



**AUTOREFERAT
PRZEDSTAWIAJĄCY OPIS
DOROBKU I OSIĄGNIĘĆ NAUKOWYCH**

**dr Joanna Kizielewicz
Katedra Ekonomiki Usług
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa
Akademia Morska w Gdyni**

Gdynia, 2017 rok

Spis treści

	Str.
1. Dane personalne.....	3
2. Posiadane dyplomy i stopnie naukowe.....	3
3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych.....	3
4. Wskazanie osiągnięcia naukowego.....	4
wynikającego z art. 16. ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki [Dz.U.2016 r. poz. 882 ze zm. W dz. U. z 2016 r.poz. 1311.)	
A). Tytuł osiągnięcia naukowego.....	4
B). Cykl publikacji włączonych do osiągnięcia naukowego.....	5
C). Omówienie celu naukowego prac stanowiących osiągnięcie naukowe i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania.....	6
C. 1. Uzasadnienie wybranego obszaru badań.....	6
C. 2. Zdiagnozowane luki w literaturze ekonomicznej w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki usług.....	9
C. 3. Charakterystyka cyklu publikacji będących osiągnięciem naukowym.....	11
C.3.1. Charakterystyka monografii naukowej.....	11
C.3.2. Charakterystyka artykułu nr 1. pt. Consumption of cruise ship passengers in tourist destinations (2013).....	28
C.3.3. Charakterystyka artykułu nr 2. pt. Theme cruises, as a trend in marine tourism (2013).....	29
C.3.4. Charakterystyka artykułu nr 3. pt. Kreowanie marki i wizerunku miasta Gdynia, jako morskiej destynacji turystycznej (2013).....	29
C.3.5. Charakterystyka artykułu nr 4. pt. Consumer Behavior of Clients Travelling by Stena Line's Ferries (2014).....	30
C.3.6. Charakterystyka artykułu nr 5. pt. Konkurencyjność polskich portów morskich w zakresie obsługi statków wycieczkowych w basenie Morza Bałtyckiego (2014).....	30
C.3.7. Charakterystyka artykułu nr 6. pt. Cruising w regionie Morza Bałtyckiego – stan i perspektywy rozwoju (2014).....	31
C.3.8. Charakterystyka artykułu nr 7. pt. Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment (2015).....	31
C.3.9. Charakterystyka artykułu nr 8. pt. The Segmentation of the Demand for Ferry Travels – the Case Study Stena Line (2017).....	32
C.4. Wkład do dyscypliny ekonomia w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji.....	33
5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych.....	36
5.1. Obszary badawcze w ramach zainteresowań naukowych.....	36
5.1.1. Okres przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora (okres od X 1996 r. do VI 2001 r.).....	36
5.1.2. W okresie po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych (od 2001 r. do chwili obecnej).....	38
5.1.3. Współpraca międzynarodowa.....	44
5.1.4. Osiągnięcia dydaktyczne i w zakresie popularyzacji nauki lub sztuki.....	46
5.2. Podsumowanie.....	47

1. Dane personalne

Nazwisko: Kizielewicz
Imię/imiona: Joanna Janina

2. Posiadane dyplomy i stopnie naukowe

06.06.1994 r. (od 01.10.1990 r. do 06.06.1994 r.)	Magister turystyki Wyższe studia magisterskie, Specjalność: Turystyka, Kierunek: Turystyka i Rekreacja, Wydział Turystyki i Rekreacji, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu (studia ukończone z wyróżnieniem). Praca magisterska pt.: „ <i>Rola i znaczenie targów w gospodarce turystycznej</i> ” napisana pod kierunkiem dr hab. Stefana Bosiackiego, Prof. AWF w Poznaniu.
06.06.1994 r.	Studium Przygotowania Pedagogicznego Wydział Turystyki i Rekreacji, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu.
20.06.2001 r.	Doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu Wydział Zarządzania i Administracji, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie. Rozprawa doktorska nt.: „ <i>Determinanty rozwoju turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce</i> ”, Recenzenci: prof. dr hab. Maria Dębniwska, UWM Olsztyn oraz prof. dr hab. Grzegorz Gołembski, AE w Poznaniu).
01.10.2015 r. do 01.06.2016 r.	Studia Podyplomowe w zakresie Modern Ship Management , Wydział Nawigacji, Akademia Morska w Gdyni.

Wykształcenie uzupełniające

W celu zdobycia dodatkowych kwalifikacji i umiejętności uczestniczyłam w różnych formach doskonalenia zawodowego. Łącznie **wzięłam udział w 20 szkoleniach specjalistycznych**, przy czym w 6 przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora, a w **14 po uzyskaniu stopnia naukowego doktora** (wykaz szkoleń zamieściłam w Załączniku nr 3. dokumentacji).

3. Informacja o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych

Po ukończeniu studiów rozpoczęłam pracę w Szkole Marketingu Sp. z o.o., w której byłam zatrudniona w charakterze lektora języka angielskiego w okresie od 1 września 1994 r. do 31 sierpnia 1995 r.. Dnia 16 października 1995 r. podjęłam pracę jako asystent w Katedrze Organizacji Usług Turystyczno-Hotelarskich na Wydziale Towaroznawstwa i Ładunkoznawstwa (obecnie Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa) w Wyższej Szkole Morskiej w Gdyni (obecnie Akademia Morska w Gdyni). Po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych od dnia 10 września 2001 r. do 31 grudnia 2016 r. byłam zatrudniona na stanowisku adiunkta w Katedrze Organizacji Usług Turystyczno-Hotelarskich na Wydziale Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni. Od dnia 1 stycznia 2017 r. jestem pracownikiem naukowo-dydaktycznym na stanowisku adiunkta w Katedrze Ekonomiki Usług na ww. Wydziale.

W Akademii Morskiej w Gdyni pełniłam dotychczas następujące funkcje:

- w latach 2005-2008 byłam członkiem Senatu Akademii Morskiej w Gdyni na kadencję 2005-2008;
- w latach 2005-2008 pełniłam funkcję członka Komisji Senackiej ds. kształcenia Akademii Morskiej w Gdyni;
- w 2008 r. zostałam powołana na Sekretarza Komisji Senackiej ds. Wyboru Rektora Akademii Morskiej na lata 2008-2012;
- w 2014 r. byłam współautorką programu kształcenia dla Specjalności: Turystyka morska i nadmorska uruchamianej na Kierunku Innowacyjna Gospodarka na Wydziale Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni;
- w dniu 22.09.2016 r. zostałam powołana przez Radę Wydziału Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni na Członka Wydziałowej Komisji ds. Promocji i Rozwoju na kadencję 2016-2020;
- W dniu 11.11.2016 r. zostałam powołana przez Radę Wydziału Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Akademii Morskiej w Gdyni na Członka Wydziałowej Komisji Programowej na kadencję 2016–2020 odpowiedzialnej za opracowanie projektów programów kształcenia, w tym efektów kształcenia dla kierunków studiów.

Ponadto w ramach Fundacji Rozwoju Wyższej Szkoły Morskiej (Fundacja RWSM) w Gdyni działającej przy WSM w Gdyni / AM w Gdyni pełniłam następujące funkcje:

- w latach 1996-2003 byłam kierownikiem specjalistycznych szkoleń dla kandydatów na pilotów wycieczek organizowanych przez Fundację RWSM pod nadzorem Wojewody Pomorskiego i jednocześnie pracowałam w charakterze trenerki i wykładowcy;
- w okresie od X 1997 r. do XII 2003 r. byłam kierownikiem szkoleń w zakresie informacji turystycznej, szkoleń z zakresu badań marketingowych, kursów dla wychowawców kolonijnych organizowanych przez Fundację RWSM w Gdyni i pracowałam w charakterze trenerki i wykładowcy na ww. szkoleniach;
- w okresie od II 2000 r. do IV 2003 r. byłam kierownikiem szkoleń z zakresu informacji turystycznej dla pracowników Straży Miejskiej w Gdyni przeprowadzonego we współpracy Katedry Organizacji Usług Turystyczno-Hotelarskich Akademii Morskiej w Gdyni i Fundacji RWSM w Gdyni oraz Urzędu Miasta Gdyni i byłam również wykładowcą na ww. szkoleniach;
- w latach 2000–2003 byłam kierownikiem szkoleń dla kierowników placówek wypoczynku organizowanych pod nadzorem Kuratorium Oświaty w Gdańsku przy współpracy z Fundacją RWSM w Gdyni,
- w okresie od VI 2003 r. do X 2003 r. pełniłam funkcję koordynatorki współpracy z Powiatowym Urzędem Pracy w Gdyni w ramach projektu pt. „*Wojewódzki Program Wspierający Rozwój Gospodarczy i Tworzenie Miejsc Pracy w Oparciu o Wykorzystanie Tradycji Przyrodniczych Regionu – GRYF*”, w którym Akademia Morska w Gdyni oraz Fundacja RWSM w Gdyni pełnili rolę partnerów, w ramach projektu zorganizowałam szkolenia nt. „*Sieć informacji turystycznej w mieście Gdyni i Sopocie*” oraz staże zawodowe w przedsiębiorstwach turystycznych i hotelarskich dla absolwentów.

4. Wskazanie osiągnięcia naukowego

wynikającego z art. 16. ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki [Dz.U.2016 r. poz. 882 ze zm. W dz. U. z 2016 r.poz. 1311.)

A). Tytuł osiągnięcia naukowego

Osiągnięcie naukowo-badawcze w myśl art. 16, ust. 2 ustawy to jednotematyczny cykl publikacji pod wspólnym tytułem „**Konsumpcja na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej**”, na który składa się dziewięć publikacji, w tym monografia i 8 artykułów.

B). Cykl publikacji włączonych do osiągnięcia naukowego

w tym:

Monografia

- 1) **Kizielewicz J.**, (2016), *Konsumpcja podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej*, Wydawnictwo Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia, 340 stron, ISBN 978-83-7421-268-7, 535 pozycji bibliografii.
Recenzenci wydawniczy: dr hab. Jadwiga Berbeka, Profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz dr hab. Stefan Bosiacki, Profesor Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu.
Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).

Artykuły

- 2) **Kizielewicz J.**, Luković T., (2013), *Consumption of cruise ship passengers in tourist destinations*, [w:] red. I. Vrodljak Roguž, I. Lončar, Scientific Conference of Innovative Approaches to the Contemporary Economic Problems, DIEM 2013 1st Dubrovnik International Economic Meeting, University of Dubrovnik, Dubrovnik, Croatia. ISBN 978-953-7153-30-4; s. 757 - 771. ISBN 978-953-7153-31-1; CIP 530906067.
Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na partycypowaniu w tworzeniu koncepcji artykułu, określeniu celów badań, wyborze metod i technik realizacji badań, przeprowadzeniu analizy wyników badań, sporządzeniu rysunków od numeru 1 do 5 oraz tabel od 2 do 3, sformułowaniu wniosków. Wykonałam również proof reading referatu. Mój udział w powstanie referatu szacuję na 60 % (sześćdziesiąt procent). (Załącznik 2a. Oświadczenia współautorów).
- 3) **Kizielewicz J.**, (2013), *Theme cruises, as a trend in marine tourism*, Scientific Journals nr 33(105), Akademia Morska w Szczecinie, Szczecin, s. 30 - 39. ISSN 1733-8670 (artykuł w czasopiśmie **z listy B MENiS**).
Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).
- 4) **Kizielewicz J.**, (2013), *Kreowanie marki i wizerunku miasta Gdynia, jako morskiej destynacji turystycznej*, Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej, Finanse i Marketing nr 9 (58) 2013, Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa, s. 242 - 254. ISSN 2081-3430 (artykuł w czasopiśmie **z listy B MENiS**).
Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).
- 5) **Kizielewicz J.**, (2014), *Consumer Behavior of Clients Travelling by Stena Line's Ferries*, Logistics and Transport. N° 1(21)/2014, The International University of Logistics and Transport in Wrocław, Wrocław, s. 63 - 72, ISSN: 1734-2015, (artykuł w czasopiśmie **z listy B MENiS**).
Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).
- 6) **Kizielewicz J.**, (2014), *Konkurencyjność polskich portów morskich w zakresie obsługi statków wycieczkowych w basenie Morza Bałtyckiego*, red. M. Dębski, Zeszyty Naukowe Przedsiębiorczość i Zarządzanie Tom. XV, Zeszyt 4, cz.3. Konkurencyjność regionów turystycznych, Łódź, s. 79 - 90. ISSN: 1733-2486, (artykuł w czasopiśmie **z listy B MENiS**).

Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).

- 7) **Kizielewicz J.**, (2014), *Cruising w regionie Morza Bałtyckiego - stan i perspektywy rozwoju*, [w:] red. J. Dąbrowski, T. Nowosielski, Porty morskie i żegluga w systemach transportowych, Instytut Transportu i Handlu Morskiego, Uniwersytet Gdański, Gdańsk. s. 173 - 189. ISBN: 978-83-7939-003-8.

Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na przygotowaniu całości pracy. Mój udział procentowy wynosi 100 % (sto procent).

- 8) **Kizielewicz J.**, Luković T., (2015), *Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment*, [w:] red. A. Weintrit, T. Neuman, Information, Communication and Environment: Marine Navigation and Safety of Sea Transportation. Taylor & Francis Group, London, s. 243 – 250. ISBN 9781138028579.

Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na opracowaniu koncepcji artykułu, wyznaczeniu celów i metod badań, ale także sformułowaniu pytań i hipotez badawczych. Ponadto dokonałam przeglądu literatury, zebrałam materiały źródłowe dotyczące rynku polskiego i bałtyckiego oraz przeprowadziłam ich analizę. Ponadto sporządziłam tabele zamieszczone w pracy oraz wykonałam zdjęcia pokazujące zjawisko sezonowości w turystyce w mieście Gdańsku. Byłam też odpowiedzialna za sformułowanie wniosków z analizy. Mój udział w powstanie pracy szacuję na 80 % (osiemdziesiąt procent) (Załącznik 2a. Oświadczenia współautorów).

- 9) **Kizielewicz J.**, Luković T., Haahti A., Gracan D. (2017), *The Segmentation of the Demand for Ferry Travels – the Case Study Stena Line*, Ekonomska Istrazivanja - Economic Research, Vol. 30, Juraj Dobrila University Pula, ISSN 1331-677X, *Journal Citation Reports (JRC)*, Impact factor 0.432, (artykuł w czasopiśmie **z listy A MENiS**).

Mój wkład w powstanie tej pracy polegał na opracowaniu koncepcji artykułu, określeniu celów badań i problemów badawczych, sformułowaniu hipotez badawczych oraz wybór metod i technik realizacji badań. Ponadto dokonałam przeglądu literatury, wykonałam badania i przeprowadziłam analizę statystyczną wyników badań. Wkład pozostałych trzech autorów został określony w oświadczeniach. Mój udział procentowy w wyżej wymienionej publikacji wynosi 70 % (siedemdziesiąt procent) (Załącznik 2a. Oświadczenia współautorów).

C). Omówienie celu naukowego prac stanowiących osiągnięcie naukowe i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania

C.1. Uzasadnienie wybranego obszaru badań

Zaprezentowany cykl publikacji stanowiących osiągnięcie naukowe prezentuje wyniki moich badań zrealizowanych w okresie od 2012 r. do 2015 r. oraz wykonanych analiz statystycznych i ekonometrycznych. W publikacjach zawarte są autorskie modele teoretyczne, graficzne i formuły matematyczne oraz typologie konsumentów i nadmorskich obszarów recepcji turystycznej (NORT), a także autorska metodyka prowadzenia badań poziomu i struktury konsumpcji w NORT stanowiące wkład do dyscypliny ekonomia w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji. Ponadto wskazałam negatywne i pozytywne aspekty rozwoju rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej dla nadmorskich obszarów recepcji turystycznej, co stanowi ciekawe źródło informacji dla władz samorządowych i podmiotów zaangażowanych w obsługę rynku turystycznego w NORT. Opisałam także

perspektywy rozwoju rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej wskazując główne kierunki rozwoju. W ramach prowadzonych przeze mnie badań nad konsumpcją można wyróżnić trzy zasadnicze obszary, tj.:

OBSZAR I - Konsumpcja indywidualna, gdzie badałam relacje pomiędzy konsumentami indywidualnymi (tj. turystami, odwiedzającymi jednodniowymi, pasażerami statków), a podmiotami w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej.

