



Tygodnik Gospodarczy PIE

30 stycznia 2020 r.

Neuroekonomiczna wartość urlopu

Kultura zachodniego świata (zwłaszcza jego północnych rejonów) w dużym stopniu oparta jest na etosie pracy. Symbolicznie – acz dobitnie – świadczą o tym funkcjonujące w wielu językach liczne przysłowia i sentencje gloryfikujące wartość pracy. W XXI wieku ta niegdyś niekontrowersyjna cnota urosła niebezpiecznie do rangi wartości absolutnej. Gonitwa za sukcesem (niekoniecznie finansowym) sprawia, że czas wolny uznaje się za bezużyteczny. Są tacy, u których czas spędzony poza pracą lub bez konkretnego „użytecznego” celu wywołuje poczucie winy i potrzebę usprawiedliwienia.

Okazuje się jednak, że ów bezustanny pęd za mnożącymi się obowiązkami i terminami szkodzi naszym zdolnościom poznawczym i twórczym. Nieustanna stymulacja mózgu sprawia, że kolejne bodźce stają się dla niego nieistotne, a z czasem zostają wymazane ze świadomości. Skoro kreatywność jest dziś wyjątkowo cenionym zasobem, jej pielęgnowanie zdaje się koniecznością w społeczeństwie, w którym stawia się na wiedzę i innowacyjność. Według najnowszych doniesień neuronauk, aktywność umysłową poprawia jej okresowe zaniechanie, najlepiej w połączeniu z umiarkowanym wysiłkiem fizycznym.

Od dawna wiadomo, że ruch działa aktywizująco na układ krążenia, tworzenie struktur mięśniowych i spalanie tłuszczu. W ostatnich latach zgromadzono wiele dowodów świadczących o korzystnym wpływie aktywności fizycznej na zmiany w mózgu, w tym na spowolnienie procesów starzenia się procesów poznawczych. Badania pokazują niezwykłą zależność między aktywnością fizyczną i wielkością tzw. neurotroficznego czynnika wzrostu nerwów – BDNF (ang. *brain-derived neurotrophic factor*), który przyspiesza tworzenie się nowych neuronów i połączeń w mózgu. Im większa różnorodność podejmowanych form aktywności fizycznej, tym efektywniejsze są procesy poznawania, zapamiętywania i uczenia się. Brak ruchu z kolei minimalizuje ilość czynnika BDNF, osłabia funkcjonowanie neuronów, a przez to utrudnia przyswajanie nowej wiedzy.

Istotne jest, by podejmowany wysiłek sprawiał nam przyjemność i dawał poczucie odprężenia. Odpoczynek sprzyja bowiem aktywowaniu się w mózgu obszarów odpowiadających za rozwój kreatywnego myślenia (ang. *default mode network*). Przelotna myśl, mimowolnie przywołany obraz lub wspomnienie stają się w tym procesie źródłem oryginalnych pomysłów. To nie przypadek, że Archimedes dokonał swojego największego odkrycia w czasie kąpieli, a Newton w ramach niezbyt zajmującej sjeisty pod jabłonią.

Zachęceni ich przykładem, spróbujmy uwolnić pokłady kreatywności w czasie tegorocznych ferii. Zadbajmy też o aktywny wypoczynek naszych dzieci, pamiętając, że u najmłodszych sprzyja on rozwojowi hipokampu (obszaru mózgu odpowiedzialnego za procesy poznawcze, zdolność zapamiętywania, koncentrację i emocje), a przez to lepszym wynikiem w nauce w porównaniu z prowadzącymi siedzący tryb życia rówieśnikami.

Ferie to dla gospodarki znacznie więcej niż zyski branży turystycznej.



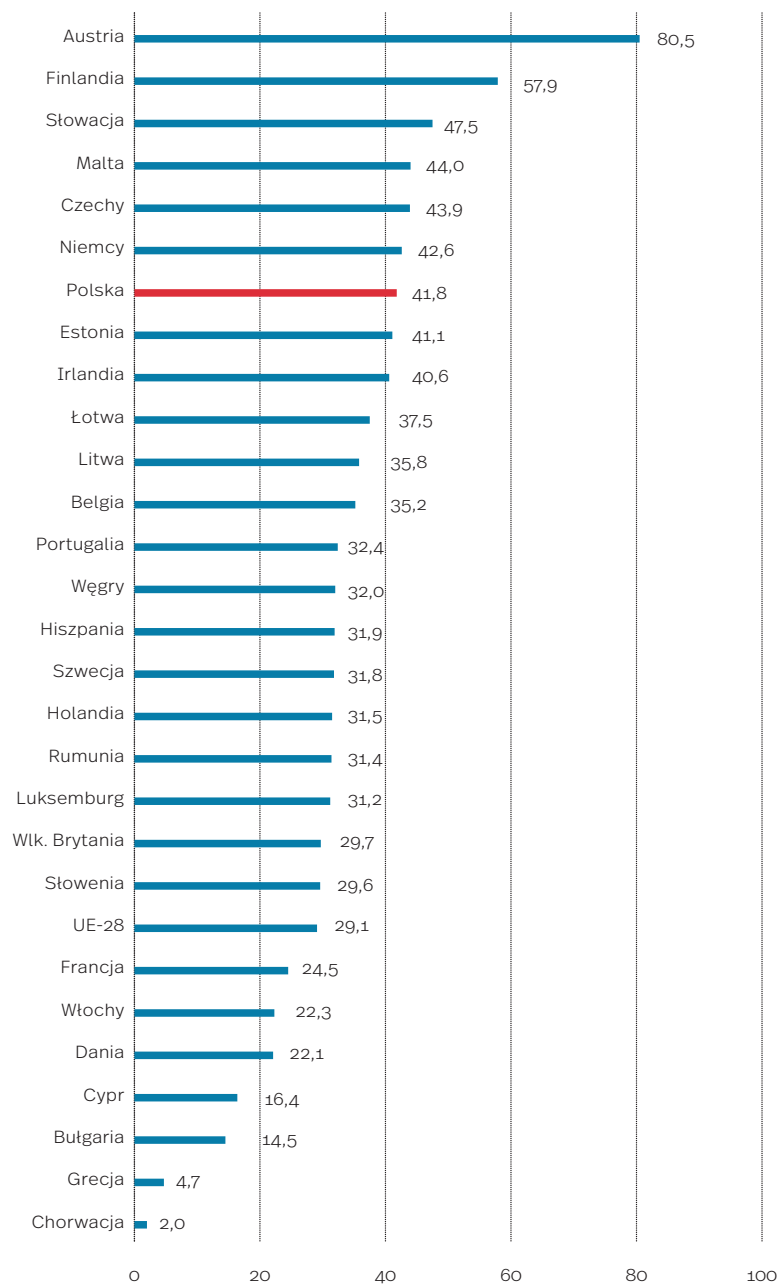
Agnieszka Wincewicz-Price
Kierownik zespołu ekonomii behawioralnej, PIE

