkudziesięciu osób, a łączna liczba pracujących u badanych 38 touroperatorów wynosi 2162 osoby.

U touroperatorów, którzy zajmują się zagraniczną turystyką wyjazdową pracuje 69,4% zatrudnionych, „mieszana” 28,5%, zaś zagraniczną turystyką przyjazdową zaledwie 2,1% (ryc. 20). Ta ostatnia jest ledwie widoczna w Warsza-



Ryc. 8. Struktura touroperatorów według liczby zatrudnionych (31.12.2012)

Źródło: jak w ryc. 3.

Tour-operator structure by numbers employed, as of 31 December 2012

Źródło: jak w ryc. 3.

wie i Krakowie, zaś zagraniczna turystyka wyjazdowa bezwzględnie dominuje w zatrudnieniu w Warszawie (645 osób), Łodzi (307), Opolu (238), Poznaniu (159) i niektórych mniejszych ośrodkach. Duże są też udziały zatrudnionych w turystyce „mieszanej”, zwłaszcza w Warszawie, Poznaniu i Krakowie.

Biorąc pod uwagę liczbę zatrudnionych, udział spółek z ograniczoną odpowiedzialnością jest nieco mniejszy (77,2%) niż odpowiednia liczba touroperatorów, obroty wynikające z organizacji imprez turystycznych i liczba obsłużonych klientów. Większy niż by wynikało z innych mierników jest tu natomiast udział spółek akcyjnych (17,6%) (ryc. 8), co w zasadzie jest zgodne z oczekiwaniami.

Uwzględniając liczbę zatrudnionych, udziały samolotu (41,7%) i różnych środków transportu (42,9%) są nieco mniejsze niż w przypadku obrotów wynikających z organizacji imprez turystycznych i liczby klientów, natomiast nieco większe niż odpowiednie liczby touroperatorów (ryc. 8). W zatrudnieniu większy jest natomiast udział autokarów (14,8%) niż przy zastosowaniu innych mierników (z wyjątkiem liczby firm), co jest zrozumiałe biorąc pod uwagę specyfikę przewozów autokarowych. Zatrudnienie w czterech najważniejszych ośrodkach (Warszawie, Łodzi, Opolu i Poznaniu), będących siedzibami touroperatorów, wykazuje większe wewnętrzne zróżnicowanie niż w przypadku pozostałych mierników.

Zatrudnienie u touroperatorów będących własnością rodzimego kapitału (66,1%) jest nieco większe niż odpowiednie udziały w obrotach wynikających z organizacji imprez turystycznych i liczbie klientów, lecz mniejsze niż odpowiedni udział w liczbie firm. Z kolei mniejszy jest udział w zatrudnieniu w firmach z kapitałem zagranicznym (niemieckim, tunezyjskim, tureckim), biorąc pod uwagę obroty i liczbę klientów. Ta ostatnia prawidłowość nie odnosi się do touroperatorów z kapitałem wielonarodowym (ryc. 8).

\*

W świetle przeprowadzonej analizy wydaje się, że najlepszym miernikiem wielkości touroperatorów są osiągnięte przez nich obroty. Bardziej szczegółową charakterystykę największych touroperatorów funkcjonujących na polskim rynku zawiera monografia autorów niniejszego artykułu (Taylor i Ciechański, 2014). Innym, istotnym zagadnieniem jest współdziałanie organizatorów turystyki z przewoźnikami, co będzie przedmiotem odrębnego artykułu.

## Piśmiennictwo / References

- Ioannides D., 1998, *Tour operators: the gatekeepers of tourism*, [w:] D.Ioannides, K.G.Debbage (red.), *The Economic Geography of the Tourist Industry. A Supply-side Analysis*, Routledge, London-New York, s. 139-158.
- Ioannides D., Debbage K.G. (red.), 1998, *The Economic Geography of the Tourist Industry. A Supply-side Analysis*, Routledge, London-New York.