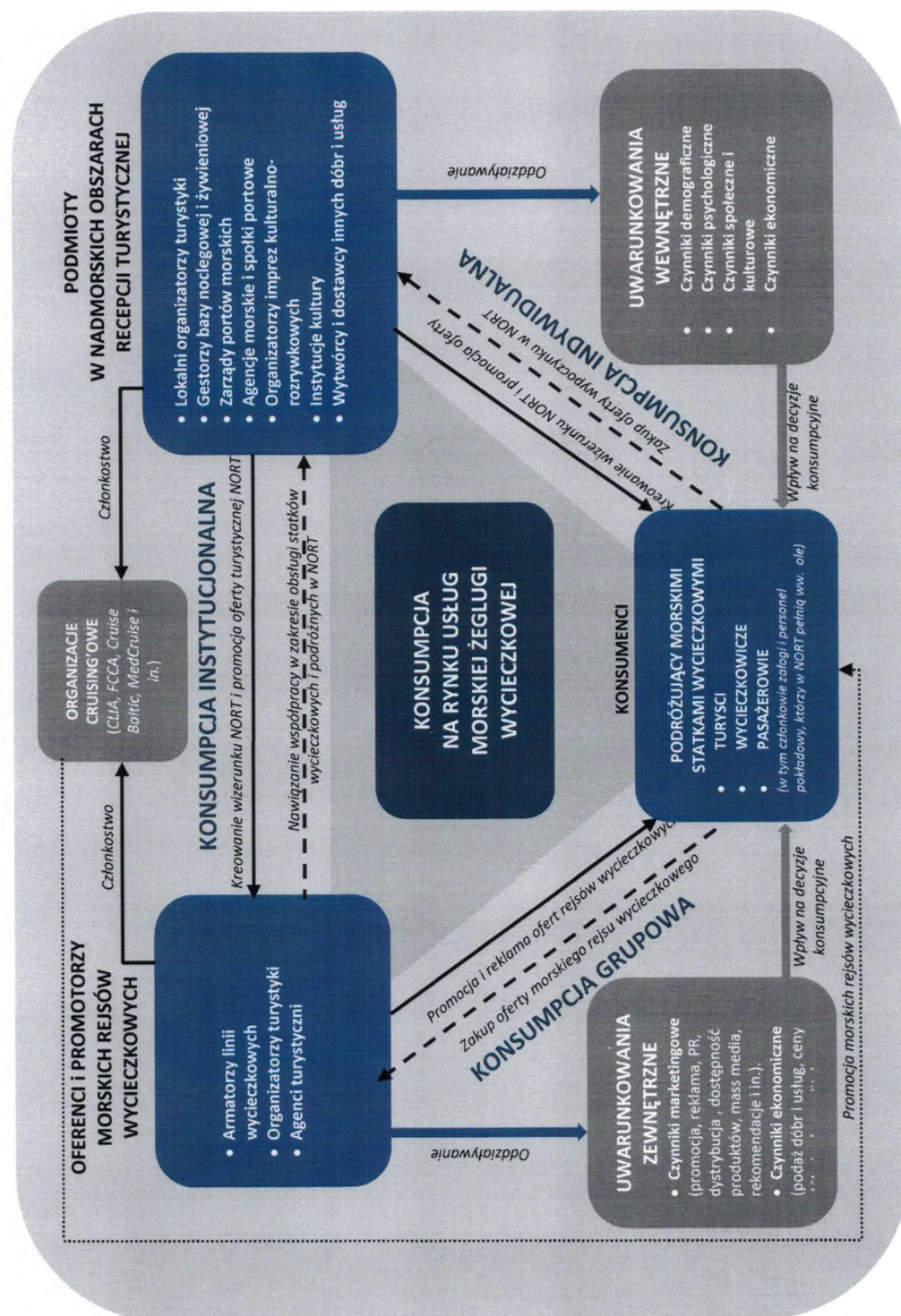
OBSZAR II - Konsumpcja grupowa, gdzie badaniom poddałam relacje pomiędzy konsumentami indywidualnymi, a organizatorami rejsów morskimi statkami wycieczkowymi (tj. armatorami linii wycieczkowych, przewoźnikami promowymi, agencjami turystycznymi).

OBSZAR III - Konsumpcja instytucjonalna, gdzie badałam relacje pomiędzy podmiotami w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej, a organizatorami morskich rejsów wycieczkowych.

Wyniki przeprowadzonych badań i analiz w odniesieniu do wszystkich wymienionych obszarów konsumpcji zamieściłam przede wszystkim w monografii pt. Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej (2016). Uzupełnieniem poruszanych w monografii zagadnień odnoszących się do konsumpcji jest cykl jednotematycznych artykułów, w których zaprezentowałam wyniki krytycznej analizy literatury oraz wyniki badań empirycznych pierwotnych i wtórnych odnoszących się do konsumpcji w ww. obszarach. W ramach obszaru **konsumpcji indywidualnej** wyniki badań zostały zawarte także w artykule pt. *Consumption of cruise ship passengers in tourist destinations* (2013). W przypadku obszaru **konsumpcji grupowej** wyniki zrealizowanych badań i analiz zaprezentowałam także w trzech artykułach naukowych, tj.: (1) *Theme cruises, as a trend in marine tourism* (2013), (2) *Consumer Behavior of Clients Travelling by Stena Line's Ferries* (2014) oraz (3) *The Segmentation of the Demand for Ferry Travels – the Case Study Stena Line* (2017). Natomiast w ramach obszaru **konsumpcji instytucjonalnej** wyniki badań w tym zakresie przedstawiłam w czterech artykułach, tj.: (1) *Kreowanie marki i wizerunku miasta Gdynia, jako morskiej destynacji turystycznej* (2013), (2) *Konkurencyjność polskich portów morskich w zakresie obsługi statków wycieczkowych w basenie Morza Bałtyckiego* (2014) oraz (3) *Cruising w regionie Morza Bałtyckiego - stan i perspektywy rozwoju* (2014), a także (4) *Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment* (2015).

Armatorzy linii wycieczkowych zlecając wykonanie szeregu usług i nabywając dobra od różnych wytwórców i dostawców w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej (NORT) w celu obsługi ich statków wycieczkowych i podróżnych pełnią rolę **konsumentów instytucjonalnych**. Z drugiej strony samorządy terytorialne wraz z innymi podmiotami (organizatorami turystyki, agencjami turystycznymi) w NORT zabiegają o zainteresowanie potencjalnych podróżnych poprzez działania marketingowe zachęcając ich do przyjazdów, czyli **konsumpcji indywidualnej**. Z kolei armatorzy linii wycieczkowych stosują różne zabiegi marketingowe w celu zachęcenia konsumentów do zakupu ich oferty rejsów morskich i wówczas mamy do czynienia z **konsumpcją grupową** (rys. 1).

Trzeba podkreślić, że to właśnie armatorzy linii wycieczkowych są głównymi aktorami na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Mają wpływ na kształt, ceny i trasy rejsów wycieczkowych oraz wybór NORT. To oni promują je wśród potencjalnych podróżnych oraz są odpowiedzialni za dystrybucję i sprzedaż ofert. Właśnie za sprawą armatorów podróżni przybywają statkami wycieczkowymi do NORT (konsumpcja grupowa).



Rys. 1. Model rozwoju konsumpcji turystycznej podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej
Źródło: opracowanie własne.

[Signature]

W pracy dokonałam typologii nadmorskich obszarów recepcji turystycznej wyróżniając trzy ich typy, tj.: **NORT typu I**, w którym znajdują się porty bazowe (*home ports*); **NORT typu II**, gdzie zlokalizowane są porty przystankowe (*ports of call*) oraz **NORT typu III** – z portami tzw. wejściowymi (*incoming ports*)¹ (s. 139-153 monografii). Niestety NORT z najbardziej unikatowymi atrakcjami nie są w stanie zaistnieć w rozkładach rejsów morskich, jeżeli władze samorządowe i zarządy portów, a także branża turystyczna nie zaangażują się w działania na rzecz promowania pozytywnego wizerunku destynacji nadmorskiej oferującej konkurencyjne warunki współpracy i odpowiednie zaplecze organizacyjno-techniczne (konsumpcja instytucjonalna). Oznacza to, że rozwój konsumpcji w NORT w tym segmencie rynku turystycznego jest uzależniony od aktywności wszystkich zainteresowanych podmiotów. Niestety najtrudniej zachęcić do współpracy podmioty w NORT, gdzie występuje silne zjawisko sezonowości, co przekłada się przede wszystkim na krótki okres zawinięć statków w roku oraz w NORT typu III, w których podróżni autokarami udają się do innych miejscowości turystycznych. W takiej sytuacji władze samorządowe i zarządy portów morskich nie widzą korzyści ekonomicznych i nie są skłonne inwestować w infrastrukturę i promocję na rzecz rozwoju konsumpcji turystycznej w tym segmencie rynku. Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w NORT typu I i typu II, gdzie przychody generowane z konsumpcji podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi zasilają budżety lokalnych przedsiębiorstw i pośrednio także kasę samorządową.

C.2. Zdiagnozowane luki w literaturze ekonomicznej w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji

Dokonany przeze mnie przegląd dorobku naukowego w dziedzinie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji oraz teorii modelowania i analiza dostępnych materiałów źródłowych, ale również prowadzone przeze mnie wcześniejsze badania empiryczne skłoniły mnie do głębszej eksploracji zagadnień w obszarze teorii konsumpcji, teorii usług oraz teorii konsumpcji na rynku usług turystycznych w tym morskiej żeglugi wycieczkowej. Pozwoliło mi to zdiagnozować pewne luki w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji, które zostały słabiej rozpoznane i opisane w literaturze, tzn.:

- **lukę teoretyczną**

wynikającą z faktu, że dotychczas w literaturze ekonomicznej wciąż niewiele miejsca poświęcono zachowaniom konsumentów na rynku usług od chwili dokonania przez konsumentów zakupu i związanych z tym dodatkowych zachowań konsumenckich, które mają oczywiście odzwierciedlenie w wydatkach konsumentów. Przy czym nie chodzi tutaj tylko o kwestie zadowolenia lub jego braku z tytułu zakupu, chociaż również zauważalne są tutaj luki w zakresie badań mających na celu ocenę przez konsumentów dobra i/lub usługi w trakcie jej konsumpcji i konsekwencji ekonomicznych, jakie wiążą się dla nich z tym faktem.

W dotychczasowych modelach konsumpcji opisanych w literaturze polskiej i zagranicznej pomijane są trzy zasadnicze kwestie, tj.: (1) czas trwania procesu konsumpcji, (2) wydatki konsumpcyjne ponoszone w związku z zakupem dobra lub usługi zarówno przed jego nabyciem, jak i po jego nabyciu, które nie pojawiłyby się gdyby nie było zakupu dobra lub usługi oraz (3) proces działań podejmowanych przez konsumentów (etapy konsumpcji) po dokonaniu przez nich zakupu, które są niezwiązane z kwestiami odczuć po zakupie, tylko z koniecznością wykonania szeregu działań, aby móc skosztować zakupione dobro lub usługę, w tym przypadku turystyczną. Istnieje także

¹ Szczegółowa charakterystyka wyróżnionych typów NORT została zamieszczona w pkt. 3.1.

wyraźna luka w literaturze ekonomicznej w zakresie budowy modeli teoretycznych opisujących zachowania konsumentów na rynku usług, w tym szczególnie w odniesieniu do usług turystycznych na rynku morskiej żeglugi wycieczkowej.

W literaturze ekonomicznej z zakresu ekonomiki turystyki niewiele miejsca poświęcono zagadnieniom odnoszącym się do wskaźników wykorzystywanych w badaniach poziomu i struktury konsumpcji w sektorze usług turystycznych oraz usytuowania konsumpcji turystycznej na tle „klasycznego modelu konsumpcji”.

Wciąż słabo opisane są także mechanizmy i relacje rynkowe zachodzące pomiędzy podmiotami (tj. konsumentami i dostawcami dóbr i/lub usług) występującymi na rynku usług turystycznych, w tym przypadku morskiej żeglugi wycieczkowej, w szczególności odnoszące się do specyfiki rynku polskiego.

Brakuje również metod szacowania korzyści ekonomicznych z tytułu konsumpcji turystycznej w NORT dla podmiotów zaangażowanych w obsługę rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Ponadto w odniesieniu do konsumpcji indywidualnej nie opisane zostały w dotychczasowej literaturze typy konsumentów występujące na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej ze względu na role jakie pełnią w NORT oraz brakuje opracowań na temat segmentacji konsumentów ze względu na motywy ich podróży i cechy społeczno-demograficzne.

Również mało miejsca poświęcono kwestiom analizy typów NORT uwzględniających funkcje gospodarcze pełnione przez te obszary na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej.

• **lukę metodyczną**

podyktowaną tym, że dotychczas nie opracowano skutecznej metody i narzędzi przygotowania i realizacji badań konsumpcji na rynku usług w sektorze morskiej żeglugi wycieczkowej uwzględniającej specyfikę nadmorskich obszarów recepcji turystycznej w Polsce (porty wejściowe i przystankowe). Przeprowadzenie tego typu badań w Polsce nastęrcza wiele trudności, co wynika z faktu, że podróżni schodzący ze statków na ląd są natychmiast zabierani przez organizatorów na wycieczki po regionie i nie ma możliwości przeprowadzenia z nimi wywiadów. Ponadto armatorzy linii wycieczkowych nie godzą się na zakłócanie podróży wypoczynku na pokładach statków i w autokarach podczas wycieczek. Dodatkowo ze względów bezpieczeństwa nie zezwalają na przebywanie wśród podróżnych osób nienależących do grona pasażerów i załogi. Armatorzy nie są też zainteresowani prowadzeniem badań na pokładach swoich statków zacumowanych przy nabrzeżach na potrzeby podmiotów zewnętrznych, gdyż nie widzą wartości dodanej z badań, których celem jest ocena charakteru i struktury konsumpcji podróżujących statkami w NORT, gdyż beneficjentami tych badań są głównie podmioty zaangażowane w obsługę podróżnych na lądzie. Powodem jest również fakt, że armatorzy w dobie silnej konkurencji na rynku, chronią informacje handlowe dotyczące ich konsumentów. Ponadto, koncerny żeglugowe są członkami organizacji cruisingowych, co obliguje ich do współpracy z nimi w zakresie badań. Należy jednak podkreślić, że armatorzy linii wycieczkowych wprawdzie prowadzą badania satysfakcji podróżnych z udziału w wycieczkach w portach zawinięć statków, przy czym mają one zupełnie inny charakter. Ich celem jest kontrola i monitoring jakości i rzetelności wykonania usług turystycznych przez lokalnych organizatorów turystyki, a nie analiza poziomu i struktury konsumpcji w NORT. Wszystkie te przesłanki przemawiają za tym, że uzasadnione było podjęcie próby opracowania metodyki w oparciu, o którą można by jednak zrealizować badania konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej w warunkach polskich.

Ponadto dotychczas w literaturze ekonomicznej z zakresu ekonomiki turystyki nie podjęto także próby opracowania metod szacowania przychodów wytwórców dóbr i usług

w NORT z tytułu wydatków konsumpcyjnych podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi.

- **lukę empiryczną**

wynikającą z faktu, że dotychczas żaden podmiot w Polsce nie podjął się przygotowania i realizacji badania poziomu i struktury konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Z tego też względu niemożliwe było oszacowanie przychodów generowanych przez podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi dla wytwórców i dostawców dóbr i usług w NORT. Tym samym niedostępne są dane odnoszące się do poziomu i struktury konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT w Polsce, co uniemożliwia dokonanie też segmentacji tego rynku. Wiedzą odnośnie poziomu i struktury konsumpcji turystycznej w regionie są szczególnie zainteresowani przedstawiciele władz samorządowych, którzy odpowiedzialni są za rozwój społeczno-gospodarczy regionów nadmorskich oraz podmioty gospodarcze zaangażowane w obsługę ruchu turystycznego w NORT.

Identyfikacja zdiagnozowanych luk skłoniła mnie do podjęcia prób ich uzupełnienia poprzez analizę literatury przedmiotu z zakresu ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji oraz realizację cyklu badań pierwotnych i wtórnych, których wyniki zamieściłam w pracy naukowej (monografia) pt. „Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej” oraz w ośmiu wyżej wskazanych publikacjach naukowych. Zamiarem moim była z jednej strony krytyczna analiza dorobku naukowego, a następnie podjęcie prób usystematyzowania teorii i zaobserwowanych zjawisk, a w konsekwencji opracowanie modeli teoretycznych opisujących różne typy nadmorskich obszarów recepcji turystycznej oraz różne typów konsumentów i etapy ich konsumpcji. Natomiast z drugiej strony zamiarem moim było określenie typu konsumentów odwiedzających statkami wycieczkowymi NORT w Polsce, a także identyfikacja typów NORT w Polsce i korzyści ekonomicznych generowanych dla nich z tytułu konsumpcji indywidualnej, grupowej i instytucjonalnej.

C.3. Charakterystyka cyklu publikacji będących osiągnięciem naukowym

C.3.1. Charakterystyka monografii naukowej

pt. **Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej** (2016).