Polska na 5. miejscu w Europie pod względem znaczenia wyjazdów w okresie ferii zimowych

→ Zimowy wypoczynek staje się w Polsce coraz bardziej popularny. Według badania ankietowego przeprowadzonego przez Kantar dla Polskiej Organizacji Turystycznej (POT), w sezonie zimowym 2019/2020 wyjazd w celach turystycznych planuje co czwarty Polak w wieku

15 i więcej lat [1]. W porównaniu z wynikiem analogicznego badania sprzed czterech lat oznacza to wzrost o 10 pkt. proc. [2]. Zimowy wypoczynek preferują osoby młode (w wieku 18-29 lat), z wyższym dochodem i mieszkańcy dużych miast.

↘ **Wykres 1.** Liczba noclegów turystycznych w okresie ferii zimowych (styczeń-luty) w stosunku do liczby noclegów w sezonie wakacyjnym (lipiec-sierpień) 2019 r. w krajach UE-28 (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Eurostatu.

- Około 1/3 wyjazdów turystycznych w sezonie zimowym wiąże się z feriami zimowymi. Odpowiedni odsetek wynosi, według POT, 31 proc. w obecnym sezonie i choć jest wyraźnie niższy niż w sezonie poprzednim (40 proc.), to wyższy niż w sezonie 2015/2016 (28 proc.). Ciągłe mniejszy niż w czasie ferii zimowych, choć systematycznie rosnący jest udział wyjazdów w okresie świąteczno-noworocznym. Zwiększył się on z 11 proc. w sezonie 2015/2016 do 15 proc. w sezonie 2018/2019 i 25 proc. w sezonie 2019/2020. Nadal najwięcej osób planuje jednak swój zimowy wypoczynek w terminach innych niż święta i ferie (40 proc. w poprzednim i obecnym sezonie).
- Spośród planujących wyjazd turystyczny w obecnym sezonie zimowym 38 proc. zamierza wyjechać za granicę, przy czym – według Polskiej Izby Turystyki [3] – 17 proc. to zyskujące na popularności wyjazdy do krajów egzotycznych (najczęstsze kierunki to Tajlandia, Zjednoczone Emiraty Arabskie, Malediwy, Wyspy Zielonego Przylądka, Kenia, Tanzania, Dominikana, Chiny, Oman i Kuba). Większość planowanych wyjazdów (60 proc. w obecnym sezonie zimowym wobec 76 proc. w sezonie 2015/2016) to wyjazdy krajowe, w tym głównie w polskie góry (40 proc.).
- Wyjazdy w okresie ferii zimowych mają relatywnie duże i rosnące znaczenie dla polskiej branży turystycznej. Według danych Eurostatu [4], liczba noclegów w obiektach turystycznych w styczniu i lutym w relacji do całorocznej liczby noclegów w 2018 r. kształtowała się w UE w szerokich granicach od 1,1 proc. w Chorwacji i 2,4 proc. w Grecji do 21 proc. w Austrii. Polska, z udziałem 11,9 proc., zajmowała w tej klasyfikacji wysokie 5. miejsce, wyprzedzana – oprócz

Austrii – jedynie przez Finlandię (14,5 proc.), Słowację (13,5 proc.) i Czechy (12,3 proc.). Wskaźnik dla Polski był wyższy od średniego dla UE-28 (9,6 proc.) i wyraźnie zwiększył się w stosunku do notowanego w naszym kraju w poprzednich latach (10,3 proc. w 2016 r. i 10,2 proc. w 2017 r.).