- Konieczna-Domańska A., 2008, *Biura podróży na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2 wyd.
- Szymańska E., 2009, *Biura podróży na rynku usług turystycznych*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok, 2 wyd.
- Taylor Z., Ciechański A., 2014, *Transport Companies in the Servicing of Organised Tourism in Poland*, Monografie, IGiPZ PAN, 16, Warszawa.
- Touroperatorzy Raport 2012*, 2012, Wiadomości Turystyczne, Wydanie specjalne 16.06.2012, Warszawa.
- Touroperatorzy Raport 2013*, 2013, Wiadomości Turystyczne, Wydanie specjalne 16.06.2013, Warszawa.
- [www.alfastar.pl](http://www.alfastar.pl) – oficjalny serwis internetowy touropatora Alfa Star (6.02.2014).
- [www.bptour.pl](http://www.bptour.pl) – serwis internetowy firmy BP Tour (7.03.2013, 11.02.2014).
- [www.deltanet.travel](http://www.deltanet.travel) – oficjalny serwis internetowy biura podróży Deltanet Travel (5.02.2014).
- [www.eccoholiday.com](http://www.eccoholiday.com) – oficjalny serwis internetowy touropatora Ecco Holiday (19.01.2012, 3.12.2013).
- [www.eximtours.pl](http://www.eximtours.pl) – oficjalny serwis internetowy touropatora Exim Tours (7.02.2014).
- [www.grecos.pl](http://www.grecos.pl) – oficjalny serwis internetowy touropatora Grecos Holiday (7.02.2014).
- [www.infoveriti.pl](http://www.infoveriti.pl) – serwis Info Veriti Polska udostępniający sprawozdania składane przez spółki w Krajowym Rejestrze Sądowym (5.10.2013, 16.12.2013).
- [www.itaka.pl](http://www.itaka.pl) – oficjalny serwis internetowy touropatora Itaka (22.11.2013).
- [www.mazurkas.com.pl](http://www.mazurkas.com.pl) – oficjalny serwis internetowy touropatora Mazurkas Travel Biuro Podróży (5.12.2013).
- [www.mazurkashotel.pl](http://www.mazurkashotel.pl) – oficjalny serwis internetowy spółki Mazurkas Conference Centre & Hotel (5.12.2013).
- [www.neckermann.pl](http://www.neckermann.pl) – oficjalny serwis internetowy Neckermann Polska (27.11.2013).
- [www.otiholding.com](http://www.otiholding.com) – oficjalny serwis internetowy OTI Holding (5.02.2014).
- [www.oskar.com.pl](http://www.oskar.com.pl) – oficjalny serwis internetowy Centrum Turystyki Oskar (10.05.2012, 16.12.2013).
- [www.rainbowtours.pl](http://www.rainbowtours.pl) – oficjalny serwis internetowy Rainbow Tours (19.01.2012, 13.12.2013).
- [www.sindbad.pl](http://www.sindbad.pl) – oficjalny serwis internetowy Prywatnego Biura Podróży Sindbad (04.12.2013).
- [www.sunfun.com](http://www.sunfun.com) – oficjalny serwis internetowy Sun & Fun Holidays (16.12.2013).
- [www.thomascookgroup.com](http://www.thomascookgroup.com) – Thomas Cook Group plc, Annual Report & Accounts 2012, 2013 (04.12.2013).
- [www.trampczechowice.pl](http://www.trampczechowice.pl) – oficjalny serwis internetowy firmy Tramp (7.03.2013, 10.02.2014).
- [www.transport.mazurkas.com.pl](http://www.transport.mazurkas.com.pl) – oficjalny serwis internetowy spółki Mazurkas Travel Transport (5.12.2013).
- [www.travelservice.aero](http://www.travelservice.aero) – serwis internetowy Travel Service (25.03.2014).
- [www.tui.pl](http://www.tui.pl) – oficjalny serwis internetowy TUI Poland (19.01.2012).
- [www.turystyka.gov.pl/ceotipt/statystyki/statystyka/2/](http://www.turystyka.gov.pl/ceotipt/statystyki/statystyka/2/) – strona internetowa Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (7.03.2014).
- [www.wezyrholidays.pl](http://www.wezyrholidays.pl) – oficjalny serwis internetowy Wezyr Holidays (4.02.2014).

[Wpłynęło: październik 2014 r.]

## Aneks: Charakterystyka liczbowa touroperatorów

Tabela A1. Touroperatorzy według roku rozpoczęcia działalności  
Tour operators by year of establishment

Rok Year	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Przed 1991	9	23,68	1 761,739	41,07	838 068	39,43	939	43,43
1991-1995	6	15,79	422,647	9,85	286 660	13,49	269	12,44
1996-2000	10	26,32	1 506,175	35,11	683 229	32,15	668	30,90
2001-2005	9	23,68	397,757	9,27	229 533	10,80	225	10,41
2006-2010	3	7,89	185,991	4,34	78 770	3,71	50	2,31
Po 2010	1	2,64	15,000	0,36	9 000	0,42	11	0,36
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00

Tabela A2. Touroperatorzy według rodzaju oferowanej turystyki  
Tour operators by type of tourism offered

Rodzaj turystyki <i>Type of tourism</i>	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Zagraniczna wyjazdowa	25	65,79	3 759,948	87,66	1 705 684	80,26	1501	69,43
Zagraniczna przyjazdowa	3	7,89	68,814	1,60	76 200	3,58	45	2,08
Mieszana	10	26,32	460,547	10,74	343 376	16,16	616	28,49
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00