WPROWADZENIE

Monografia pt. „Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej”, którą uważam za najważniejsze moje opracowanie naukowe, stanowi próbę kompleksowej analizy czynników wpływających na konsumpcję turystyczną wybranego segmentu konsumentów, w tym przypadku turystów i odwiedzających jednodniowych oraz budowy uniwersalnych modeli konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej bazując na krytycznej analizie dotychczasowego dorobku naukowego oraz wynikach własnych badań empirycznych. Przeprowadzony przez mnie przegląd literatury krajowej i zagranicznej oraz dorobku naukowego w dziedzinie konsumpcji utwierdził mnie w przekonaniu, że **w dotychczasowych badaniach nad konsumpcją główny ciężar zainteresowania koncentruje się na czterech głównych obszarach tematycznych.** Pierwszy nurt badań dotyczy potrzeb i oczekiwań konsumentów w odniesieniu do różnych dóbr konsumpcyjnych i usług oferowanych na rynku. Z kolei drugi nurt badań odnosi się do

identyfikacji czynników, którymi kierują się konsumenci przy wyborze określonych dóbr i usług. Celem badań jest również sam proces podejmowania decyzji o nabyciu danego dobra czy usługi i czynniki oddziałujące stymulująco lub hamująco na ten proces. Ale również analizowane jest samo zjawisko dokonania zakupu i odczucia klienta z tym faktem związane, satysfakcji bądź jej braku u klientów po nabyciu dóbr konsumpcyjnych i/lub usług. Zatem, analizowany jest najczęściej proces od pojawienia się bodźca wpływającego na potrzeby konsumenta, przez dokonanie przez niego wyboru dobra lub usługi, po zakup dóbr czy usług oraz odczuć z tym faktem związanych. **Mniej uwagi zarówno w teorii konsumpcji, ale także w badaniach empirycznych przywiązuje się do procesu konsumpcji od chwili zakupu przez konsumentów dóbr i/lub usług i związanych z tym dodatkowych działań przez nich podejmowanych oraz wydatków, które muszą ponieść.** Pewne próby stworzenia systemu konsumpcji turystycznej w swoich pracach podejmowali. A. Bull, A. Woodside oraz R. King, czy C. MacDonald i C. Dubelaar. Niemniej **żaden z wymienionych autorów nie opracował dotychczas teoretycznych modeli konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz w NORT które charakteryzują się określoną specyfiką w zależności od funkcji gospodarczych jakie pełnią na rynku żeglugi wycieczkowej.** Ponadto ww. autorzy pomijają w swoich rozważaniach kwestie złożoności procesu konsumpcji dóbr i usług w odniesieniu do różnych typów konsumentów na rynku turystycznym oraz czas trwania tego procesu, a także kwestie racjonalnych i nieracjonalnych oraz koniecznych i zbędnych wydatków dokonywanych przez konsumentów. Nabycie przez konsumentów dóbr i/lub usług stanowi bodziec do podejmowania dalszych decyzji nabywczych. Można tutaj podać dwa główne powody, tj.: z chęci udoskonalenia zakupionych wcześniej dóbr/usług lub z powodu konieczności wynikającej z ich specyfiki. Ten właśnie etap konsumpcji jest wciąż mało rozpoznany i dlatego stanowi przedmiot analizy w niniejszym opracowaniu. Trzeba też zaznaczyć, że konsumpcja nabytych produktów (dóbr/usług) w zależności od ich rodzaju i charakteru jest również rozłożona w czasie, co ma przełożenie na wydatki całkowite ponoszone przez konsumenta na ich zakup, o których w fazie podejmowania decyzji nabywczych konsumenci nie zdają sobie często sprawy.

Luki zauważalne są również w zakresie badań mających na celu ocenę przez konsumentów dobra i/lub usługi w trakcie jej konsumpcji i konsekwencji ekonomicznych, jakie wiążą się z tym faktem.

PRZEGLĄD LITERATURY

Przeprowadzony przeze mnie przegląd najważniejszych publikacji na temat konsumpcji w dziedzinie ekonomiki turystyki i ekonomiki usług, modelowania konsumpcji oraz teorii usług, w tym na rynku turystycznym skłonił mnie do sformułowania tezy, że w teorii konsumpcji i modeli konsumpcji autorzy wyróżniają z reguły od dwóch do pięciu faz konsumpcji (s. 42-138 monografii). J. Woś (2003) wyróżnił dwa etapy procesu zachowania konsumentów na rynku, tj. (1) etap podjęcia decyzji dotyczącej wyboru produktu lub usługi zgodnie z subiektywną oceną i możliwościami konsumenta oraz (2) etap dokonania zakupu. J. C. Mowen i M. Minor (1995)² oraz L. Rudnicki (2000)³ opisali trzy etapy zachowania konsumenta na rynku, tj. (1) etap wyboru, (2) etap podjęcia decyzji i (3) etap dokonania zakupu. Tymczasem S. Gajewski (1994)⁴, T. Zalega (2012)⁵, czy H. Mruk i B. Stępień

² J. C. Mowen, M. Minor, *Consumer Behavior*, 5th edition, Prentice Hall, New York 1995,

³ L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku*, PWE, Warszawa 2000.

⁴ S. Gajewski, *Zachowanie się konsumenta. Współczesny marketing*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1994, s. 155 – 171.

⁵ T. Zalega, *Konsumpcja, Determinanty, Teorie, Modele*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2012, s. 224 – 241.

(2013)⁶ wskazali zasadniczo na pięć etapów postępowania konsumenta, które uogólniając można podzielić na: (1) wzbudzenie u konsumenta potrzeby zakupu dobra konsumpcyjnego lub usługi, (2) poszukiwanie i zbieranie informacji o dobrach lub usługach, (3) ocena i dokonanie wyboru dobra lub usługi, (4) dokonanie zakupu dobra lub usługi oraz (5) odczucia pozakupowe (satisfakcja, częściowa satisfakcja lub brak satisfakcji z zakupu dobra lub usługi). W pracy **umownie nazwano to „modelem klasycznej konsumpcji”**.

Zdania naukowców są również podzielone, jeśli chodzi o konsumpcję na rynku usług, w tym w szczególności turystycznych. J. Jafari (1987)⁷ wymienił, aż sześć faz postępowania konsumenta, tj.: (1) „inicjacja” (tj. motywacja i przygotowanie do podróży), (2) „emancypacja” (podróż do miejsca docelowego); (3) „ożywienie” (pobyt w miejscu docelowym); (4) „repatriacja” (powrót); (5) „wcielenie” (zachowanie konsumenta po podróży) oraz (6) faza wskazująca czas nieobecności konsumenta w miejscu zamieszkania (s. 135-137 monografii). A natomiast S. Wodejko (1998)⁸ opisał tylko cztery główne etapy konsumpcji turystycznej, tzw. 4P: (1) przygotowanie do podróży, (2) podróż do miejsca pobytu, (3) pobyt w miejscowości turystycznej oraz (4) powrót do miejsca zamieszkania. Z kolei E. Dziedzic (1998)⁹ dodała etap piąty (5) podsumowanie podróży, czyli tzw. 5P.

Dla potrzeb rozważań w pracy jako konsumpcję przyjęto definicję G. R. Foxalla i R. E. Goldsmitha (1998)¹⁰, gdzie rozumiana jest ona jako proces, który rozpoczyna się jeszcze przed tym zanim konsument nabędzie dobro konsumpcyjne lub usługę i trwa długo po dokonaniu tego zakupu. Takie podejście niestety nie jest zbyt popularne w literaturze przedmiotu, gdyż znakomita większość autorów konsumpcję rozumie jako akt występujący dopiero w lub od momentu nabycia dobra lub usługi. Konsument często ponoszą wydatki związane z zakupem planowanego dobra lub usług znacznie wcześniej, niż następuje sam akt nabycia pożądanego produktu. Zaliczyć można tutaj wydatki na transport do miejsca zakupu, opłaty telekomunikacyjne w celu uzyskania porad, za porady ekspertów, zakup poradników, prowizje za pośrednictwo itd. Zjawisko to jest szczególnie obserwowane na rynku usług turystycznych, gdzie podróżni angażują swój czas i środki finansowe na dokonanie wyboru wariantu podróży, korzystanie z porad ekspertów, śledzenie portali społecznościowych. nabywanie przewodników turystycznych i prasy branżowej, zanim podejmą decyzję o zakupie.

W teorii konsumpcji dotychczas opracowane zostały liczne modele prezentujące zachowania konsumentów na rynku dóbr materialnych i niematerialnych, w tym na rynku usług turystycznych. **Wyraźną lukę w teorii konsumpcji stanowi analiza zachowania konsumentów po dokonaniu przez nich zakupów, ale niezwiązanych z satisfakcją, tylko z dokonywaniem przez nich kolejnych decyzji nabywczych.** Wydłużający się proces decyzyjny konsumentów ma wpływ na poziom ich wydatków konsumpcyjnych, z których często nie zdają sobie sprawy w fazie podejmowania decyzji nabywczych dotyczących zakupu „produktu podstawowego”¹¹. Zjawisko to jest szczególnie widoczne na rynku usług

⁶ H. Mruk, B. Stępień, *Tworzenie wartości dla klienta z perspektywy konsumentów i przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2013, s. 23, za: G. Grabarski, *Zachowania nabywców*, PWE, Warszawa 1998.

⁷ J. Jafari, *Tourism models: the sociocultural aspects*, *Tourism Management*, Vol 8, Issue 2, Elsevier Ltd, 1987, s. 151 – 159.

⁸ S. Wodejko, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa, Warszawa 1998, s. 91-92.

⁹ E. Dziedzic, *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 1998, s. 14.

¹⁰ G.R. Foxall, R.E., Goldsmith, *Psychologia konsumenta dla menedżerów marketingu*. PWN, Warszawa 1998, s. 41.

¹¹ *Za produkt podstawowy w tym przypadku rozumiem dobro lub usługę, którą klient pragnął nabyć pierwotnie jako efekt potrzeby wywołanej przez różne bodźce.*

turystycznych, gdzie konsumenci po zakupie ofert turystycznych rozpoczynają długi i wieloetapowy proces konsumpcji. **Ten właśnie obszar stanowi przedmiot moich badań. Analizę dotyczącą konsumpcji turystycznej ograniczyłam do NORT, które określiłam jako obszary znajdujące się w otoczeniu portów morskich o mniejszej lub większej atrakcyjności turystycznej, w których przyjmowane są morskie statki wycieczkowe.**

CEL BADAŃ I ANALIZ W ZAKRESIE EKONOMIKI TURYSTYKI I EKONOMIKI KONSUMPCJI

Mając na uwadze powyższe rozważania **celem głównym** prowadzonych przeze mnie badań i analiz w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji było **opracowanie modeli konsumpcji w sektorze usług na przykładzie morskiej żeglugi wycieczkowej oraz konstrukcja modeli konsumpcji usług w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej (luka teoriopoznawcza) oraz określenie poziomu i struktury tej konsumpcji (luka empiryczna)**. Ponadto, w pracy określiłam również **cele uzupełniające**, tzn.:

- **w zakresie teoriopoznawczym:**

- (1) Opracowanie klasyfikacji nadmorskich obszarów recepcji turystycznej (NORT) uwzględniającej funkcje pełnione na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej;
- (2) Opracowanie typologii podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi uwzględniającej ich zachowania konsumpcyjne w NORT o różnych funkcjach pełnionych na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej;
- (3) Opracowanie formuł matematycznych pozwalających na szacowanie całkowitych wydatków podróży w związku z ich uczestnictwem w morskich rejsach wycieczkowych z uwzględnieniem różnych modeli konsumpcji turystycznej;
- (4) Opracowanie modelu pozwalającego na szacowanie wielkości przychodów generowanych z tytułu konsumpcji podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi dla wytwórców i dostawców dóbr konsumpcyjnych i usług w NORT;
- (5) Opracowanie modelu rozwoju konsumpcji turystycznej w NORT.

- **w zakresie metodycznym, tzn.:**

- (1) Opracowanie metodyki badań umożliwiających określenie poziomu i struktury konsumpcji na rynku usług na przykładzie podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w NORT;
- (2) Opracowanie mierników oceny poziomu i struktury konsumpcji w sektorze usług, w tym w szczególności usług turystycznych w NORT;
- (3) Opracowanie metodyki umożliwiającej szacowanie wielkości wydatków konsumpcyjnych w sektorze usług, w szczególności w branży morskiej żeglugi wycieczkowej;
- (4) Opracowanie metodyki szacowania przychodów wytwórców dóbr i usług w NORT z tytułu wydatków konsumpcyjnych.

- **w zakresie empirycznym, tzn.:**

- (1) Weryfikacja zaproponowanej metody badań poziomu i struktury konsumpcji w NORT;
- (2) Weryfikacja zaproponowanej metody szacowania wartości przychodów wytwórców i dostawców w NORT z tytułu wydatków konsumpcyjnych (w tym przypadku podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi).

- **w zakresie aplikacyjnym, tzn.:**

- (1) Przygotowanie dla innych badaczy metodyki badania poziomu i struktury konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej w NORT;
- (2) Wskazanie rekomendacji dla podmiotów gospodarczych i instytucji publicznych w NORT w odniesieniu do rozwoju konsumpcji indywidualnej, konsumpcji grupowej oraz konsumpcji instytucjonalnej na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej;
- (3) Zdefiniowanie kierunków zmian zachodzących w podaży na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej wywołanych wzrostem poziomu konsumpcji w sektorze usług;

- (4) Wskazanie pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju konsumpcji turystycznej w NORT.

Realizacja założonych w pracy celów teoretycznych i metodycznych oraz empirycznych i aplikacyjnych wymagała ode mnie przeprowadzenia wnikliwej krytycznej analizy literatury krajowej i zagranicznej w dziedzinie teorii konsumpcji, w tym szczególnie konsumpcji na rynku usług. Natomiast realizacja celu empirycznego pracy wiązała się z przeprowadzeniem cyklu badań empirycznych pierwotnych wśród konsumentów na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej przy wykorzystaniu zaproponowanej w pracy metodyki badań oraz badań empirycznych wśród podmiotów zaangażowanych w obsługę rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej w NORT.

PYTANIA BADAWCZE

Aby zrealizować zakładane w pracy cele empiryczne postawiłam następujące **pytania badawcze**:

- (1) Jaki wpływ mają czynniki demograficzne, ekonomiczne, psychologiczne oraz społeczne i kulturowe na konsumpcję podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT?
- (2) W jaki sposób można badać poziom i strukturę konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT?
- (3) Jakie są różnice w koszyku dóbr i usług nabywanych przez podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT pełniących różne funkcje na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej?
- (4) Jakie funkcje pełnią na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej nadmorskie obszary recepcji turystycznej oraz jakie czynniki decydują o ich atrakcyjności dla armatorów linii wycieczkowych?
- (5) Jakiej wysokości są przychody generowane z tytułu konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi dla wytwórców i dostawców dóbr konsumpcyjnych i usług w NORT?
- (6) Jakie są kierunki rozwoju konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT?

HIPOTEZY BADAWCZE

Mając na względzie cel główny pracy i cele uzupełniające przyjęto **główną hipotezę badawczą**, że poziom i struktura konsumpcji turystycznej podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT jest determinowana przez trzy zasadnicze grupy czynników, tj.: rodzaj oferty rejsu morskiego nabywanej przez podróżujących oraz funkcje pełnione przez NORT na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, a także cechy demograficzne i ekonomiczne charakteryzujące podróżnych na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej.

Dodatkowo postawiłam **trzy hipotezy badawcze częściowe**, tj.:

H_{c1} – Istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy wydatkami respondentów w NORT, a poziomem ich dochodów miesięcznych;

H_{c2} – Istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy narodowością respondentów, a wysokością wydatków ponoszonych przez nich na zakup dóbr i usług w NORT, na przykładzie Regionu Gdańskiego;

H_{c3} – Istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy dochodami respondentów, a poziomem i strukturą nabywanych przez nich dóbr i usług, na przykładzie Regionu Gdańskiego.

PRZEDMIOT I PODMIOT BADAŃ

Osiągnięcie zaplanowanych w pracy celów wymagało ode mnie przygotowania i realizacji badań pierwotnych i wtórnych. W pracy wykorzystałam dostępną krajową i zagraniczną literaturę naukową w dziedzinie konsumpcji oraz artykuły z czasopismach branżowych z dziedziny ekonomiki turystyki i konsumpcji, a także raporty z badań

międzynarodowych instytucji *cruisingowych* oraz morskich portów wycieczkowych. Ponadto dokonałam przeglądu najważniejszych prac dotyczących modelowania i tworzenia modeli. Badania empiryczne pierwotne przeprowadziłam w okresie od stycznia 2013 r. do września 2015 r.. **Podmiotem badań w odniesieniu do konsumpcji indywidualnej i grupowej** były osoby podróżująceorskimi statkami wycieczkowymi, ze szczególnym uwzględnieniem odwiedzających Polskę. **Przedmiotem badań** była konsumpcja turystyczna na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej w NORT, a dokładniej proces konsumpcji podróży udających się w rejsy morskie statkami wycieczkowymi od momentu dokonania przez nich zakupu rejsóworskimi statkami wycieczkowymi i konsekwencji płynących z tego faktu dla ich dalszych etapów konsumpcji. W pracy znacznie mniej miejsca poświęciłam analizie dotyczącej potrzeb i preferencji podróży, które kierowały nimi przy podejmowaniu decyzji o wyborze konkretnej oferty turystycznej. Jednocześnie przedmiotem mojego zainteresowania była analiza struktury i poziomu konsumpcji na różnych etapach podróży i oszacowanie korzyści ekonomicznych, jakie z tego tytułu mogą generować nadmorskie obszary recepcji turystycznej pełniące różne funkcje na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Z kolei **podmiotem badań w odniesieniu do konsumpcji instytucjonalnej** były zarządy portów morskich zaangażowane w obsługę morskich statków wycieczkowych, organizatorzy turystyki obsługujący armatorów linii wycieczkowych, a także samorządy miast, w których znajdują się porty przyjmujące morskie statki pasażerskie. Natomiast **przedmiotem badań** było określenie funkcji jakie pełnią NORT na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz ustalenie listy czynników gwarantujących ich atrakcyjność dla armatorów oraz ocena zaangażowania ww. podmiotów w obsługę konsumentów w NORT i korzyści ekonomiczne generowane z tytułu konsumpcji turystycznej w NORT.

Do celów badań i analiz przejęłam w pracy, że miernikami badania poziomu i struktury konsumpcji turystycznej są wydatki ponoszone przez konsumentów (tutaj turystów, odwiedzających jednodniowych i pasażerów statków) oraz przychody uzyskiwane przez podmioty gospodarcze obsługujące ruch turystyczny w NORT.

PROCES BADAWCZY

Proces badań zrealizowanych w pracy obejmował dziewięć etapów. Prace badawcze rozpocząłam od przeglądu dotychczasowych osiągnięć naukowych (**etap I**), zarówno w literaturze polskiej, jak i zagranicznej odnoszącej się do teorii konsumpcji, w tym również konsumpcji turystycznej oraz teorii modelowania i tworzenia modeli konsumpcyjnych (s. 19-138 monografii).