- Mimo rosnącego zainteresowania wypoczynkiem zimowym, głównym okresem wyjazdów turystycznych są ciągle wakacje letnie (lipiec-sierpień). W 2019 r. liczba noclegów w sezonie wakacyjnym była w UE-28 ponad trzykrotnie większa niż w okresie ferii zimowych (styczeń-luty). Polska należała do tych krajów, w których znaczenie ferii zimowych dla branży hotelarskiej było na tle wakacji letnich relatywnie duże (7. miejsce w UE – wykres 1). Liczba noclegów w okresie ferii zimowych stanowiła w Polsce 41,8 proc. liczby noclegów w sezonie wakacyjnym wobec 29,1 proc. średnio w UE. Podobnie jak w przypadku relacji do wielkości całorocznych, wskaźnik ten był najwyższy w Austrii (80,5 proc.), zaś najniższy w Chorwacji (2,0 proc.) i Grecji (4,7 proc.).

[1] *Plany wyjazdowe Polaków – sezon zimowy 2019/2020* (2019), <https://www.pot.gov.pl/pl/dane-i-wiedza/dane-i-wiedza/badania-i-analizy> [dostęp: 27.01.2020].

[2] *Turystyka zimowa w Polsce 2016/2017. Raport z badań* (2017), Departament Strategii Polskiej Organizacji Turystycznej, <https://www.pot.gov.pl/pl/dane-i-wiedza/dane-i-wiedza/badania-i-analizy> [dostęp: 27.01.2020].

[3] *Zagraniczne wakacje Polaków 2019. Egzotyka 2020* (2019), Polska Izba Turystyki, <https://www.pit.org.pl/index.php?navi=048&id=3992> [dostęp: 27.01.2020].

[4] *Nights spent at tourist accommodation establishments – monthly data* (2019), Eurostat, https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_nim&lang=en [dostęp: 24.1.2020].

Liczba turystów zagranicznych w sezonie zimowym w Polsce podwoiła się w ostatniej dekadzie

- **W ostatniej dekadzie liczba zagranicznych turystów odwiedzających Polskę w miesiącach zimowych (styczeń i luty) zwiększyła się ponad dwukrotnie** z ok. 360 tys. w 2009 r. do blisko 800 tys. w 2019 r. Dla porównania, w miesiącach letnich ich liczba wzrosła 4,5-krotnie odpowiednio z blisko 1 do 4,5 mln w 2019 r.
- **1/4 wszystkich odwiedzających Polskę w miesiącach zimowych (styczniu i lutym) to**

obywatele Niemiec. W sezonie zimowym jest ich ponad 180 tys. (wykres 2) W miesiącach letnich (lipiec i sierpień) ich liczba wzrasta do ponad 1,5 mln, co stanowi 1/3 turystów zagranicznych ogółem. Zainteresowanie Niemców turystyką zimową w Polsce zaczęło dynamicznie rosnąć w ostatnich kilku latach, gdy liczba turystów wzrosła ze 107 tys. w 2014 r. do 183 tys. w 2019 r. Z kolei największy wzrost

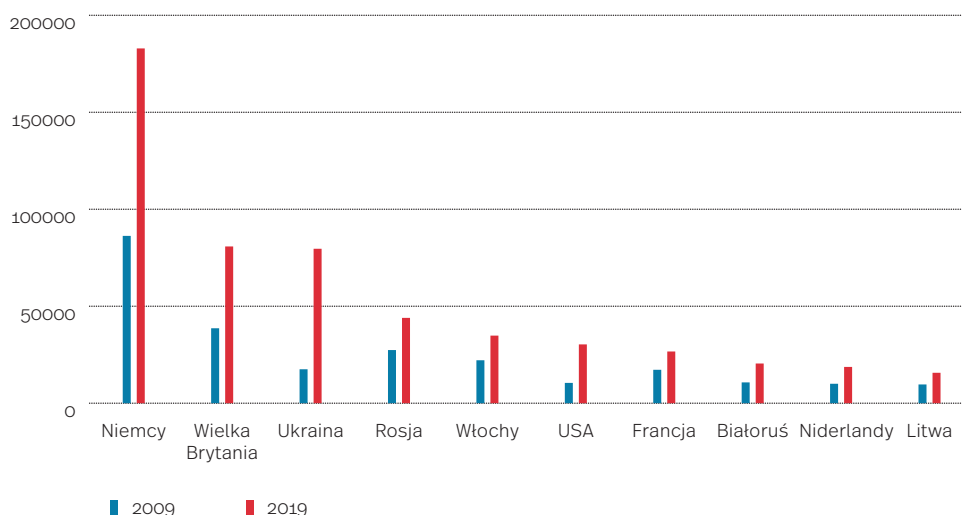
zainteresowania obywateli Niemiec Polską w miesiącach letnich odnotowano w ostatnich dwóch latach (ich liczba wzrosła wówczas o ponad 1 mln).

- **Zimą wciąż najchętniej przyjeżdżają do Polski turyści z Niemiec, Wielkiej Brytanii, Rosji i Włoch.** Dynamicznie rośnie także liczba turystów z Ukrainy. Nie wiadomo jednak jaka część ruchu turystycznego z tego kierunku wynika z faktycznego zainteresowania obywateli Ukrainy Polską jako miejscem wypoczynku, a jaka z ich aktywności

zarobkowej i prac podejmowanych w naszym kraju.