Tabela A3. Touroperatorzy według formy prawnej  
Tour operators by legal form

Forma prawna <i>Legal form</i>	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Spółka akcyjna	3	7,89	651,822	15,20	288 716	13,58	380	17,58
Spółka z o.o.	32	84,21	3 402,398	79,32	1 683 384	79,22	1 669	77,20
Spółka jawna lub cywilna	2	5,26	221,069	5,15	141 160	6,64	110	5,08
Jednoosobowa działalność gospodarcza	1	2,64	14,020	0,33	12 000	0,56	3	0,14
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00

Tabela A4. Touroperatorzy według wykorzystywanych środków transportu  
Tour operators by means of transport used

Środki transportu <i>Transport means</i>	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Samoloty	15	39,47	2 043,910	47,65	971 995	45,73	901	41,67
Autokary	6	15,79	135,410	3,16	183 130	8,62	319	14,75
Różne	16	42,10	2 095,179	48,84	942 135	44,33	927	42,88
Brak danych	1	2,64	14,810	0,35	28 000	1,32	15	0,70
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00



Tabela A5. Touroperatorzy według kraju pochodzenia kapitału  
Tour operators by country of origin of capital

Kraj pochodzenia kapitału <i>Country of capital's origin</i>	Touroperatorzy <i>Tour operators</i>		Obroty <i>Turnover</i>		Klienci <i>Customers</i>		Zatrudnieni <i>Employed</i>	
	liczba <i>number</i>	%	mln zł <i>M zloties</i>	%	liczba <i>number</i>	%	liczba <i>number</i>	%
Polska	26	68,42	2 437,177	56,82	1 279 706	60,20	1 430	66,13
Niemcy	2	5,26	883,722	20,60	343 633	16,17	230	10,64
Tunezja	2	5,26	349,725	8,15	178 000	8,38	140	6,48
Turcja	2	5,26	79,310	1,85	39 000	1,84	30	1,39
Izrael	1	2,64	19,744	0,47	8 500	0,40	9	0,42
Różne kraje	5	13,16	519,631	12,11	276 421	13,01	323	14,94
Ogółem	38	100,00	4 289,309	100,00	2 125 260	100,00	2 162	100,00

Tabela A6. Środki transportu wykorzystywane przez touroperatorów według lokalizacji ich siedzib (udziały procentowe)

Means of transport used by tour operators by locations of their seats (as percentage)

Siedziba <i>Seat</i>	Obroty <i>Turnover (100%)</i>			Klienci <i>Customers (100%)</i>			Zatrudnieni <i>Employed (100%)</i>		
	samo- loty <i>aero- planes</i>	auto- kary <i>coaches</i>	różne <i>various means</i>	samo- loty <i>aero- planes</i>	auto- kary <i>coaches</i>	różne <i>various means</i>	samo- loty <i>aero- planes</i>	auto- kary <i>coaches</i>	różne <i>various means</i>
Chorzów	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–
Józefów	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00
Katowice	–	75,15	24,85	–	76,44	23,56	–	75,44	24,56
Kraków	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00
Łódź	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00
Opole	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00
Poznań	80,34	19,66	–	64,61	35,39	–	67,66	32,34	–
Radom	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–
Skierniewice	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00
Warszawa <sup>a</sup>	79,38	1,38	18,51	71,75	8,15	17,35	58,95	17,54	22,19
Żory	–	–	100,00	–	–	100,00	–	–	100,00

<sup>a</sup> W przypadku Warszawy brakuje danych na temat: 0,73% obrotów, 2,5% klientów i 1,32% zatrudnionych.

ZBIGNIEW TAYLOR, ARIEL CIECHAŃSKI

## THE SERVICING OF ORGANISED TOURISM IN POLAND

The subjects of this paper are tour operators involved in the servicing of organised (collective, mass) tourist traffic in Poland. Tourist traffic embraces outbound tourism from Poland, inbound from abroad into Poland, and also domestic tourism. The research extends to the largest tour operators (38 entities in total) on the market as of 2012 with annual turnover from the organisation of tourist events exceeding at least 10 million zloties. The product of a tour operator is a comprehensive package of services – such as transport, accommodation, catering, sightseeing, pilotage, entertainments, rent-a-car, insurance and others.

Although the database contains just 38 tour operators, it is these that are the largest and play the most important role on the Polish market for organised tourist traffic. All calculations and generalisations in this paper therefore concern these data, from which further conclusions have been drawn.