Następnie (**etap II**) wykorzystując metodę *desk research* przeprowadziłam szczegółową analizę dostępnych dokumentów źródłowych i raportów z badań konsumentów na rynku usług turystycznych prowadzonych przez różne instytucje badawcze i podmioty gospodarcze na świecie¹² i w Polsce¹³ ze szczególnym uwzględnieniem konsumpcji turystycznej podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi (s. 139-163 monografii).

W kolejnej fazie (**etap III**) zrealizowałam badania pierwotne wśród podmiotów zaangażowanych w obsługę osób podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi na świecie i w Polsce (s. 139-163 oraz s. 271-275 i 284-287 monografii). W tym celu opracowałam dwa rodzaje kwestionariuszy: w języku polskim¹⁴ oraz w języku angielskim¹⁵.

¹² Między innymi: Cruise Line International Association CLIA, CLIA Europe, Cruise Baltic EUROSTAT, UN WTO, Florida Caribbean Cruise Association FCCA.

¹³ Między innymi: Główny Urząd Statystyczny, Instytut Turystyki.

¹⁴ Kwestionariusz w języku polskim składał się z 15 pytań, w tym czterech o charakterze zamkniętym oraz 11 o charakterze otwartym i metryczki, które adresowane były do Zarządów Morskich portów w Polsce

¹⁵ Kwestionariusz w języku angielskim zawierał 16 pytań, w tym cztery o charakterze zamkniętym i 12 o charakterze otwartym oraz metryczkę. Kwestionariusze rozesłano do wiodących na świecie morskich portów wycieczkowych.

Badania w Polsce zrealizowałam dwukrotnie, tj. w okresie od stycznia 2013 r. do lipca 2013 r. oraz w okresie od V 2015 r. do VII 2015 r.. Natomiast badania zagranicą przeprowadziłam w okresie od IV 2014 r. do VI 2015 r.. W pierwszej kolejności podjęłam wysiłki, aby uzyskać informacje od dziesięciu najważniejszych armatorów linii wycieczkowych na świecie. Ale niestety kontakt nawiązać udało mi się wyłącznie z trzema podmiotami, które zasugerowały podjęcie przeze mnie współpracy z organizacjami, do których oni przynależą. Stąd też zwróciłam się do sześciu kluczowych na świecie organizacji zrzeszających linie wycieczkowe, agencje turystyczne oraz porty morskie i samorządy miejscowości nadmorskich¹⁶ **wykorzystując metodę ankiety internetowej**¹⁷. W badaniach zgodziły się wziąć udział tylko dwie organizacje, tj.: *Florida Carribean Cruise Association* (FCCA) wiodąca w basenie Morza Karaibskiego organizacja *cruisingowa*, która prowadzi regularne badania rynku turystyki morskiej i *Cruise Baltic*, najważniejsza organizacja na rynku Morza Bałtyckiego zrzeszająca podmioty zaangażowane w rozwój rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. **Celem moich badań była też identyfikacja funkcji jakie pełnią na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej wiodące nadmorskie obszary recepcji turystycznej oraz ustalenie listy czynników decydujących o ich atrakcyjności dla armatorów linii wycieczkowych.** Do badań zaprosiłam zarządy najważniejszych morskich portów wycieczkowych na świecie, pytając ich o to jakie oczekiwania stawiają armatorzy linii wycieczkowych wobec zaplecza portów morskich i ich otoczenia. W tym celu **przygotowałam kwestionariusze badań w języku angielskim i rozesłałam je do portów** w basenie Morza Karaibskiego¹⁸, w basenie Morza Śródziemnego¹⁹, Morza Bałtyckiego²⁰ oraz Morza Północnego i Płn. Atlantyku²¹, a także do Australii²², Hongkongu i Bangkoku. Na 38 portów zaproszonych do udziału w badaniach, zgodę wyraziło 15²³. Do badań wybrałam porty morskie pełniące różne funkcje na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Wśród nich na przykład były takie porty jak: Miami i Everglades uważane za najważniejsze porty bazowe, ale również Kłajpeda czy Malta, które są typowymi portami przystankowymi, a nawet port w Gdyni, który pełni funkcję portu wejściowego (s. 139-153 monografii), W Polsce **zrealizowałam wizyty studyjne i przeprowadziłam badania ankietowe połączone z wywiadem bezpośrednim standaryzowanym wśród zarządów strategicznych dla gospodarki kraju portów morskich**²⁴. Ponadto wywiady bezpośrednie standaryzowane przeprowadziłam w samorządach miast nadmorskich w Polsce, do których zawiązują morskie

¹⁶ Tj. *Cruise Line International Association*, *CLIA Europe*, *MedCruise*, *CLIA Asia*, *Florida Caribbean Cruise Association* oraz *Cruise Baltic Northern Europe*.

¹⁷ Ankieta składała się z siedmiu pytań, w tym pięciu o charakterze zamkniętym oraz dwóch o charakterze otwartym. Niewielka liczba pytań była zamierzona, aby zachęcić respondentów do udziału w badaniach. Badania przeprowadzono w okresie od III 2014 r. do VII 2015 r..

¹⁸ *Miami Cruise Port*, *Tampa Cruise Port*, *Everglades Cruise Port*, *Canaveral Cruise Port*, *Jacksonville Cruise Port*.

¹⁹ *Malta Cruise Port*, *Barcelona Cruise Port*, *Dubrownik Cruise Port*, *Wenecja Cruise Port*, *Ateny Cruise Port*, *Marsylia Cruise Port*.

²⁰ *Rostock Cruise Port*, *Copenhagen Cruise Port*, *Rønne Cruise Port*, *Tallinn Cruise Port*, *Ryga Cruise Port*, *Kłajpeda Cruise Port*, *Sztokholm Cruise Port*, *Helsinki Cruise Port*, *Turku Cruise Port*, *Visby Cruise Port*.

²¹ *Lisbon Cruise Port*, *A Coruña Cruise Port*, *Southampton Cruise Port*, *Harwich Cruise Port*, *Goteborg Cruise Port*, *Kilonia Cruise Port*, *Stavanger Cruise Port*, *Rotterdam Cruise Port*, *Oslo Cruise Port*.

²² *Melbourne Cruise Port*, *Sydney Cruise Port*, *Brisbane Cruise Port*.

²³ *Stavanger*, *Kopenhaga*, *Coruña*, *Dubrownik*, *Everglades*, *Gdańsk*, *Gdynia*, *Szczecin*, *Świnoujście*, *Kłajpeda*, *Malta*, *Melbourne*, *Miami*, *Rønne*, *Rotterdam*, *Tallinn*.

²⁴ Tj.: *Zarządzie Morskiego Portu Gdynia S.A.*, *Zarządzie Morskiego Portu Gdańsk S.A.* oraz *Zarządzie Morskiego Portu Szczecin – Świnoujście S.A.*

statki wycieczkowe²⁵ oraz wśród organizacji turystycznych zaangażowanych w rozwój rynku usług turystycznych, w tym turystyki morskiej²⁶. **Celem tych badań była ocena zaangażowania ww. podmiotów w proces obsługi podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej w Polsce oraz pozyskanie informacji na temat odczuwalnych przez nich korzyści płynących z faktu konsumpcji turystycznej ww. grupy podróżnych.**

Następnie przygotowując się do badań właściwych, **opracowałam także kafeterię wskaźników (etap IV), które można wykorzystywać do oceny i analizy poziomu i struktury konsumpcji** podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi (s. 244-245 monografii). Ze względu na fakt, że dotychczas w Polsce nie prowadzono badań konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi oraz mając na uwadze szereg zdiagnozowanych wcześniej ograniczeń ze strony zarządów portów morskich oraz armatorów linii wycieczkowych **podjęłam próbę opracowania autorskiej metodyki badań poziomu i struktury konsumpcji tej grupy podróżnych** (s. 165 monografii).

Zaproponowany model procesu badawczego jest adresowany wyłącznie do obszarów recepcyjnych prezentujących model NORT typu II i typu III, charakterystycznych dla polskich obszarów nadmorskich. Omawiana metodyka badań bazuje na współpracy podmiotu badawczego z lokalnymi organizatorami turystyki oraz zarządami morskich portów. Cały proces składa się z trzech zasadniczych etapów, tj.: (1) Wprowadzenie, (2) Przygotowanie oraz (Wykonanie). Szczegółowy opis zawarty jest w podrozdziale 3.3. monografii pt. „Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej”. Niestety proponowana metodyka badań nie znajduje zastosowania w przypadku obszarów recepcyjnych NORT typu I. W celu badania konsumpcji podróżnych w portach bazowych, gdzie rozpoczynają oni i kończą rejsy morskie, konieczne byłoby opracowanie odrębnej metodyki badań. W czołowych portach wycieczkowych na świecie, jak na przykład Everglades czy Miami, tego typu badania są już prowadzone, a ich wyniki zaprezentowałam w pracy.

Wykorzystując opracowaną metodykę badań (s. 165 monografii) zrealizowałam badania pierwotne (**etap V**) w porcie morskim w Gdyni, który pełni rolę lidera na polskim Wybrzeżu w obsłudze pasażerów morskich statków wycieczkowych (udział w rynku na poziomie 80%) (s. 172-183 monografii). Opracowana metodyka badań okazała się bardzo skuteczna, gdyż zwrot uzupełnionych ankiet wyniósł 85,5%. W badaniach zastosowałam **losowy wybór próby** wykorzystując w tym celu wzór R. Zasępy²⁷. Jako punkt odniesienia do obliczenia liczebności populacji generalnej przyjąłm średnią ilość obsłużonych pasażerów statków wycieczkowych w porcie morskim w Gdyni w okresie od 2000 r. do 2013 r. oraz wykonałam badania pilotażowe²⁸. W oparciu o wyniki badania pilotażowego ustaliłam, że liczebność próby do badań właściwych powinna objąć grupę $n = 1055$ respondentów, przy $t = 1,96$ (przy $\alpha = 0,05$)²⁹. Niemniej, w celu zapewnienia większej ostrożności, badaniom

²⁵ Tj. w UM Gdynia, UM Gdańsk oraz UM Świnoujście i UM Szczecin

²⁶ Tj. w Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, Agencji Rozwoju Gdynia Sp. z o.o., Gdańskiej Organizacji Turystycznej, Lokalnej Organizacji Turystycznej „Gdynia Turystyczna”, Miejskiej Informacji Turystycznej w Gdyni a także w biurze podróży Baltic Gateway Poland.

²⁷ R. Zasępa: *Badania statystyczne metodą reprezentacyjną, Zarys teorii i praktyki*, PWN, Warszawa 1962, s. 126 [za:] E.S. Pearson i K. Pearson.

²⁸ Badania pilotażowe wykonano na grupie 82 respondentów, co umożliwiło sprawdzenie poprawności wcześniej przygotowanych kwestionariuszy oraz obliczenie reprezentatywnej próby badawczej, przy czym do obliczeń wykorzystano tylko 70 kwestionariuszy ze względu na wykryte braki w wypełnianiu kwestionariuszy.

²⁹ Należy zauważyć, że zwiększenie t do 2,58 (przy $\alpha = 0,01$) spowodowałoby zwiększenie n do 1811, a przy $t = 3$ do 2430 osób (przy $\alpha = 0,002$).

poddałam łącznie, aż 1400 podróżnych³⁰, przy czym zwrócili oni 1197 uzupełnionych kwestionariuszy, a weryfikacja poprawności ich wypełnienia oraz selekcja spowodowała, że 31 kwestionariuszy byłam zmuszona odrzucić z powodu braków i błędów, które mogłyby niekorzystnie wpłynąć na poprawność analizy statystycznej i ekonometrycznej. W konsekwencji **analizie poddałam 1166 kwestionariuszy**. Ponadto, aby zapewnić reprezentatywność próby **zastosowałam dobór losowy zespołowy dwustopniowy**³¹.

W kolejnym etapie procesu badawczego uzyskane wyniki badań poddałam analizie statystycznej i ekonometrycznej (**etap VI**) (s. 199-242 monografii). Uzyskane wyniki pozwoliły mi podjąć próbę oszacowania średnich wydatków konsumpcyjnych podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi podczas zwiedzania NORT w Polsce oraz dokonać szczegółowej analizy poziomu i struktury ich konsumpcji.

Ponadto wyniki badań pozwoliły oszacować potencjalne średnie przychody wybranych wytwórców i dostawców dóbr i usług (**Etap siódmy**) w NORT w Polsce z tytułu wydatków podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi. W tym celu wykorzystano autorski *Model FPOCTE - Flow Pattern of Cruise Traveler Expenditures* (s. 268-271 monografii). Jednocześnie podjęłam próbę **opracowania autorskich modeli konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT pełniących różne funkcje (etap ósmy)** (s. 184-198 monografii).

W ostatnim etapie badań (**etap dziewiąty**) opracowałam autorski model pn. **Zintegrowany Model Całkowitych Wydatków Podróżujących Morskimi Statkami Wycieczkowymi** (*Model ICTE - Integrated Cruise Travelers' Expenditures*) (s. 191 monografii), który prezentuje wszystkie etapy konsumpcji podróżnych udających się w rejsy morskie oraz potencjalną strukturę ich wydatków na każdym etapie ich podróży. Model pokazuje również przepływy wydatków konsumpcyjnych podróżnych do wytwórców dóbr i usług na różnych etapach podróży. Model ICTE został przeze mnie również wykorzystany do opracowania formuł matematycznych pozwalających na szacowanie wielkości przychodów wytwórców i dostawców na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej generowanych z tytułu wydatków podróżnych w różnych fazach ich podróży.

Dodatkowo wykonane przeze mnie wszystkie poprzednie działania pozwoliły mi na opracowanie **modelu rozwoju konsumpcji w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej**, w którym wyróżniłam trzy główne grupy aktorów występujących na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej tj. armatorów linii wycieczkowych, NORT oraz konsumentów (tzn. turystów, wycieczkowiczów i pasażerów statków wycieczkowych). Na modelu wskazałam relacje jakie zachodzą pomiędzy tymi podmiotami, tj.: konsumpcja indywidualna, konsumpcja grupowa oraz konsumpcja instytucjonalna (s. 279-281 monografii).

³⁰ Tj. 10 statków x 4 autokary/statek x 35 kwestionariuszy/autokar = 1400 kwestionariuszy.

³¹ Polegało to na przeprowadzeniu losowania w następujący sposób: (1) wszystkim statkom wycieczkowym, których zawinięcia zaplanowano w harmonogramie na 2014 rok udostępnionym przez Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (50 zawinięć), przydzieliłam odrębne numery, (2) następnie z łącznej puli 50 statków wycieczkowych, wylosowałam 20 % jednostek, co dało łącznie 10 statków, z których podróży mieli zostać poddani badaniom, (3) następnie, po ustaleniu z organizatorem turystyki, biurem podróży Baltic Gateway Poland, liczby autokarów zaplanowanych do obsługi wylosowałam 10 statków wycieczkowych, w każdej puli autokarom również przyporządkowałam odrębne numery, (4) w kolejnym kroku z każdej puli wylosowałam po 10% autokarów, w których miały zostać przeprowadzone badania, co dało łącznie liczbę 40 autokarów, w których zrealizowałam badania. Na każdy dzień badań przygotowywałam po 140 kwestionariuszy do podziału na cztery losowo wybrane autokary. W każdym wylosowanym autokarze badaniom poddawałam maksymalnie po 35 podróżnych, co dało łączną sumę przebadanych respondentów wynoszącą 1400 osób, w tym 1197 respondentów uzupełniło kwestionariusze, a 203 respondentów zwróciło kwestionariusze niewypełnione. Wskazuje to na wysoką skuteczność zrealizowanych badań kwestionariuszowych, która wyniosła 85,5%.

STRUKTURA PRACY

Struktura pracy wynika z postawionych celów i sformułowanych hipotez badawczych oraz założonego procesu badawczego. Praca składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów i podsumowania w języku polskim i angielskim, przy czym dwa pierwsze rozdziały mają charakter teoretyczny, a rozdziały od trzeciego do piątego – empiryczno-koncepcyjne.

W pierwszym rozdziale pracy zawarłam teoretyczne rozważania z zakresu teorii konsumpcji, teorii modeli i modelowania oraz modeli konsumpcji, a także nowych kierunków konsumpcji opierając się na bogatym dorobku naukowym polskich i zagranicznych autorów.

Rozdział drugi jest kontynuacją przeglądu literatury naukowej z dziedziny konsumpcji, ze szczególnym uwzględnieniem zachowania konsumentów na rynku usług turystycznych. Omówiłam tutaj czynniki kształtujące konsumpcję na rynku usług turystycznych, w tym żeglugi wycieczkowej. Opisałam także najbardziej popularne modele konsumpcji turystycznej dostępne w literaturze przedmiotu, w oparciu, o które zaproponowałam dwa modele, tj.: (1) model konsumpcji turystycznej na tle klasycznego modelu konsumpcji oraz (2) model konsumpcji podróży na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej na tle klasycznego modelu konsumpcji (s. 128-130 monografii).

W trzecim rozdziale pracy zawarłam opis autorskiej metodyki badań konsumpcji podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w NORT typu II i typu III oraz wyniki badań pierwotnych wykonanych przy wykorzystaniu ww. metody. Ponadto ujęte zostały tutaj modele teoretyczne i graficzne opisujące zachowania konsumentów w NORT pełniących różne funkcje na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz model obrazujący wszystkie etapy konsumpcji podróży udających się w rejsy morskie i strukturę ich wydatków na każdym etapie ich podróży.