- **W ostatnich 10 latach dynamicznie rosła także liczba turystów odwiedzających nasz kraj w sezonie zimowym z kierunków azjatyckich** (Chin, Indii, Hongkongu, Republiki Korei oraz Tajwanu) – z 4 tys. osób w 2009 r. wzrosła do ponad 24 tys. w 2019 r. W miesiącach letnich (lipiec i sierpień) ich liczba wzrosła z 12,5 tys. do 107,6 tys. Zwiększył się także udział tych krajów w łącznej liczbie odwiedzających z 1 proc. do 3 proc. (latem z 1 proc. do 2 proc.).

▸ **Wykres 2. Top 10 państw, z których pochodzą turyści najliczniej odwiedzający Polskę w miesiącach zimowych (łącznie w styczniu i lutym), porównanie lat 2009 i 2019**



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS.

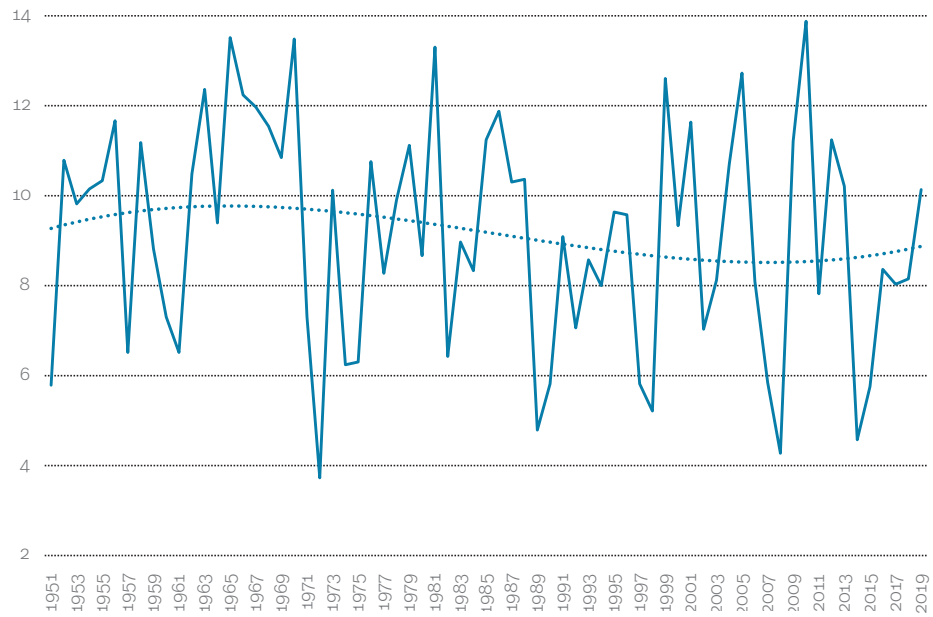
Czy wiosną czeka nas susza?

- Na wiosenne opady deszczu pozostaje nam jeszcze poczekać. Ich częstotliwość oraz intensywność to podstawowy czynnik, od którego będzie zależało, czy w tym roku dotknie nas susza rolnicza, a co za tym idzie, jak kształtować się będą ceny artykułów rolnych. Jednak istotnym czynnikiem, który ma wpływ na występowanie zjawiska suszy, zwłaszcza we wczesnym okresie wegetacji roślin, jest sytuacja hydrologiczna występująca zimą, a więc poziom opadów śniegu oraz temperatura.
- Od połowy lat 60. XX wieku systematycznie maleje średnia liczba dni z opadem śniegu [5].

Jeszcze w dekadzie 1950-1960 średnia liczba takich dni w okresie od grudnia do lutego wyniosła 10,6. W dekadzie 2010-2019 średnia ta wyniosła 8,8, a więc niemal o dwa dni mniej.

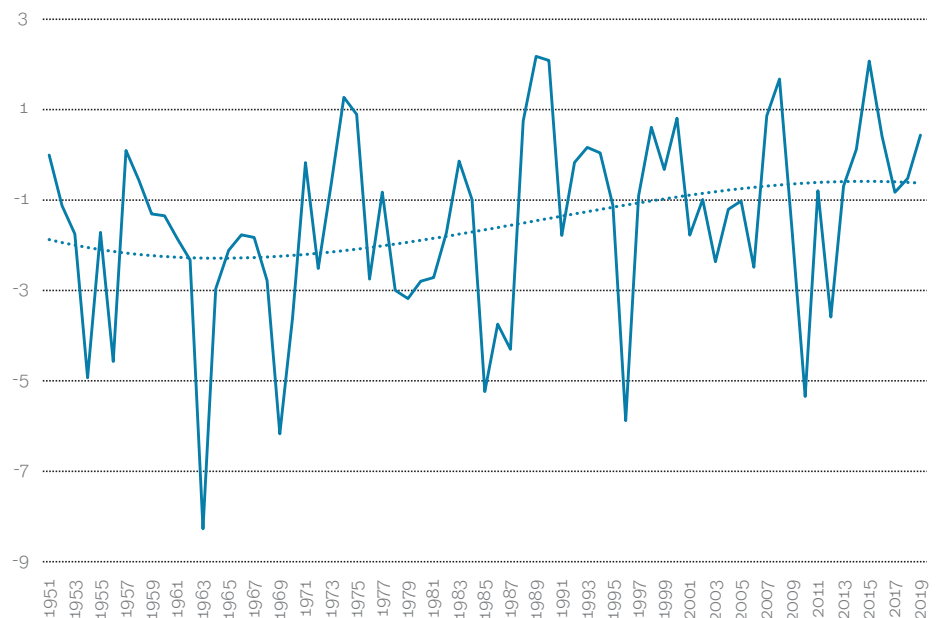
- Równocześnie rosną średnie miesięczne temperatury w miesiącach zimowych (grudzień, styczeń, luty). Najzimniej było w dekadzie 1960-1969, kiedy średnia miesięczna temperatura wyniosła -3,1 st. Celsjusza. W kolejnych dekadach średnie wysokości dobowych temperatur systematycznie rosły, by w minionej dekadzie (2010-2019) osiągnąć wartość -0,9 st. Celsjusza.