Tour-operator structure in terms of levels of turnover can be described as oligopolistic, in that there is a great difference in size among several large companies and the remaining (c. 3000 small) ones. It is therefore quite probable that the next few years will bring further consolidation and polarisation, with small firms being incorporated into larger ones, and either disappearing from the market, or finding themselves in niches beyond the interest of the 'giants'. As Konieczna-Domańska (2008, p.156) rightly remarks, "Observation of the market presents that concentration process is mostly dynamic in group of tour operators what would be in line with trends seen on the most developed European markets".

At the top of the ranking in 2012 is Itaka, with its turnover of 1.1 billion zloties; as followed by TUI Poland with a turnover almost 50% lower (at 641.2 million). Also quite substantial is the difference between the second and third tour operators (with Rainbow Tours on 456.6 million), and also between the latter and the company in fourth place (Wezyr Holidays – 277.1 million). Not until the fourth place do the differences decrease in absolute terms (with Neckermann Polska, Sun & Fun Holidays and Alfa Star). In summary, the 38 largest tour operators in terms of turnover account for a total of 4.29 billion zloties, which represents more than three-quarters of the entire market.

As well as by reference to turnover, the sizes of travel agencies may also be well characterised in terms of numbers of customers served and numbers employed. The hierarchy of tour operators based on numbers of travellers looks similar – though not identical – to the aforementioned one. Most tourists are served by Itaka (475,000), as followed by TUI Poland, but with a total just under half as high (220,633). Other large tourism organisers (Rainbow Tours, Wezyr Holidays, Alfa Star, Neckermann Polska) served between 190,000 and 123,000 customers in 2012. The ranking of the remaining large and medium-sized companies points to some fluctuations. In total, the 38 largest tour operators served c. 2.13 million customers.

When tour operators are considered, there is found to be a dependent linear relationship between turnover resulting from the organisation of tourist events and numbers of customers (Fig. 1), with this taking the form:

$$y = 0.001860x^2 + 393.667309x + 12465.381239,$$

where  $x$  is turnover resulting from the organisation of tourist events,  
 $y$  is the number of customers of given tour operators.

The interdependence is described by a linear regression model which is statistically significant: correlation coefficient  $r = 0.980822$ , and determination coefficient  $r^2 = 0.96201181$ .

By and large, the numbers employed at the largest tour operators, i.e. those with the greatest turnover and largest number of customers, is substantial but need not be maximal. The largest number employed characterises Rainbow Tours, which is to say a tour operator that ranks third in terms of turnover and numbers of customers served. Itaka tops the ranking for numbers employed and is in the second position. More than proportionate numbers in employment also characterises Wezyr Holidays, as well as Mazurkas Travel, both probably avoiding the outsourcing applied at other travel agencies on a wider scale. Some tour operators of foreign origin (e.g. TUI Poland) employ fewer workers than one would expect from their turnover and numbers of customers served (2nd positions). Indeed, in line with the existence of various attitudes towards outsourcing, numbers employed represents a worse measure of a tour operator's size than does either number of customers or turnover.

Over half of the number of tour operators have their seats in Warsaw (including firms that are among the largest in the country, like TUI Poland, Wezyr Holidays, Neckermann Polska, Sun & Fun Holidays, Exim Tours, Oasis Tours, GTI Travel Poland, Logos Tour, Furnel Travel, 7islands, and Mazurkas Travel). Beyond that, there are five in the city of Poznań (*i.a.* Grecos Holiday, Ecco Holiday, Oskar, Funclub), four in Cracow (*i.a.* Jan Pol Incoming Tour Operator and Wygoda Travel), and two each in Łódź (Rainbow Tours and the Trade & Travel Company) and Opole (Itaka and Almatour Opole). In the remaining centres (Chorzów, Józefów near Warsaw, Katowice, Radom, Skierniewice, and Żory) there are seats of just one, usually rather smaller, tour operator.

The largest total turnover is achieved by tour operators with their seats in Warsaw (47.2% of the total), as followed by the cities of Opole (27%) and Łódź (11.1%). Turnover of firms in other centres does not exceed 6% of the total. In similar vein, a presentation has been made of the spatial distribution of customers served. The largest numbers are in fact served by Warsaw-based tour operators (47.9%), next by those from Opole (23.1%) and then Łódź (10.1%). In other centres, the share of customers served does not exceed 10%. In turn, the largest shares in employment in the industry are accounted for by the cities of Warsaw (52.7%), Łódź (14.2), Opole (11.8) and Poznań (10.9).

Although in the research various measures are applied with a view to characterising the tour operators (such as number of entities, number of customers served, numbers employed, turnover), it seems that turnover represents the best possible index attesting to tour operator sizes.