W czwartym rozdziale pracy zaprezentowałam wyniki przeprowadzonej analizy statystycznej i ekonometrycznej wyników badań pierwotnych, przy czym analizie poddałam ekonomiczne czynniki determinujące poziom i strukturę konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, tj. dochody podróżnych, ceny ofert turystycznych oraz koszyk nabywanych dóbr i usług oraz wielkość wydatków w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej, a także ocenę jakości oferowanych usług w Polsce w oparciu o opracowane modele ekonometryczne.

W ostatnim rozdziale pracy zamieściłam propozycje wskaźników pomocnych w badaniu konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Omówiłam tutaj oddziaływanie konsumpcji turystycznej podróżującychorskimi statkami na podmioty podaży strony rynku turystycznego w obszarach nadmorskich, a także kierunki rozwoju konsumpcji turystycznej. Ponadto zaproponowałam model umożliwiający szacowanie przychodów wytwórców dóbr i usług w NORT generowanych z wydatków konsumpcyjnych podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi, a także model koncepcyjny rozwoju konsumpcji indywidualnej, grupowej i instytucjonalnej na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej.

METODY ANALIZY WYNIKÓW BADAŃ

W pracy wykorzystałam szereg metod i technik analizy danych, które otrzymałam w wyniku przeprowadzonych badań pierwotnych i ze źródeł wtórnych. Analizę statystyczną materiałów pozyskanych z wyniku badań empirycznych pierwotnych wykonałam przy zastosowaniu programu *STATISTICA 10.0*, przy czym zastosowałam: test chi-kwadrat (χ^2) Pearsona³², metodę skupień (*Metoda Warda*)³³, analizę czynnikową, test t Studenta, testy ANOVA, metodę sumy punktów (*scoring method*) oraz obliczyłam przedziały ufności.

³² P. Francuz, R. Mackiewicz, *Liczyby nie wiedzą skąd pochodzą. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*, Wydawnictwo KUL, Lublin 2007, s. 418.

³³ A. Balicki, *Statystyczna analiza wielowymiarowa i jej zastosowanie społeczno-ekonomiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 330 - 331.

Wykonałam także analizę ekonometryczną korzystając z Programu *STATA 14*. Do oszacowania parametrów modeli ekonometrycznych wykorzystałam *Metodę Najmniejszych Kwadratów*. W przypadku każdego modelu ekonometrycznego przeprowadziłam też *test Breuscha-Pagana* na stałość wariancji w rozkładzie składników losowych (*homoscedastyczność*).

W analizach wyników badań do modeli ekonometrycznych czy analiz statystycznych i matematycznych stosuje się z reguły podstawowe cechy demograficzne respondentów, tzn.: wiek, płeć, wykształcenie, zawód, etap rozwoju rodziny i jej liczebność. Do analizy ekonometrycznej wykorzystałam tylko wybrane czynniki demograficzne, tj. wiek, płeć i narodowość. Ponadto do analizy wykorzystałam także informacje dotyczące dochodów respondentów. Analizę przeprowadziłam w celu znalezienia odpowiedzi na pytanie, od czego zależy wielkość wydatków ponoszonych w odwiedzanym regionie przez podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi korzystającymi z wycieczek organizowanych z portu morskiego w Gdyni. Wykorzystując wyniki badań **oszacowałam przekrojowe modele ekonometryczne** wyjaśniające zróżnicowanie wielkości wydatków wśród respondentów. Jako zmienną objaśnianą w modelach przyjąłm logarytm naturalny zadeklarowanych wydatków w EUR (wyd_i). A jako zmienne objaśniające przyjąłm: (1) zadeklarowaną wysokość dochodów ($doch_i$); (2) grupę wiekową ($wiek_i$); (3) płeć ($plec_i$); oraz (4) to, czy osoba odwiedza Polskę po raz pierwszy, czy była już wcześniej ($p.raz_i$), a także (5) narodowość odwiedzających i (6) deklarowane przyczyny, dla których respondenci zdecydowali się wziąć udział w wycieczce w Polsce. Zbadałam także czy ocena wycieczki miała wpływ na wielkość poniesionych wydatków. W ten sposób opracowałam trzy modele ekonometryczne, w tym na przykład³⁴:

$$\ln(wyd_i) = \beta_0 + \beta_1 doch_i + \beta_2 wiek_i + \beta_3 plec_i + \beta_4 p.raz_i + \varepsilon_i$$

$i = 1, \dots, N$ (1)

gdzie: N - jest liczbą respondentów, dla których dostępne były wartości wszystkich zmiennych uwzględnionych w modelu, β_0 - jest parametrem wyrazu wolnego, β_k dla $k=1,2,3,4$ reprezentują siłę i kierunek oddziaływania danej (k -tej) zmiennej objaśniającej na logarytm wydatków; ε_i - to składnik losowy w modelu, który odzwierciedla wszystkie inne czynniki wpływające na wielkość wydatków, a nieuwzględnione w modelu w postaci konkretnych zmiennych, łącznie z zdarzeniami czysto losowymi.

W kolejnym kroku analizy ekonometrycznej model (1) rozszerzyłam o zmienne reprezentujące narodowość respondentów. W tym celu zdefiniowano 15 zmiennych zerojedynkowych, w których „1” przyporządkowano podróżnym należącym do danej narodowości oraz „0” osobom nienależącym do danej narodowości³⁵ (s. 227-229 monografii).

³⁴ Do oszacowania parametrów modelu (1) wykorzystano *Metodę Najmniejszych Kwadratów*, której efektywność zależy od spełnienia założeń dotyczącej struktury stochastycznej modelu. W przypadku każdego modelu przeprowadzono *test Breuscha-Pagana* na stałość wariancji w rozkładzie składników losowych (*homoscedastyczność*). Na mocy tego testu w każdym z szacowanych w trakcie całej analizy modeli odrzucono hipotezę o stałości wariancji zakłóceń losowych. W celu uzyskania jak najbardziej wiarygodnych wniosków dotyczących istotności wpływu poszczególnych zmiennych objaśniających na wydatki, wyznaczone zostały skorygowane błędy szacunku dla parametrów strukturalnych (tzw. błędy robust).

³⁵ Uwzględniając liczbę podróżnych z poszczególnych krajów wyróżniono: Niemców, Włochów, Francuzów, Hiszpanów, Amerykanów, Austriaków, Szwajcarów, Brazylijczyków, Kanadyjczyków, Libańczyków, Holendrów, Brytyjczyków, Belgów, Australijczyków. Osoby innych narodowości, ze względu na małą liczebność w próbie, zaliczone zostały do grupy nazwanej „pozostali”. Zmienne zostały wprowadzone do regresji na dwa sposoby. Po pierwsze w taki sposób, że uzyskane oceny parametrów mogły być interpretowane jako przeciętne odchylenia wydatków osób danej narodowości od wartości średniej wyznaczonej dla wszystkich. Po drugie w taki sposób, że oceny parametrów oznaczały różnice wydatków osób danej narodowości od przeciętnych wydatków Niemców

Dodatkowo podjęłam próbę znalezienia odpowiedzi na pytanie dotyczące **zależności sposobu oceny przypisywanej poszczególnym cechom wycieczki od cech samego respondenta**. W tym celu oszacowałam modele ekonometryczne³⁶, w których poszczególne oceny uzależnione zostały od następujących charakterystyk respondenta: (1) grupa dochodowa, (2) grupa wiekowa, (3) płeć, (4) to czy turysta odwiedza Polskę po raz pierwszy oraz (5) narodowość (s. 240-241 monografii).

Ponadto zamieściłam w pracy wyniki analiz licznych raportów z badań przeprowadzonych przez wiodące na świecie organizacje *cruisingowe* oraz instytucje badawcze (FCCA, CLIA, *Cruise Baltic*, GUS, EUROSTAT, KE, MedCruise) stosując do tego metodę „*desk research*” oraz metodę eksploracyjną.

WYNIKI BADAŃ

Realizując założone w pracy cele badawcze i przygotowując się do realizacji badań empirycznych zaproponowałam kafieterię wskaźników, które mogą być wykorzystywane do oceny poziomu i struktury konsumpcji. Niektóre z nich wykorzystałam w późniejszych badaniach poziomu i struktury konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w NORT (s. 244-245 monografii).

Aby dokonać typologii NORT ze względu na funkcje jakie pełnią na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej zrealizowałam badania empiryczne pierwotne w portach morskich na świecie i w Polsce (s. 139-162 monografii). **Wykorzystując metodę sumy punktów (*scoring method*)³⁷ opracowałam listę czynników decydujących o ich atrakcyjności dla armatorów linii wycieczkowych** (s. 284-287 monografii). Badania wykazały, że zdaniem władz portów morskich na świecie najważniejszym **czynnikiem dla armatorów linii wycieczkowych decydującym o wyborze NORT zawinięć jest położenie geograficzne nadmorskiej obszarów recepcji turystycznej oraz unikatowość walorów przyrodniczych i kulturowych, a także ich usytuowanie względem portów morskich**. Ważne są również względy bezpieczeństwa pasażerów i załogi statków wycieczkowych, ale warunki klimatyczne panujące w regionach nadmorskich nie stanowią ograniczenia w żegludze wycieczkowej, a armatorzy doskonale radzą sobie ze zjawiskiem sezonowości i okresowo użytkują inne trasy rejsów.

Zrealizowane badania empiryczne oraz dokonany przegląd literatury umożliwiły mi także **opracowanie kafieterii kryteriów oceny atrakcyjności turystycznej nadmorskich obszarów recepcji turystycznej** (s. 144-150 monografii) oraz **stworzenie typologii tych obszarów** ze względu na funkcje jakie pełnią na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, tj.: NORT typu I, NORT typu II i NORT typu III. Zaproponowałam również **typologię konsumentów uczestniczących w rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej**. Mając na uwadze kryterium roli jaką konsumenci odgrywają w NORT oraz ich postrzeganie z perspektywy rejestrów statystycznych, ale także funkcje jakie obszary recepcyjne pełnią na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, **wyróżniłam trzy zasadnicze typy konsumentów** (rys. 1) (s. 93 monografii), tj.:

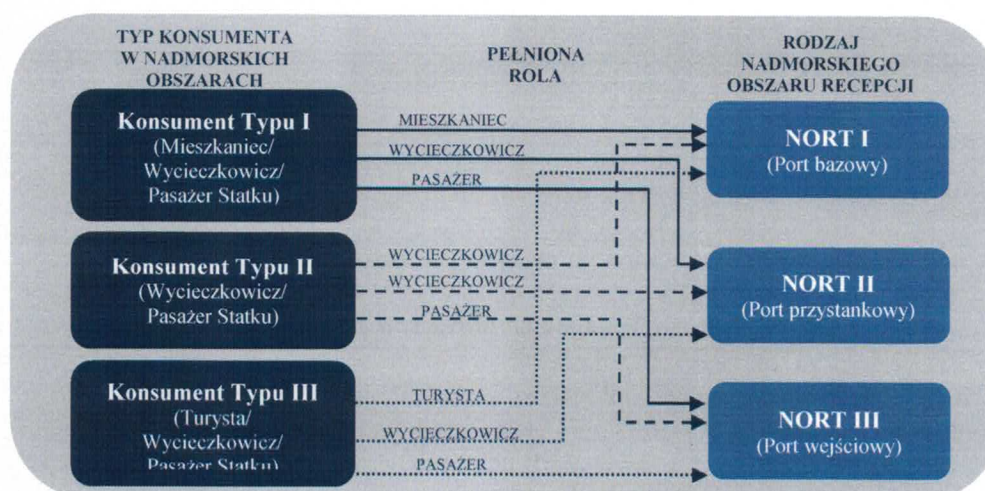
stanowiących największą część respondentów (44%). Ze względu na wyniki oszacowania modelu (1) pomimo zmiennej reprezentującej płeć, która okazała się nie mieć statystycznie istotnego wpływu na wysokość wydatków.

³⁶ Opis metody przygotowania modelu ekonometrycznych znajduje się w rozdziale 4.

³⁷ Metoda sumy punktów polega na nadaniu każdej ze zmiennych odpowiedniej wagi. „...w pierwszym rzędzie ustala się wzajemne względne znaczenie wyspecyfikowanych zmiennych i każdej z nich przypisuje maksymalną możliwą liczbę punktów stosowanie do jej względnego znaczenia. Drugim elementem postępowania jest przyporządkowanie porównywalnym obiektom wartości poszczególnych zmiennych z zakresu ustalonej skali, od 0 do maksymalnej możliwej liczby punktów. Ostatecznie należy zsumować przyporządkowane wyniki dla każdego obiektu, a otrzymane sumy punktów wskażą kolejność obiektów”. W badaniach zastosowano punktację, gdzie 1 przydzielony punkt oznaczał pierwsze miejsce w skali ważności, a 9 lub 10 punktów – ostatnie miejsce w skali ważności badanego czynnika [za:] A Balicki, *Statystyczna analiza wielowymiarowa i jej zastosowanie społeczno-ekonomiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 331.

- **KONSUMENT typu I** – to mieszkaniec NORT typu I (portu bazowego), który w NORT typu II (portach przystankowych) pełni rolę odwiedzającego jednodniowego, a w NORT typu III (portach wejściowych) – pasażera statku.
- **KONSUMENT typu II** – to podróżny, który pełni głównie rolę odwiedzającego jednodniowego (tzw. wycieczkowicz), gdyż nie korzysta z usług noclegowych w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej, a zakwaterowany jest wyłącznie na statku, tymczasem wyłącznie w NORT typu III z punktu widzenia statystyki traktowany jest jak pasażer statku.
- **KONSUMENT typu III** – to podróżny, który pełni zarówno rolę turysty, gdy korzysta z zakwaterowania w NORT typu I przed i po rejsie morskim, rolę odwiedzającego jednodniowego w NORT typu II i pasażera statku w NORT typu III.

Można się także zastanowić, do której grupy konsumentów należy zaliczyć członków załogi i personelu pokładowego statków wycieczkowych³⁸. W wielu regionach recepcyjnych wydatki tej grupy konsumentów stanowią znaczące przychody dla wytwórców i dostawców dóbr i usług. Tych konsumentów zakwalifikowałam do grupy wycieczkowiczów, gdyż w czasie wolnym od pracy korzystają oni z dostępnych usług i nabywają towary u lokalnych dostawców i wytwórców w NORT.



Rys. 1. Typy konsumentów i ich role w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej

Źródło: opracowanie własne.

Powyższa analiza wykazała również, że z punktu widzenia statystyki turystyki podróżujący morskimi statkami wycieczkowymi nie mogą zostać zakwalifikowani do jednego typu podróżnych, gdyż w zależności od roli w jakie wchodzi na różnych etapach podróży, wymuszanych przez funkcje jakie pełnią obszary recepcyjne na rynku żeglugi wycieczkowej, reprezentują oni inne typy konsumentów, tj. występują na przykład w roli konsumenta-mieszkańca miejscowości nadmorskiej w NORT typu I, z której rozpoczyna się rejs statkiem, a następnie stają się wycieczkowiczem lub turystą w NORT typu II, a jeszcze innym razem tylko pasażerem statku w NORT typu III.

Dorobek naukowy w dyscyplinie ekonomia oraz subdyscyplinie ekonomia turystyki i ekonomia konsumpcji jest bogaty, niemniej wciąż zauważalne są pewne luki poznawcze w odniesieniu do analizy zachowania konsumentów na różnych rynkach branżowych. Szczęólnego znaczenia nabiera ten fakt, w odniesieniu do analizy konsumpcji dóbr niematerialnych (np. usług turystycznych), a szczególnie w sytuacji, kiedy ta konsumpcja jest rozłożona w czasie i jest wieloetapowa. Za doskonały przykład może posłużyć konsumpcja usług turystycznych, w której można wyróżnić od trzech do ośmiu faz zachowania się

³⁸ J. Kizielewicz, I. Urbanyi-Popiołek, *Rynek usług morskiej żeglugi wycieczkowej*, PWN, Warszawa 2015, s. 117 - 121.

konsumenta już po dokonaniu zakupu produktu turystycznego. Fazy te nie dotyczą tylko odczuć konsumenta wynikających z zakupionego produktu turystycznego, tj. satysfakcji lub jej braku, ale odnoszą się do cyklu działań podejmowanych przez konsumenta, które są konieczne, aby doszło do konsumpcji nabytego produktu. W pracy zaproponowałam **Model konsumpcji turystycznej na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej na tle klasycznego modelu konsumpcji** – CTCM (*Cruise Traveler Consumption Model*). Trzeba zauważyć, że model ten będzie poddany pewnym modyfikacjom w zależności od rodzaju nabywanej przez konsumentów oferty (s. 128-130 monografii). Zaprezentowany model pokazuje specyfikę konsumpcji na rynku usług turystycznych w stosunku do konsumpcji innych dóbr i usług. Klasyczny proces podejmowania decyzji nabywczych, który odnosi się głównie do konsumpcji dóbr materialnych i niektórych usług (np. kosmetycznych, fryzjerskich, gastronomicznych), jak już wcześniej wspomniano, składa się zasadniczo z pięciu etapów. Model konsumpcji turystycznej również z reguły przewiduje proces złożony z pięciu etapów podejmowania decyzji nabywczych od momentu zakupu produktu turystycznego przez podróżnego (tzw. Model 5P). Tymczasem proces podejmowania decyzji konsumpcyjnych przez podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi od momentu zakupu produktu turystycznego (tj. rejsu statkiem wycieczkowym), może składać się od trzech, aż nawet do ośmiu następujących po sobie kolejnych faz konsumpcji, w których konsument (turysta, odwiedzający jednodniowy czy pasażer statku) będzie podejmował decyzje nabywcze i ponosił wydatki. Niektórzy konsumenci już z chwilą zawierania umów z organizatorami turystyki mają świadomość faktu, że od tego momentu pojawiają się kolejne wydatki związane z podróżą, ale są również i tacy, którzy nie zdają sobie sprawy z wysokości wydatków jakie finalnie poniosą z tego tytułu. Liczba faz konsumpcji jest tutaj uzależniona od miejsca zamieszkania konsumenta, gdyż wówczas nie jest on zmuszony ponosić kosztów związanych z podróżą do portu bazowego (NORT I), z którego rozpoczyna się rejs statkiem oraz kosztów recepcji w NORT I, zarówno przed rejsem morskim, jak i po jego zakończeniu. W tym przypadku będą tylko trzy fazy konsumpcji. Ale w przypadku konsumenta, który jest zmuszony do ponoszenia wydatków na transport tam i z powrotem oraz recepcję w porcie bazowym, wystąpić może, aż osiem faz konsumpcji od momentu zakupu rejsu statkiem wycieczkowym. Poszczególne fazy procesu podejmowania decyzji konsumpcyjnych zobrazowane przykładami z badań na świecie i w Polsce opisałam w rozdziale trzecim i czwartym monografii.