➤ **Wykres 3.** Średnia liczba dni z opadem śniegu w miesiącach zimowych (dla wybranych stacji meteorologicznych)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Instytutu Meteorologii i Gospodarki Wodnej.

➤ **Wykres 4.** Średnie dobowe temperatury w miesiącach zimowych (dla wybranych stacji meteorologicznych)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Instytutu Meteorologii i Gospodarki Wodnej.

➔ Malejące w sposób systematyczny opady śniegu oraz rosnące średnie temperatury dobowe mają istotne skutki gospodarcze. To właśnie od wielkości opadów deszczu i śniegu w miesiącach zimowych zależy poziom wilgotności gleby oraz stan wód podziemnych (zaskórnych), niezbędnych

do prawidłowej wegetacji roślin. Opady deszczu występujące wiosną, ze względu na wyższe temperatury i, co za tym idzie, większe parowanie, nie są w stanie uzupełnić niedoboru wody występującego w okresie zimowym. Jednym z podstawowych negatywnych skutków gospodarczych braku

opadów śniegu w okresie zimowym jest susza rolnicza i w konsekwencji rosnące ceny artykułów rolnych. Obserwowany obecnie niski poziom wilgotności gleby oraz stanu wód podpowierzchniowych, o ile nie zostanie zrekomensowany regularnymi i umiarkowanymi opadami deszczu w okresie

wiosennym, przyczyni się do wzrostu kosztów żywności.

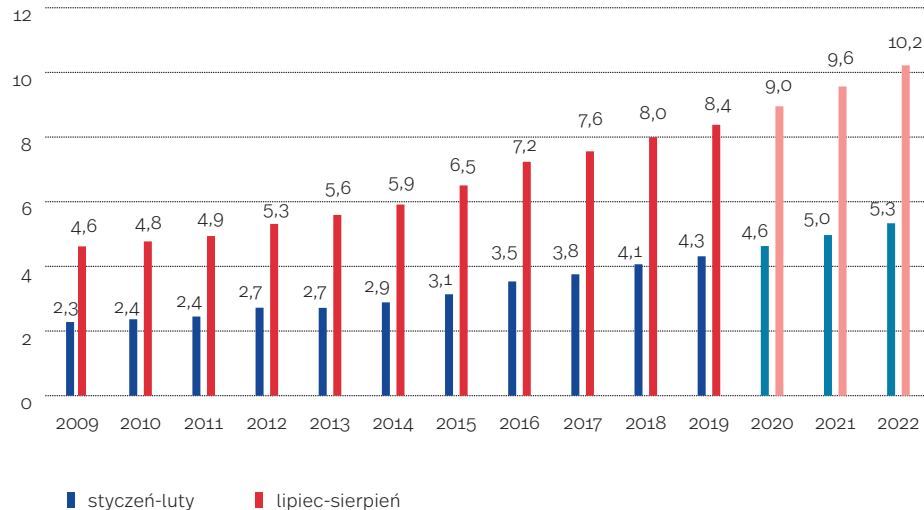
[5] W analizie uwzględniono stacje pomiarowe, udostępniające dane dla całego okresu 1951-2019. Są to: Dynów, Kraków-Observatorium, Puczniew, Skierniewice, Puławy, Kórnik, Kołuda Wielka, Warszawa-Bielany, Pułtusk, Szepietowo, Lidzbark Warmiński.

Rozwój turystyki w Polsce – latem czy zimą?

→ Według danych GUS, liczba turystów korzystających z noclegów w okresie letnim (lipiec-sierpień) jest prawie dwukrotnie wyższa niż w okresie zimowym (styczeń-luty) (wykres 5). Jednak w ostatnich 10 latach dynamika wzrostu liczby turystów była wyższa w okresie zimowym. Liczba turystów w styczniu

i lutym wzrosła z 2,3 mln w 2009 r. do 5,3 mln w 2019 r., czyli o 89,3 proc., podczas gdy w lipcu i sierpniu odpowiednio z 4,6 mln do 8,4 mln, czyli o 81,4 proc. Zgodnie z prognozą PIE, w 2022 r. liczba turystów w lipcu i sierpniu osiągnie poziom 10,2 mln, a w styczniu i lutym 5,3 mln.

▾ Wykres 5. Liczba turystów w okresie zimowym (styczeń-luty) i letnim (lipiec-sierpień) w Polsce w latach 2009-2019 oraz prognoza na lata 2020-2022 (w mln osób)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS (BDL).

→ Występuje silne zróżnicowanie województw pod względem udziału w strukturze zbiorowości turystów korzystających z noclegów. Równocześnie struktura liczby turystów różni się między latem a zimą. Udział woj. pomorskiego w okresie letnim jest prawie dwukrotnie wyższy niż w zimowym, a woj. zachodniopomorskiego i warmińsko-mazurskiego o ponad połowę. Jest to zrozumiałe, gdyż wybrzeże morskie i Kraina Tysiąca Jezior to tradycyjnie

obszar wypoczynku letniego Polaków. Z kolei udział większości województw, w których położone są góry i ośrodki narciarskie był zdecydowanie wyższy w okresie zimowym (małopolskie, dolnośląskie i śląskie). Jednak udział województw podkarpackiego i świętokrzyskiego w obu okresach był zbliżony.

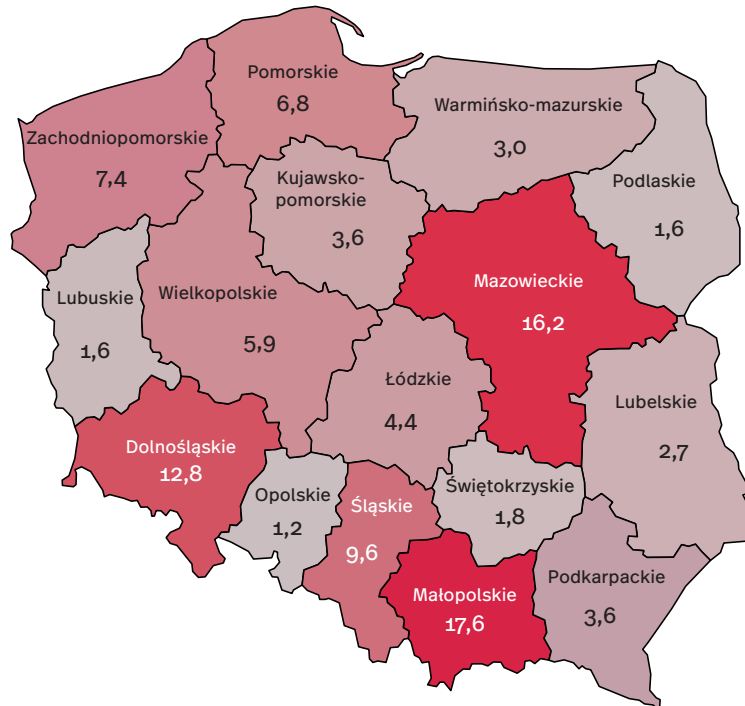
→ Zarówno w styczniu i lutym, jak w lipcu i sierpniu 2019 r. najwięcej turystów odwiedziło województwo małopolskie, odpowiednio

14,5 proc. i 17,6 proc. ogółu wycieczających w kraju. W okresie zimowym na drugim miejscu znalazło się woj. mazowieckie (16,2 proc.),

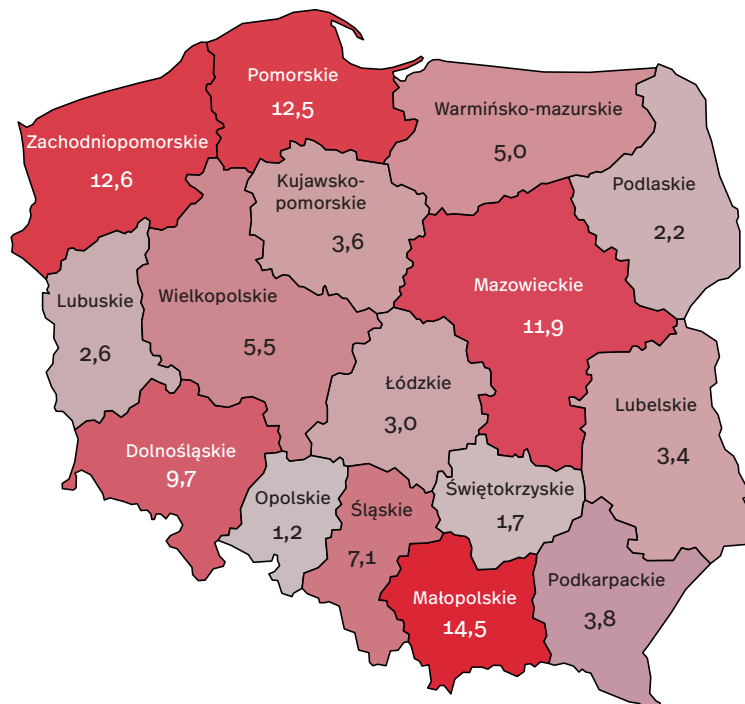
natomiast w letnim – województwo zachodniopomorskie (12,6 proc.), a tuż za nim pomorskie (12,5 proc.).

▼ **Mapa 1.** Struktura liczby turystów według województw w styczniu i lutym oraz lipcu i sierpniu 2019 r. (w proc.)

styczeń i luty



lipiec i sierpień



→ Ostatnia dekada przyniosła dynamiczny rozwój turystyki w Polsce i ujawniły się w niej nowe trendy [6]. Wśród nich można dostrzec wyraźne tendencje zainteresowania wypoczynkiem na łonie natury, co przekłada się na zwiększone zainteresowanie turystyką wiejską i leśną. Turystyka masowa ustępuje miejsca turystyce indywidualnej nastawionej na poprawę kondycji

fizycznej i psychicznej oraz na pogłębianie wiedzy o miejscach, ich historii i kulturze. Jednym z motywów wzrostu zainteresowania turystyką krajową jest poczucie większego bezpieczeństwa w Polsce niż w innych rejonach świata.