Uwzględniając fakt, że konsumenci pełnią różne role w NORT, różna jest również siła ich ekonomicznego oddziaływania na podmioty podaźowej strony rynku turystycznego. Wydatki podróżnych w procesie przygotowania do podróży, w jej trakcie i po zakończeniu stanowią źródło przychodów różnych wytwórców dóbr konsumpcyjnych i usług zarówno w miejscu zamieszkania podróżnych, jak i w regionach recepcyjnych. Wielkość przychodów generowanych z wydatków konsumpcyjnych w NORT jest uzależniona od funkcji jaką pełni ten obszar recepcyjny na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Podróżni, którzy ponoszą wydatki na transport do portu bazowego i powrót, recepcję w NORT typu I przed i po podróży morskiej stanowią grupą konsumentów szczególnie pożądaną przez władze lokalne miejscowości nadmorskich oraz przedsiębiorców świadczących usługi na tym obszarze (**konsumenci reprezentujący Model SCTE**) (s. 188 monografii). Tą grupę podróżnych zaliczyłam do grupy turystów, gdyż spędzają więcej niż 24 godzin z dostępnych usług: noclegowych, gastronomicznych, transportowych, turystycznych, kulturalno-rozrywkowych, sportowo-rekreacyjnych i handlowych oraz innych generując w ten sposób największe przychody dla branży turystyczno-hotelarskiej w porównaniu do NORT typu II i NORT typu III (**konsumpcja indywidualna**).

W obszarach recepcyjnych NORT typu II, wszyscy podróżni stanowią jednolitą grupę konsumentów bez względu na to, który reprezentują typ konsumenta. Zdecydowana

większość podróży udających się w rejsy morskie jako główny cel podróży deklaruje zwiedzanie miejscowości nadmorskich, do których statki zawijają. Tego typu konsumenci w zdecydowanej większości korzystają z usług zagwarantowanych w pakietach turystycznych przez organizatorów turystyki zaangażowanych przez armatorów linii wycieczkowych (**konsumpcja grupowa**). Koszyk dóbr i usług przez nich nabywanych jest znacznie skromniejszy, aniżeli w przypadku wyżej opisanej grupy konsumentów w NORT typu I. Ta grupa podróży zaliczana jest do wycieczkowiczów, gdyż ich pobyt w NORT II trwa zaledwie kilka godzin i nie korzystają oni z bazy noclegowej, a środki wydają głównie na zakup: usług turystycznych (w tym przewodnickich i pilockich), transportu lokalnego, pamiątek lokalnych i wyrobów rękodzieła ludowego oraz innych produktów (w tym m.in.: napoi, żywności, alkoholu, biżuterii, sprzętu elektronicznego i kosmetyków itp.).

Podróżni przybywający statkami do obszarów zaliczanych do NORT typu III nie mają zwykle możliwości dokonywania zakupów w miejscu zawinięcia statków, gdyż bezpośrednio z portu zawinięcia są przez organizatorów turystyki transportowani autokarami do miejsc atrakcyjnych turystycznie w regionie. Stąd też te obszary recepcyjne rejestrują najmniejsze korzyści ekonomiczne wynikające z obsługi pasażerów statków wycieczkowych. Koszyk nabywanych usług, z których korzystają ogranicza się głównie do usług transportu lokalnego oraz usług handlowych.

Podsumowując, w modelu NORT typu I największe korzyści z obsługi morskiej żeglugi wycieczkowej, obok zarządów portów morskich oraz podmiotów zlokalizowanych na terytorium portów, czerpią również podmioty gospodarcze świadczące usługi na rzecz podróży na przedpolu portu. Efekty ekonomiczne są tutaj widoczne w postaci wpływów do budżetów zarządów morskich portów z tytułu obsługi statków w porcie, przychodów przedsiębiorstw prywatnych świadczących usługi na rzecz armatorów zarówno na terytorium portu, jak i jego przedpolu oraz ich podróży, a także w postaci liczby tworzonych miejsc pracy i wpływów z podatków do kas budżetów samorządowych.

Wszystkie wyżej opisane etapy konsumpcji turystycznej na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz katering wydatków ponoszonych przez konsumentów na każdym etapie podróży, a także przepływy finansowe pomiędzy podróżnymi a wytwórcami i dostawcami dóbr i usług w NORT (konsumpcja indywidualna) oraz pomiędzy wytwórcami i dostawcami dóbr i usług w NORT a armatorami linii wycieczkowych (konsumpcja instytucjonalna) zaprezentowałam w autorskim modelu pn. **Zintegrowany Model Całkowitych Wydatków Podróżujących Morskimi Statkami Wycieczkowymi** (*Model ICTE - Integrated Cruise Travelers' Expenditures*) (s. 191 monografii). Model ICTE wykorzystałam też do opracowania formuł matematycznych umożliwiających szacowanie z jednej strony wielkości całkowitych wydatków podróży związanych z ich projektem pn. „podróż morska”, a z drugiej obrazujących wielkość przychodów wytwórców i dostawców w NORT z tytułu wydatków podróży na różnych etapach ich podróży.

Mówiąc o wydatkach konsumentów w NORT, które stanowią źródło przychodów wytwórców dóbr i usług, zaproponowany przeze mnie Model ICTE wykorzystałam do opracowania formuły matematycznej umożliwiającej szacowanie **Całkowitych Wydatków Podróżujących Morskimi Statkami Wycieczkowymi** w różnych fazach procesu konsumpcji związanych z podróżą od momentu podjęcia decyzji o jej zakupie do momentu powrotu do miejsca zamieszkania, który w skrócie nazwano *ICTE*, tj. *Integrated Cruise Travellers' Expenditures*.

$$ICTE_T = \sum_{s=1}^8 CTE_s = \sum_{k_{p1}=1}^5 x_{k_{p1}} + \sum_{k_{p2}=1}^5 x_{k_{p2}} + \sum_{k_{p3}=1}^5 x_{k_{p3}} + \sum_{k_{p4}=1}^5 x_{k_{p4}} + \sum_{k_{p5}=1}^5 x_{k_{p5}} + \sum_{k_{p6}=1}^5 x_{k_{p6}} + \sum_{k_{p7}=1}^5 x_{k_{p7}} + \sum_{k_{p8}=1}^5 x_{k_{p8}} \quad [2]$$

gdzie: $ICTE_T$ - to całkowite wydatki i-tej osoby poniesione podczas podróży w modelu $HCTE$; $s = 1, \dots, 8$ to numer fazy, w której ponoszone są wydatki; CTE_s - to wydatki

poniesione w fazie s ; X_{kps} - to szczegółowo zdefiniowany rodzaj wydatków konsumpcyjnych w kolejnych fazach; k_{ps} - to numer kategorii wydatków w fazie s ³⁹.

Trzeba podkreślić, że największe przychody z tytułu wydatków podróży uzyskują wytwórcy i dostawcy dóbr i usług w NORT typu I, tj. w portach bazowych. Zaproponowaną powyżej formułę można modelować i dostosowywać do poszczególnych typów NORT, tj. NORT typu I, NORT typu II, czy NORT typu III, w celu szacowania przychodów, jakie są generowane bezpośrednio z konsumpcji podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi (s. 247-249 monografii).

Wielkość przychodów wytwórców i dostawców dóbr i usług w NORT z tytułu konsumpcji turystycznej podróży uczestniczących w rejsach morskich jest uzależniona od funkcji pełnionej przez dany obszar nadmorski, tzn., czy jest to obszar, który stanowi miejsce rozpoczęcia i zakończenia rejsów morskich (port bazowy), czy jest to obszar, do którego tylko zawijają statki wycieczkowe na okres od kilku do kilkunastu godzin (porty przystankowe lub wejściowe), czy w końcu obszar, który pełni obie te funkcje jednocześnie. Poziom i struktura tej konsumpcji jest także uzależniona od miejsca zamieszkania konsumentów względem NORT oraz rodzaju oferty, którą nabywają, a co za tym idzie zakresu usług, które są w nią wliczone.

Oszacowanie wysokości przychodów wytwórców dóbr i usług w NORT wynikającego ze sprzedaży dóbr i usług wymaga wieloetapowego procesu. Podjęłam, zatem też próbę opracowania takiego modelu, który nazwałam **Model przepływu wydatków podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w NORT typu II i III** (*Model FPOCTE - Flow Pattern of Cruise Travelers' Expenditures*) (s.268 monografii). Wykorzystałam opracowany model i podjęłam próbę oszacowania oddziaływania wydatków konsumpcyjnych podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej w Polsce. W tym celu pozyskałam informacje finansowe i statystyczne z zarządów portów morskich i innych podmiotów w Polsce zaangażowanych w obsługę rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, a także wykorzystałam wyniki badań reprezentatywnych przeprowadzonych wśród podróżnych wykonane w 2014 r. w porcie w Gdyni. Z przeprowadzonych badań wynika, że średnio 70 % podróżnych statków wycieczkowych decyduje się brać udział w wycieczkach po regionie nadmorskim i wydają oni średnio na zakupy **34,08 EUR** (w przedziale ufności od 29,38 EUR do 38,79 EUR). Przeprowadzona analiza pokazała, że dla rynku polskiego możliwe jest oszacowanie przychodów organizatorów turystyki z tytułu obsługi turystycznej podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi w NORT oraz wielkości wydatków podróży podczas wycieczek po regionie przy zastosowaniu zaproponowanej metodyki badań poziomu i struktury konsumpcji. Dużo trudniej jest niestety oszacować efekty ekonomiczne dla podmiotów bezpośrednio i pośrednio zaangażowanych w obsługę rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej w regionach nadmorskich w Polsce, tj. zarządów portów morskich, agencji morskich i spółek portowych, gdyż podkreślają oni, że *cruising* nie stanowi dla nich istotnego źródła przychodów, głównie ze względu na silną sezonowość. Stąd też próba oszacowania ekonomicznego oddziaływania rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej na rozwój NORT typu II i III w Polsce jest utrudniona. Przeprowadzone badania wykazały, że w 2014 r. podróżni ze statków wycieczkowych z 95 % prawdopodobieństwem przeciętnie wydali na zakupy w regionach nadmorskich w Polsce od 2,21 mln EUR do 2,93 mln EUR.

Wyniki badań zrealizowanych w Polsce wykazały, że przychody wytwórców i dostawców dóbr i usług w NORT z tytułu morskiej żeglugi wycieczkowej można podzielić na trzy główne kategorie, tj.: (1) przychody z tytułu opłat portowych i za usługi świadczone

³⁹ Ta formuła matematyczna może zostać zastosowana do wyliczenia wydatków ponoszonych w przypadku modelu HCTE (*High Cruise Travelers' Expenditures*).

na rzecz statków w porcie (**konsumpcja instytucjonalna**) oraz (2) przychody z tytułu obsługi podróży przez lokalnych organizatorów turystyki (**konsumpcja grupowa**), a także (3) przychody z tytułu wydatków podróży podczas wycieczek po regionie (**konsumpcja indywidualna**).

W oparciu o wyniki badań pierwotnych wykonanych przy zastosowaniu autorskiej metodyki badań poziomu i struktury konsumpcji podróży w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej typu II i III oraz wykorzystując opracowaną autorską typologię konsumentów i zaproponowany model konsumpcji turystycznej na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej **przeprowadziłam typologię podróży morskich statków wycieczkowych odwiedzających NORT w Polsce**. Typologia konsumentów w oparciu o kryterium demograficzne⁴⁰ wykazała, że **typowym konsumentem** jest kobieta (55,32% ogółu respondentów), narodowości niemieckiej (43,99% ogółu respondentów), w wieku powyżej 60 roku życia (54,29% ogółu respondentów), okazjonalnie podróżująca statkami wycieczkowymi (46,31% ogółu respondentów).

Następnie przeprowadziłam typologię konsumentów w oparciu o kryterium związane z zachowaniami konsumpcyjnymi podróży w NORT wynikającymi z funkcji jakie pełnią te obszary na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz uwzględniającą aspekty statystyki turystyki. Analiza pokazała, że podróżni odwiedzający port morski w Gdyni (NORT typu III) reprezentują model konsumentów typu III. W tym przypadku występują oni przede wszystkim w charakterze pasażerów statków wycieczkowych. Tymczasem podróżni odwiedzający porty morskie w Gdańsku i w Szczecinie (NORT II) reprezentują model konsumenta typu II i wówczas pełnią oni funkcje wycieczkowiczów (odwiedzających jednodniowych).

W dalszej części **wyniki uzyskanych badań empirycznych poddałam analizie ekonometrycznej** wykorzystując w tym celu zaproponowane modele ekonometryczne. Przeprowadzone przez mnie analizy ekonometryczne potwierdziły prawidłowości ekonomiczne, że wyższy dochód respondentów wiąże się z wyższymi ich wydatkami, **co pozwoliło pozytywnie zweryfikować hipotezę H_{c1}** (s. 226 monografii). Podróżny z wyższej grupy dochodowej wydał przeciętnie o 46,5 % więcej niż podróżny z niższej grupy dochodowej przy założeniu, że były to osoby tej samej płci, w tej samej grupie wiekowej, odwiedzające Polskę tak samo po raz pierwszy, lub po raz kolejny (s.227 monografii). Analiza wykazała także, że wiek respondentów w ujemny sposób wpływał na wydatki podróży, gdyż osoba należąca do wyższej grupy wiekowej wydawała przeciętnie o 37,9 % mniej niż ta z niższej grupy wiekowej nie różniąc się pod względem pozostałych cech. Natomiast płeć podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi nie wpływała w statystycznie istotny sposób na wysokość ich wydatków. Ponadto analiza ekonometryczna wykazała, że narodowość respondentów miała istotny wpływ na wysokość ich wydatków poniesionych w trakcie wycieczki, **co pozwoliło pozytywnie zweryfikować hipotezę H_{c2}** (s. 228 monografii). Wydatki, przede wszystkim obywateli Wielkiej Brytanii, a później Niemiec były znacząco niższe niż średnia w całej grupie. Natomiast Holendrzy, Brazylijczycy i też Hiszpanie oraz Włosi wydawali istotnie więcej niż średnio, zakładając, że były to osoby deklarujące przynależność do tej samej grupy wiekowej i dochodowej oraz odwiedzające Polskę tak samo po raz pierwszy albo po raz kolejny. W monografii zamieszczono pozostałe

⁴⁰ Czynniki demograficzne, uznawane są za jedne z ważniejszych w prowadzeniu analizy zachowań konsumentów na rynku. Ich znajomość pozwala na dokonywanie segmentacji konsumentów dóbr konsumpcyjnych i usług [za:] A. Czubała, A. Jonas, T. Smoleń, J. Wiktor, *Marketing usług*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006, s. 36 – 37. W opracowaniu typologii konsumentów przybywających na morskich statkach wycieczkowych do nadmorskich obszarów recepcji turystycznej zastosowano właśnie kryterium demograficzne, przy czym jako zmienne różnicujące konsumentów wybrano ich wiek, płeć i narodowość

analizy ekonometryczne prezentujące zależności pomiędzy dochodami podróżnych a ich wydatkami (s.199-242 monografii).

Analiza statystyczna wykazała, że wielkość dochodów podróżnych nie ma istotnego wpływu na zróżnicowanie struktury ich zakupów, **co pozwoliło negatywnie zweryfikować hipotezę H_{c3}** (s. 203 monografii).

Ponadto otrzymane wyniki badań empirycznych pierwotnych oraz badań wtórnych uzyskanych z *Florida Caribbean Cruise Association (FCCA)* umożliwiły **sformułowanie wniosków odnoszących się do wskazanej głównej hipotezy badawczej**, tzn.:

- (1) Proces podejmowania decyzji konsumpcyjnych przez podróżnych na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej jest bardziej złożony, aniżeli w przypadku innych segmentów rynku usług turystycznych. Podróżujący morskimi statkami wycieczkowymi od momentu zakupu oferty turystycznej przechodzą przez od trzech (Model LCTE) do nawet ośmiu (Model HCTE) kolejnych faz konsumpcji, co jest uzależnione od rodzaju zakupionej przez nich oferty rejsu u armatorów linii wycieczkowych lub agentów turystycznych, **co pozwoliło przyjąć hipotezę H_{1A}** .
- (2) Funkcja pełniona przez nadmorski obszar recepcji turystycznej (NORT typu I - *port bazowy*, NORT typu II - *port przystankowy*, NORT typu III - *port wejściowy*) na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej ma istotny wpływ na role pełnione przez podróżnych (*odwiedzający jednodniowy, turysta, pasażer statku*) w NORT, a to z kolei ma wyraz w poziomie i strukturze ich konsumpcji. Fakty te wskazują na to, że postawiona w pracy **hipoteza H_{1B} została również zweryfikowana pozytywnie**.
- (3) Na poziom i strukturę konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi ma istotny statystycznie wpływ miejsce ich zamieszkania, poziom dochodów oraz wiek, co pokazały przeprowadzone analizy statystyczne i ekonometryczne, a fakt ten wskazuje, że postawiona w pracy **hipoteza H_{1C} także została zweryfikowana pozytywnie**.