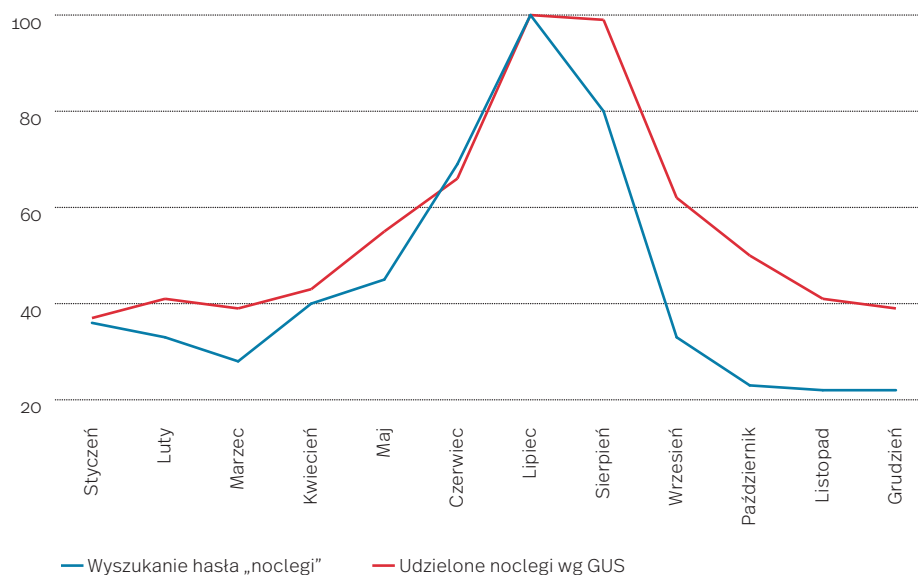
[6] *Trendy w branży turystycznej na 2019*, <https://www.nocowanie.pl/trendy-w-branzy-turystycznej-na-2019.html> [dostęp: 23.01.2020].

Hej Google, wyszukaj noclegi

→ Największe cyfrowe firmy dysponują olbrzymimi zbiorami danych o użytkownikach swoich usług, które pozwalają im prognozować i rozumieć zachowania poszczególnych osób, jak i całych zbiorowości. Częścią swoich danych Google dzieli się z internautami przez aplikację Google Trends. Można tam prześledzić, jakie hasła wpisują internauci do wyszukiwarki w różnych miejscach na świecie,

co pozwala badać z kolei, jak zmienia się popularność różnych postaci, zjawisk i wnioskować, czym ludzie niepokoją się lub cieszą. Tego typu dane pozwalają zobaczyć też rozkład zainteresowań wyjazdami wczasowymi i porównać je z danymi GUS. Dane z wyszukiwania mogą uzupełniać dane oficjalne, gdyż w odróżnieniu od nich nie pomijają szarej strefy.

↘ **Wykres 6. Sezonowość noclegów w Polsce – średnia dla lat 2015-2019**



Uwaga: GUS (BDL) – liczba udzielonych noclegów, Google Trends – liczba wyszukiwań hasła „noclegi”. Uśrednione dane dla lat 2015-2019, gdzie 100 = wynik dla lipca, a pozostałe liczby przedstawiają stosunek danej wartości do wyniku z lipca.

Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS (BDL).

→ Dane o wyszukiwaniu hasła „noclegi” (i jemu pokrewnych – zawierających słowo „noclegi”) zgadzają się z danymi GUS dotyczącymi sezonowości noclegów. W obu przypadkach można dostrzec wyraźny wzrost zainteresowania

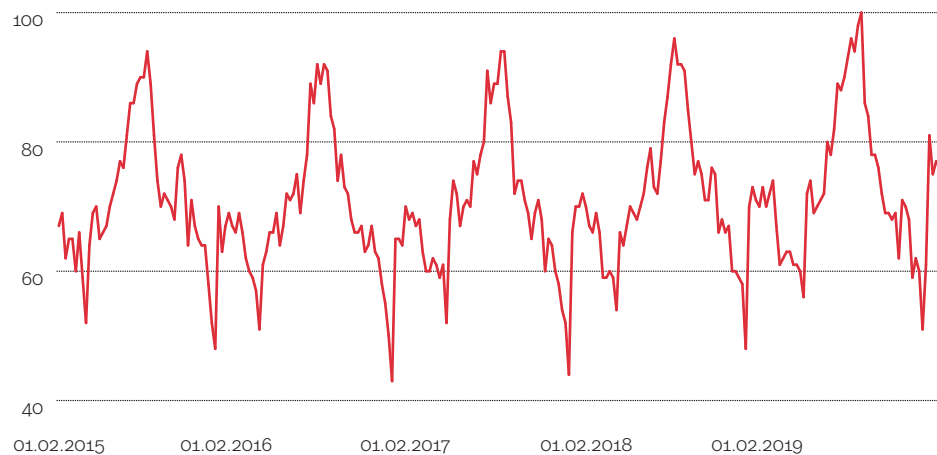
podróżami w okresie wakacyjnym. Miesiące od grudnia do marca to najgorszy czas dla branży turystycznej w Polsce jeśli chodzi o liczbę udzielonych noclegów. W sieci najrzadziej wyszukujemy hasła związane

z noclegami w miesiącach jesiennych – od października do grudnia.