Zaprezentowane poniżej artykuły, w których zawarte są wyniki badań empirycznych i analizy statystyczne stanowią uzupełnienie rozważań podjętych w monografii odnośnie do konsumpcji indywidualnej, grupowej i instytucjonalnej oraz umożliwiają uzupełnienie wyżej zdiagnozowanych luk teoretycznych, empirycznych, metodycznych oraz aplikacyjnych.

C.3.2. Charakterystyka atykułu nr 1.

pt. *Consumption of cruise ship passengers in tourist destinations* (2013).

CEL BADAŃ

Ocena wpływu atrakcyjności turystycznej NORT na poziom i strukturę konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w oparciu o analizę wydatków konsumentów w znanych miastach nadmorskich o 1000-letniej tradycji, tj.: w Gdańsku (Polska) i w Dubrowniku (Chorwacja).

METODY BADAWCZE

Metoda typu „*desk research*” wyników badań wtórnych zrealizowanych przez inne podmioty oraz metoda analizy porównawczej i syntezy.

WYNIKI BADAŃ

Odwiedzanie „elitarnych” miejscowości nadmorskich wcale nie wiąże się wyższymi wydatkami konsumentów. Wielkość konsumpcji turystycznej jest uzależniona od jakości i różnorodności proponowanej oferty turystycznej w NORT. Przykładowo w Zadarze konsumenci średnio wydają 16.4€/godz., gdy tymczasem w Dubrowniku tylko 7.4€/godz. Podobne zjawisko zaobserwowano w Gdańsku gdzie podróżni średnio wydają tylko 8,37€/godzinę. Powodem tak niskich wydatków konsumpcyjnych w NORT jest fakt, że podróżujący statkami wycieczkowymi nabywają od armatorów pakiety turystyczne uwzględniające oprócz rejsu również zwiedzanie miejscowości nadmorskich wraz

z wyżywieniem (**wymiar empiryczny**). Fakt zwiedzania "elitarnych" miejscowości nie ma wpływu na wielkość wydatków konsumpcyjnych, gdyż uzależnione są one od szeregu innych uwarunkowań mających wpływ na decyzje nabywcze konsumentów (**wartość teoriopoznawcza**).

C.3.3. Charakterystyka artykułu nr 2.

pt. *Theme cruises, as a trend in marine tourism* (2013).

CEL BADAŃ

Ocena ofert w zakresie rejsów tematycznych proponowanych przez przewoźników morskich na świecie oraz systematyzacja i opracowanie typologii form turystyki na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej.

METODY BADAWCZE

Metoda typu „desk research” raportów z innych badań naukowych oraz materiałów promocyjnych i raportów armatorów linii wycieczkowych oraz przegląd ofert proponowanych na rynku przez przewoźników morskich w zakresie rejsów tematycznych. Metody analizy porównawczej oraz analizy krytycznej dostępnej literatury (**wymiar metodyczny**).

WYNIKI BADAŃ

W literaturze nieliczni autorzy dostrzegają specjalizację na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Podejmowane próby są raczej wyrywkowe i dość chaotyczne. Wartością dodaną artykułu (**wymiar teoriopoznawczy**) jest próba uporządkowania terminologii odnoszącej się do segmentu rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej. Zaprezentowałam listę kryteriów, które mogą być zastosowane w badaniach statystycznych popytu na rejsy tematyczne (**wymiar metodyczny**). Wyniki badań wskazały, że na rynku morskiej żeglugi wycieczkowej widoczna jest tendencja do specjalizacji, co przejawia w postaci rejsów tematycznych. Oferty tego typu są dostępne u wszystkich wiodących linii wycieczkowych. Zjawisko tematycznych rejsów morskich powinno stać się przedmiotem badań naukowych, gdyż dotychczas brakuje danych statystycznych dotyczących uczestnictwa turystów w tego typu podróżach morskich (**wymiar empiryczny**).

C.3.4. Charakterystyka artykułu nr 3.

pt., *Kreowanie marki i wizerunku miasta Gdynia, jako morskiej destynacji turystycznej* (2013)

CEL BADAŃ

Ocena zaangażowania i aktywności władz samorządowych miasta Gdynia w tworzenie marki i wizerunku miasta Gdyni, jako centrum turystyki morskiej w Polsce.

METODY BADAWCZE

Badania przeprowadziłam w okresie od VIII 2012 r. do X 2012 r. wśród 7 podmiotów zaangażowanych w działania na rzecz kreowania wizerunku miasta Gdynia, tzn. w Urzędzie Miasta Gdyni, w Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, Stowarzyszeniu „Gdynia Turystyczna” LOT, Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o.o., Biurze podróży Baltic Gateway Poland, Stena Line Polska Sp. z o.o. oraz Miejskiej Informacji Turystycznej w Gdyni. Wykorzystano metodę badań ankietowych połączoną z wywiadem ustandaryzowanym oraz metody analizy krytycznej, analizy porównawczej oraz „desk research” (**wymiar metodyczny**).

WYNIKI BADAŃ

Badane podmioty deklarują, że aktywnie włączają się w działania na rzecz kreowania morskiego charakteru miasta Gdynia. Jednak działania te mają często charakter incydentalny, jak np. udział w wiodących targach turystyki morskiej w Miami, czy w Hamburgu. Władze miasta Gdynia i inne podmioty w regionie dostrzegają potencjał turystyczny miasta i starają

się w działaniach promocyjnych eksponować jego nadmorskie położenie oraz tworzą produkty turystyczne nawiązujące do jego nadmorskiego charakteru (**wymiar empiryczny**). Działania tych podmiotów wskazują, że kreowanie wizerunku miasta portowego jest możliwe i skuteczne, czego dowodem jest fakt, że to właśnie w Gdyni obsługiwanych jest ponad 80 % statków wycieczkowych przybywających do Polski. Niestety pomimo wysiłków na rzecz tworzenia atrakcyjnych produktów turystycznych, miasto Gdynia wciąż przegrywa w konkurencji z Gdańskiem i innymi unikatowymi atrakcjami turystycznymi w regionie. Pasażerowie statków bezpośrednio z nabrzeża w porcie w Gdyni zabierani są autokarami do atrakcji turystycznych w regionie. Fakt ten stanowi poważny problem dla władz samorządowych miasta Gdynia i innych podmiotów zaangażowanych w rozwój rynku turystycznego w mieście, co powinno stanowić obszar do dalszych badań w celu znalezienia rozwiązania (**wymiar aplikacyjny**).

C.3.5. Charakterystyka artykułu nr 4.

pt. *Consumer Behavior of Clients Travelling by Stena Line's Ferries* (2014).

CEL BADAŃ

Ocena zachowań nabywczych osób podróżujących promami do Szwecji na trasie Gdynia – Karlskrona.

METODY BADAWCZE

Badania przeprowadziłam w okresie od VIII 2012 r. do XII 2012 r.. Wykorzystałam metody badań kwestionariuszowych bezpośrednich. Wyliczenia wykazały, że aby badania miały charakter reprezentatywny powinno zostać przebadanych 1270 respondentów, a badaniom właściwym poddałam 1 354 respondentów na terminalu promowym w Gdyni. Po weryfikacji poprawności wypełnienia kwestionariuszy odrzuciłam 97 kwestionariuszy i obróbce statystycznej poddałam 1257 (**wymiar metodyczny**).

WYNIKI BADAŃ

Wyniki badań, dostarczyły cennych informacji na temat potrzeb, preferencji oraz profilu typowych klientów i ich zachowań nabywczych. Wiedza ta może zostać wykorzystana przez menedżerów ds. marketingu i sprzedaży w procesie weryfikacji skuteczności dotychczas stosowanych form promocji ofert (**wymiar aplikacyjny**). Ponadto warto zastanowić się nad wprowadzeniem instrumentów umożliwiających dotarcie do obszarów Polski zachodniej, gdzie wyniki sprzedaży ofert są wciąż na niskim poziomie. Zastosowana metoda badań reprezentatywnych może być wykorzystywana też przez innych badaczy w identyfikacji poziomu i struktury konsumpcji oraz motywów podróży promowych (**wymiar metodyczny**).

C.3.6. Charakterystyka artykułu nr 5.

pt. *Konkurencyjność polskich portów morskich w zakresie obsługi statków wycieczkowych w basenie Morza Bałtyckiego* (2014).

CEL BADAŃ

Ocena wybranych instrumentów konkurencyjności polskich portów morskich na tle innych portów w regionie Morza Bałtyckiego (RMB) w zakresie przygotowania ich do obsługi statków wycieczkowych.

METODY BADAWCZE

Badania zrealizowano w okresie od X 2013 r. do XII 2013 r. Wykorzystałam metodę analizy porównawczej, analizy krytycznej, metodę „desk research” materiałów źródłowych i raportów z badań, a także badania literatury polskojęzycznej i obcojęzycznej oraz analizę aktów normatywnych odnoszących się do działalności portów morskich (**wymiar metodyczny**).

WYNIKI BADAŃ

Walka konkurencyjna pomiędzy portami morskimi o armatorów linii wycieczkowych korzystnie wpływa na poprawę standardu infrastruktury portowej oraz jakość oferowanych usług w portach. Zarządy morskich portów w Polsce są w czołówce, jeśli chodzi o wartość i zakres realizowanych w ostatnich latach inwestycji w infrastrukturę portową, co znacznie podnosi ich konkurencyjność na rynku międzynarodowym. Inwestycje te nie dotyczą stricte rozwoju funkcji turystycznych portów morskich, ale każda inwestycja, szczególnie w zakresie poprawy dostępności do portu, zwiększa jego atrakcyjność. W Polsce armatorzy linii wycieczkowych mogą wciąż liczyć wyłącznie na użyczone nabrzeża znajdujące się w przemysłowych obszarach portów, co niestety zmniejsza konkurencyjność ich względem innych portów morskich na Bałtyku (**wymiar aplikacyjny**). Niemniej, w ostatnich latach władze portów morskich w Polsce, szczególnie w Gdyni i w Gdańsku deklarują, że zamierzają poprawić stan infrastruktury dedykowanej obsłudze morskich statków wycieczkowych w przyszłości.

C.3.7. Charakterystyka artykułu nr 6.

pt. *Cruising w regionie Morza Bałtyckiego - stan i perspektywy rozwoju* (2014).

CEL BADAŃ

Ocena stanu rozwoju *cruising'u* w regionie Morza Bałtyckiego oraz wskazanie perspektyw rozwoju tego segmentu rynku.

METODY BADAWCZE

Metody analizy jakościowej i ilościowej oraz „*desk research*” dostępnych raportów i danych z roczników statystycznych oraz materiałów źródłowych z portów morskich z regionu Morza Bałtyckiego (RMB). Analiza porównawcza i krytyczna.

WYNIKI BADAŃ

Rejestrowany wzrost popytu na rejsy morskie w RMB wśród obywateli Europy, Ameryki i Azji oraz pojawienie się w RMB najważniejszych na świecie morskich armatorów wycieczkowych pozwala stwierdzić, że rynek *cruisingu* ma duże perspektywy rozwoju (**wymiar aplikacyjny**). Sprzyjać temu powinny również działania promocyjne różnych podmiotów oraz współpraca międzynarodowa państw nadbałtyckich wspierana przez Komisję Europejską. Duży potencjał rozwoju RMB potwierdzają również liczące się w świecie instytucje badawcze monitorujące rynek *cruising'u*. Pojawienie się na rynku bałtyckim armatorów linii wycieczkowych wzmogło konkurencję pomiędzy NORT w walce o uwagę armatorów. Zarządy portów wprowadzają zachęty obniżając ceny opłat portowych i całkowite zwolnienia z niektórych z nich, upraszczają procedury odpraw granicznych, a nawet inwestują w infrastrukturę dedykowaną statkom wycieczkowym, a organizatorzy turystyki wciąż poszukają innowacyjnych pomysłów w celu wyróżnienia się na rynku turystycznym (**wymiar empiryczny**).

C.3.8. Charakterystyka artykułu nr 7.

pt. *Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment* (2015).

CEL BADAŃ

Identyfikacja negatywnych aspektów rozwoju rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej.

METODY BADAWCZE

Badania eksploracyjne, metoda „*desk research*” i analiza raportów światowych i europejskich organizacji zrzeszających morskie linie wycieczkowe, a także raportów statystycznych zarządów portów morskich w badanych NORT w Gdańsku i w Dubrowniku.

WYNIKI BADAŃ

Obok pozytywnych aspektów rozwoju rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, już wcześniej opisanych w monografii, niekontrolowany rozwój tego segmentu rynku niesie ze sobą również liczne negatywne skutki dla NORT i ich społeczności. Tysiące pasażerów statków zwiedzających miasta nadmorskie są powodem ich zatłoczenia, zaśmiecenia, wzrostu natężenia hałasu, korków ulicznych oraz zanieczyszczenia środowiska. Zauważalny jest wzrost cen podstawowych produktów oraz koncentracja handlu na sprzedaży tanich pamiątek, wzrost przestępczości i innych patologicznych zachowań, co budzi niezadowolenie społeczności lokalnych (**wymiar empiryczny**). Władze samorządowe wraz z branżą turystyczną szukają rozwiązań w celu niwelowania negatywnych skutków koncentracji konsumpcji turystycznej w NORT. Jednym ze sposobów jest ograniczanie liczby zawinięć statków do portu w ciągu doby (przykład Dubrownik) i zmuszanie armatorów do wyboru innych terminów w celu wydłużania sezonu turystycznego. Z kolei władze miasta Gdańska organizują imprezy kulturalno-rozrywkowych po sezonie lub przed sezonem, a branża turystyczna oferuje elastyczną politykę cenową umożliwiającą wypoczynek po niższych cenach po sezonie (**wymiar aplikacyjny**).

C.3.9. Charakterystyka artykułu nr 8.

pt. *The Segmentation of the Demand for Ferry Travels – the Case Study Stena Line (2017)*

CEL BADAŃ

Określenie zmian zachodzących w popycie na podróże promowe w zależności od różnych motywów podróży.

METODY BADAWCZE

Badania przeprowadziłam w okresie od VIII 2012 r. do XII 2012 r.. Wykorzystałam metody badań kwestionariuszowych bezpośrednich. Wyliczenia wykazały, że aby badania miały charakter reprezentatywny powinno zostać przebadanych 1270 respondentów, a badaniom właściwym poddałam 1 354 respondentów na terminalu promowym w Gdyni. Po weryfikacji poprawności wypełnienia kwestionariuszy odrzuciłam 97 kwestionariuszy i ostatecznie statystycznej poddałam 1257 (**wymiar metodyczny**).

HIPOTEZY BADAWCZE

Określono trzy hipotezy:

- (1) H_1 - Większość pasażerów podróżujących promem na trasie Gdynia-Karlskrona podróżuje do miejsca pracy w Szwecji i Norwegii w związku z tym zakłada się, że istnieje znaczący związek między motywami podróży promowych zadeklarowanych przez pasażerów i krajami docelowymi, do których płyną;
- (2) H_2 – Istnieje znaczący związek między motywami podróży promowych zadeklarowanych przez pasażerów i czynnikami społeczno-demograficznymi respondentów;
- (3) H_3 – Większość respondentów podróżujących promem z pobudek zawodowych nie nabywa żadnych dodatkowych dóbr i usług oferowanych na pokładzie statków, dlatego też, założono, że istnieje znaczący związek pomiędzy motywami podróży promowych deklarowanymi przez respondentów, a koszykiem dóbr i usług przez nich nabywanych na pokładzie statków.

WYNIKI BADAŃ

Zidentyfikowano sześć segmentów konsumentów podróżujących promami Stena Line na trasie Gdynia-Karlskrona. Nazwy segmentów pochodzą od motywów podejmowanych podróży, tj.: (1) Turyści, (2) Odwiedzający krewnych, (3) Podróżni biznesowi, a także trzy inne segmenty, które stanowią mieszankę wszystkich poprzednich segmentów (**wymiar empiryczny**). Dominujący segment rynku stanowiły osoby podróżujące w celach związanych z pracą, przy czym cele turystyczne deklarowała również znaczna grupa konsumentów.

Wyniki badań stanowią ciekawe źródło informacji dla przewoźników promowych w basenie Morza Bałtyckiego (**wymiar aplikacyjny**). Wszystkie założone hipotezy badawcze odnoszące się do zachowań nabywczych podróżujących promami zostały zweryfikowane pozytywnie i stanowi to ciekawe źródło informacji dla przewoźników promowych, gdyż przychody ze sprzedaży biletów promowych są wzbogacone o korzyści ze sprzedaży towarów i usług na pokładach statków (**wymiar aplikacyjny**). Zastosowana metoda badań reprezentatywnych może być wykorzystywana też przez innych badaczy w identyfikacji poziomu i struktury konsumpcji oraz motywów podróży promowych (**wymiar metodyczny**).