→ Hasło „noclegi” jest wyraźnie częściej wyszukiwane w polskim internecie niż hasła: „pokoje”, „kwatery”, „pensjonat”. Najpopularniejszym hasłem związanym z miejscami noclegowymi jest jednak słowo „hotel”. Wyszukiwanie tego hasła cieszy się największym zainteresowaniem także w okresie wakacyjnym, jednak nie jest to

duża różnica w stosunku do reszty roku, dostrzegalne jest za to występowanie sezonu zimowego w styczniu i lutym. Niską sezonowość najprawdopodobniej może wyjaśnić wielofunkcyjność hoteli – wyszukiwania mogły dotyczyć np. restauracji hotelowych, usług dodatkowych (SPA, baseny, kręgielnie), organizacji konferencji albo po prostu hotelu jako punktu na mapie, przystanku komunikacji.

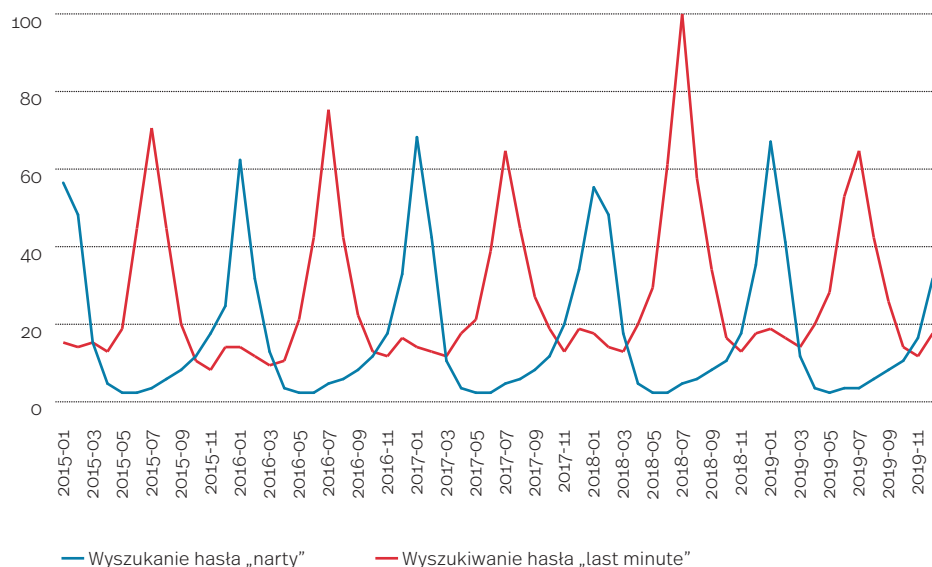
▾ Wykres 7. Wyszukiwanie hasła „hotel” w Google



Uwaga: Google Trends za lata 2015-2019 tygodniowo. 100 = wartość maksimum, czyli liczba wyszukiwań hasła „hotel” w sierpniu 2019 r.

Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Google Trends.

▾ Wykres 8. Porównanie wyszukiwania haseł „narty” i „wczasy last minute” w Google



Uwaga: Google Trends za lata 2015-2019, miesięcznie. 100 = wartość maksimum, czyli liczba wyszukiwań hasła „last minute” w lipcu 2018 r.

Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych Google Trends.

→ Częstym dylematem osób wyjeżdżających na zagraniczne ferie jest wybór między góorskimi rejonami a wczasami na w „ciepłych krajach”. Hasło „last minute” wyszukiwane jest znacznie częściej w sezonie wakacyjnym – podobnie

jak „noclegi”. Zimą zdecydowanie dominują wyjazdy narciarskie, jednak dostrzegalny jest nieduży wzrost zainteresowania wycieczkami last minute – szczególnie na przetomie lat (grudzień-styczeń).

Opracowanie merytoryczne: *Katarzyna Bąkowska, Janusz Chojna, Katarzyna Dębkowska, Joanna Gniadek, Jacek Grzeszak, Hanna Kępka, Urszula Kłosiewicz-Górecka, Paula Kukołowicz, Anna Szymańska, Agnieszka Wincewicz-Price, Piotr Ważniewski, Katarzyna Zybortowicz*

Wydarzenia i dane przedstawione w niniejszej publikacji pochodzą i bazują na źródłach zewnętrznych, stąd nie gwarantujemy ich poprawności. Mogą one być ponadto niekompletne albo skrócone. Wszystkie opinie i prognozy wyrażone w niniejszej publikacji są wyrazem oceny ekspertów PIE w dniu ich publikacji i mogą ulec zmianie bez zapowiedzi. Niniejszy dokument jest jedynie materiałem informacyjnym do użytku odbiorcy.

Polski Instytut Ekonomiczny

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny *think tank* gospodarczy, którego historia sięga 1928 roku. Obszary badawcze Polskiego Instytutu Ekonomicznego to przede wszystkim handel zagraniczny, makroekonomia, energetyka i gospodarka cyfrowa oraz analizy strategiczne dotyczące kluczowych obszarów życia społecznego i publicznego Polski. Instytut zajmuje się dostarczaniem analiz i ekspertyz do realizacji Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, a także popularyzacją polskich badań naukowych z zakresu nauk ekonomicznych i społecznych w kraju oraz za granicą.



Kontakt
Andrzej Kubisiak
Kierownik Zespołu Komunikacji
andrzej.kubisiak@pie.net.pl
tel. 48 512 176 030