C.4. Wkład do dyscypliny ekonomia w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji

Wnikliwy przegląd literatury przedmiotu i materiałów źródłowych pozwoliły mi na podjęcie prób opracowania autorskich modeli opisowych, graficznych, ekonometrycznych i uproszczonych formuł matematycznych, a także modeli zintegrowanych obrazujących poziom i strukturę konsumpcji podróży na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej i w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej. Biorąc pod uwagę przeprowadzone przeze mnie studia teoretyczne i badania empiryczne reprezentatywne uważam, że **przedłożony do oceny jednotematyczny cykl publikacji ma znaczący wkład w rozwój nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia, w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji**, który należy rozpatrywać w wymiarze poznawczym (luka teoretyczna i luka empiryczna) oraz w wymiarze metodycznym (luka metodyczna) i aplikacyjnym (luka użyteczna) tzn.:

(1) **w wymiarze poznawczym** (uzupełnienie luki teoretycznej):

- autorska krytyczna analiza dorobku teoretycznego dotyczącego modeli konsumpcji w sektorze usług, w tym w szczególności w branży turystycznej i wynikający z tego autorski podział modeli konsumpcji (s. 42-66 monografii);
- konstrukcja teoretycznego modelu prezentującego konsumpcję turystyczną na tle „klasycznego modelu konsumpcji”; tj.: TCM (*Traveller Consumption Model*) (s. 127 monografii);
- konstrukcja teoretycznego modelu prezentującego konsumpcję na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej na tle „klasycznego modelu konsumpcji” tj. CTCM (*Cruise Traveller Consumption Model*) (s. 128-130 monografii);
- autorska typologia konsumentów na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej z uwzględnieniem ich zachowań konsumpcyjnych w NORT (s. 92-93 monografii);
- autorska systematyzacja i typologia specjalistycznych form turystyki na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (artykuł nr 2);
- autorska typologia nadmorskich obszarów recepcji turystycznej (NORT) uwzględniająca funkcje gospodarcze pełnione przez nie na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz autorska klasyfikacja morskich portów wycieczkowych w NORT (s. 140-149 monografii);
- autorskie teoretyczne podstawy oceny atrakcyjności turystycznej nadmorskich obszarów recepcji turystycznej z uwzględnieniem pełnionych przez nie funkcji gospodarczych na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, tj.: NORT typu I, NORT typu II i NORT typu III (s. 144-150 monografii);
- opracowanie teoretycznych modeli opisujących etapy zachowań konsumentów na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (1) Model LCTE, (2) Model MCTE, (3)

Model OCTE, (4) Model SCTE, (5) Model HCTE oraz (6) model zintegrowany ICTE (s. 184-193 monografii);

- konstrukcja teoretycznych modeli prezentujących strukturę konsumpcji w NORT pełniących różne funkcje, tj.: (1) Model konsumpcji w NORT typu I, (2) Model konsumpcji w NORT typu II oraz (3) Model konsumpcji w NORT typu III) (s. 263-265 monografii);
- konstrukcja teoretycznego modelu opisującego wszystkie fazy konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej z uwzględnieniem kategorii wydatków konsumpcyjnych, pn. Zintegrowany Model Całkowitych Wydatków Podróżujących Morskimi Statkami Wycieczkowymi (*Model ICTE - Integrated Cruise Travelers' Expenditures*) (s.191 monografii) oraz modelu konsumpcji na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (s. 277 monografii);
- autorskie formuły matematyczne, bazujące na modelu ICTE, umożliwiające szacowanie poziomu i struktury konsumpcji podróżnych udających się w morskie rejsy wycieczkowe uwzględniające wszystkie fazy konsumpcji ($ICTE_T$) w różnych fazach procesu konsumpcji związanych z podróżą od momentu podjęcia decyzji o jej zakupie do momentu powrotu do miejsca zamieszkania oraz wydatki w NORT pełniących różne funkcje ($ICTE_{NORT I}$; $ICTE_{NORT II}$) czy wydatki na pokładach statków ($ICTE_{OS}$) i w miejscu zamieszkania podróżnych ($ICTE_{PR}$) (s. 246-249 monografii);
- opracowanie teoretycznego modelu prezentującego przepływ wydatków konsumentów w NORT typu II i III (*Model FPOCTE - Flow Pattern of Cruise Travelers' Expenditures*) umożliwiający ocenę oddziaływania konsumpcji turystycznej na przychody wytwórców i dostawców dóbr i usług w NORT (s. 268-269 monografii);
- zbudowanie teoretycznego modelu rozwoju konsumpcji turystycznej w NORT (s. 279-283 monografii);
- skonstruowanie przekrojowych modeli ekonometrycznych wyjaśniających zróżnicowanie wielkości wydatków wśród konsumentów na rynku usług, w tym przypadku podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi (s. 222-231 i 240-242 monografii);

(2) w wymiarze empirycznym (uzupełnienie luki empirycznej):

- podjęcie pionierskich w naukach ekonomicznych w Polsce badań empirycznych reprezentatywnych nad konsumpcją w sektorze usług w odniesieniu do rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (s. 169-183 monografii);
- empiryczna weryfikacja zaproponowanej metody badań poziomu i struktury konsumpcji umożliwiła oszacowanie wysokości wydatków (s. 220-222 monografii) oraz wartości przychodów wytwórców i dostawców w NORT z tytułu konsumpcji (s. 275 monografii), co daje szansę do prowadzenia porównań pomiędzy np. krajami;
- podjęcie pionierskich w naukach ekonomicznych badań w skali międzynarodowej (w portach wycieczkowych na świecie) w celu określenia palety czynników decydujących o atrakcyjności NORT na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (s. 284-287 monografii).

(3) w wymiarze metodycznym (uzupełnienie luki metodologicznej):

- autorski model badawczy i metodyka badania poziomu i struktury konsumpcji w sektorze usług w NORT typu II i NORT typu III (s. 163-168 monografii) oraz metodyka badań konsumpcji dóbr i usług przez konsumentów podczas rejsów statkami (artykuł nr 4 i artykuł nr 8);

- konstruowanie mierników oceny poziomu i struktury konsumpcji w sektorze usług, w tym w szczególności usług turystycznych – mierniki ilościowe i jakościowe oraz mierniki społeczne subiektywne i mierniki współzależności (s. 243-245 monografii);
- autorska metodyka szacowania wielkości wydatków konsumpcyjnych w sektorze usług, w szczególności w branży morskiej żeglugi wycieczkowej uwzględniająca różne modele konsumpcji turystycznej (s. 189-198 i 248-249 monografii);
- autorska metodyka szacowania przychodów wytwórców dóbr i usług w NORT z tytułu wydatków konsumpcyjnych podróżującychorskimi statkami wycieczkowymi (s. 271-275 monografii);

(4) **w wymiarze aplikacyjnym** (uzupełnienie luki uylitarnej):

- możliwość wykorzystania zaproponowanego modelu i metodyki badania poziomu i struktury konsumpcji w sektorze usług w innych badaniach, przy czym realizowanych wyłącznie w obszarach recepcyjnych zaliczanych do NORT typu II (porty przystankowe) i NORT typu III (porty wejściowe). Otrzymane wyniki z badań empirycznych potwierdziły przydatność zastosowanej metody do badań empirycznych. Natomiast do badań konsumpcji turystycznej w NORT typu I konieczne byłoby opracowanie odmiennej metodyki badań ze względu na charakter zachowania konsumentów w tego typu obszarach recepcyjnych, co stanowi kolejne wyzwanie badawcze w przyszłości;
- możliwość wykorzystania opracowanego modelu *FPOCTE - Flow Pattern of Cruise Travelers' Expenditures* przez instytucje badawcze do szacowania oddziaływania wydatków konsumpcyjnych w sektorze usług turystycznych na podmioty podaowej strony rynku turystycznego w NORT (s. 268-269 monografii);
- możliwość wykorzystania przez innych badaczy zaproponowanych wskaźników i modeli opisujących zachowania konsumentów w sektorze usług w różnych obszarach recepcyjnych na świecie do analizy poziomu i struktury konsumpcji;
- możliwość wykorzystania wyników badań empirycznych dotyczących poziomu i struktury konsumpcji w praktyce gospodarczej, w tym przez podmioty zaangażowane w obsługę rynku turystycznego w NORT, tj. biura podróży, zarządy portów morskich, spółki portowe oraz pozostałych wytwórców i dostawców dóbr i usług, ale także przez samorządy terytorialne (s. 199-242 monografii oraz artykuły od nr 1 do nr 8);
- możliwość wykorzystania zdefiniowanych w monografii i we wskazanych artykułach naukowych kierunków zmian zachodzących w podaży na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej wywołanych wzrostem poziomu konsumpcji w sektorze usług (s. 253 monografii) oraz rekomendacji w odniesieniu do rozwoju konsumpcji indywidualnej, konsumpcji grupowej oraz konsumpcji instytucjonalnej (s. 278-279 monografii) przez podmioty gospodarcze w praktyce biznesowej i podmioty publiczne w kreowaniu kierunków rozwoju rynku turystycznego (artykuł nr 5. i artykuł nr 6);
- możliwość wykorzystania rankingu czynników mających wpływ na wybór NORT przez armatorów morskich linii wycieczkowych (wyniki badań empirycznych w portach na świecie) przez podmioty gospodarcze i publiczne w NORT (s. 286 monografii);
- możliwość wykorzystania danych na temat konkurencyjności polskich portów morskich na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej w Europe (artykuł nr 5);
- identyfikacja pozytywnych skutków ekonomicznych dla NORT z tytułu rozwoju konsumpcji na rynku usług turystycznych (s. 282 monografii);
- identyfikacja negatywnych skutków społecznych i ekonomicznych dla NORT z tytułu rozwoju konsumpcji na rynku usług turystycznych (artykuł nr 7);

Wymienione powyżej argumenty pozwalają twierdzić, że **przedłożony do oceny cykl jednotematycznych publikacji naukowych pod wspólnym tytułem pt. „Konsumpcja na**

rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej” stanowi oryginalne dzieło o znacznej wartości poznawczej wnoszącej wkład do nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia w zakresie ekonomiki turystyki i ekonomiki konsumpcji.

Wyżej wymienione modele opisowe, graficzne, ekonometryczne oraz zintegrowane zostały zobrazowane przeze mnie wynikami badań empirycznych pierwotnych i wtórnych. W ten sposób **został osiągnięty cel główny pracy**, który zakładał opracowanie modeli konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej i w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej oraz określenie poziomu i struktury tej konsumpcji oraz **zrealizowano wszystkie zakładane cele częściowe pracy i zweryfikowano postawioną hipotezę główną i hipotezy częściowe.**

Podsumowując, przeprowadzone badania i analizy stanowią pierwszą w Polsce próbę opisu zjawisk związanych z konsumpcją na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (**wymiar teoriopoznawczy**). Podjęte wysiłki w celu oszacowania poziomu i struktury konsumpcji podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi oraz wysokości przychodów generowanych z tego tytułu dla wytwórców i dostawców dóbr i usług w NORT w Polsce (**wymiar empiryczny**) mogą być wartościowym materiałem informacyjnym dla samorządów terytorialnych i zarządów portów, a także innych podmiotów zainteresowanych rynkiem usług morskiej żeglugi wycieczkowej, gdyż dotychczas dane z tego zakresu nie były dostępne. Ponadto zaproponowane w pracy wskaźniki, modele i metodyka badania poziomu i struktury konsumpcji mogą zostać wykorzystane w badaniach w różnych obszarach recepcyjnych na świecie, ale także przy niewielkich modyfikacjach w innych sektorach rynku usług (**wymiar metodyczny**). Natomiast wyniki badań empirycznych oraz rekomendacje mogą zostać zastosowane w praktyce gospodarczej i działaniach samorządów terytorialnych (**wymiar aplikacyjny**).

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo-badawczych

5.1. Obszary badawcze w ramach zainteresowań naukowych

Moje zainteresowania naukowo-badawcze są skoncentrowane w ramach dziedziny nauk ekonomicznych, dyscypliny naukowej ekonomia i specjalności ekonomika turystyki i ekonomika konsumpcji.

5.1.1. Okres przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora (okres od X 1996 r. do VI 2001 r.)

Moje zainteresowania naukowe rozwojem rynku usług turystycznych sięgają jeszcze okresu studiów magisterskich na Kierunku: Turystyka i Rekreacja, Specjalność: Turystyka. W czasie studiów ukończyłam szkolenie nt. *The Baltic Sea Environment*, organizowane przez *Uppsala University* w Szwecji (X 1991 r. - VI 1992 r.), który rozbudził moje zainteresowania obszarem Morza Bałtyckiego. A w 1993 r. brałam udział w zajęciach zorganizowanych przez *Wageningen Agriculture University* w Holandii, gdzie poznałam nowoczesne metody i zasady tworzenia strategii rozwoju turystyki i analizy SWOT dla obszarów turystycznych. Uzyskałam wówczas *European Leisure Studies Winter University Certificate* za opracowanie i prezentację pracy nt. *Tourism: a new market for eastern Europe*. Zdobytą wiedzę i doświadczenia wykorzystałam już podczas stażu zawodowego przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora (X 1996 r. do II 1997 r.), który odbyłam w Fundacji Agencja Rozwoju Regionalnego (Fundacja ARR) w Gdańsku, gdzie odpowiedzialna byłam za opracowywanie

ekspertyz i doradztwo w zakresie rozwoju rynku turystycznego. Pełniałam tam funkcję Zastępcy Dyrektora Zakładu Rozwoju Turystyki. W tym okresie byłam między innymi współautorką opracowania strategii rozwoju turystyki w mieście Gdańsku na zlecenie Zarządu Miasta Gdańska pt. *Uczynienie turystyki istotną gałęzią gospodarki miasta Gdańska*⁴¹. Podczas pracy w Fundacji ARR byłam również odpowiedzialna za współpracę międzynarodową z *Baltic Sea Tourism Commision BTC* z siedzibą w Norrköping w Szwecji w zakresie programu Ecos/Overture Amber Road oraz organizację konferencji poświęconych współpracy turystycznej w basenie Morza Bałtyckiego. Uczestniczyłam jednocześnie w uruchomieniu oficjalnego przedstawicielstwa *Baltic Sea Tourism Commision* w Gdańsku. W tym okresie wydałam także autorską monografię w języku angielskim pt. *Hotel and Tourist industry in Poland*⁴².

Znaczący wpływ na moje zainteresowania naukowe miał udział w dniach 28 - 30 września 1998 r. w *Baltic Sea Conference* oraz *BTC Travel Mart*, które odbyły się w St. Petersburgu (Rosja). Było to forum spotkania wiodących morskich przewoźników wycieczkowych z przedstawicielami przedsiębiorstw turystycznych oraz prasy branżowej. Podczas konferencji poruszane były kwestie dotyczące problemów rozwoju turystyki morskiej w basenie Morza Bałtyckiego. Celem mojego udziału w tych wydarzeniach była promocja Gdyni jako ośrodka turystyki bałtyckiej oraz Wyższej Szkoły Morskiej w Gdyni (obecnie Akademia Morska w Gdyni) jako przyszłego Centrum Kształcenia i Badań Naukowych w zakresie turystyki w basenie Morza Bałtyckiego.

W 1999 r. Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o. zwróciły się do mnie z prośbą o przygotowanie ekspertyzy dotyczącej rynku usług turystyki morskiej w Polsce, której wyniki zostały zaprezentowane podczas seminarium na targach TOUR SALON'99 i w ten sposób powstało niepublikowane opracowanie pt. *Gospodarka morska - turystyka morska*⁴³.

Wyżej zdobyte doświadczenia miały istotny wpływ na rozwój moich zainteresowań naukowych. W latach 90.XX wieku w Europie bałtyckiej turystyka morska rozwijała się dynamicznie, gdy tymczasem w Polsce ten segment rynku turystycznego kojarzony był głównie z rejsami promowymi, a morskie statki wycieczkowe zawiąły do polskich portów okazjonalnie. Zainspirowało mnie to do podjęcia badań nad uwarunkowaniami mającymi wpływ na rozwoju turystyki morskiej i turystyki nadmorskiej w Polsce. Stąd też w 1997 r. podjęłam współpracę z przewoźnikiem promowym Stena Line, co zaawocowało możliwością realizacji badań ankietowych wśród pasażerów podczas trwania rejsów na trasie z Gdyni do Karlaskrony, aby poznać ich opinie i oczekiwania odnośnie do oferty proponowanej na w miejscowościach docelowych podróży. Ponadto przeprowadziłam badania ankietowe wśród osób wypoczywających na plażach w pasie nadmorskim ciągnącym się od Gdańska do Helu. Jednocześnie zrealizowałam szereg wywiadów z samorządami lokalnymi miejscowości nadmorskich w celu oceny ich zaangażowania w rozwój rynku turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce. Analizie poddałam również dokumenty strategiczne odnoszące się do rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce. Uzyskane wyniki badań zostały zamieszczone w rozprawie doktorskiej pod tytułem: „*Determinanty rozwoju turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce*”. **Przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych** byłam również autorką / współautorką dwóch referatów, które zostały

⁴¹ Studzieniecki S., **Kizielewicz J.**, Januszajtis A., Bąk M., Hałaczkiwicz J., Travis A.S., Jaskulska B, Goliński J., *Uczynienie turystyki istotną gałęzią gospodarki miasta Gdańska*, praca zbiorowa wykonana na zlecenie Wydziału Polityki Gospodarczej Urzędu Miasta Gdańska, Gdańsk 1996.

⁴² **J. Kizielewicz**, *Hotel and Tourist industry in Poland*, monografia w języku angielskim, Wydawnictwo WSM w Gdyni, Gdynia 1997, s. 195. ISBN 83-86703-04-09.

⁴³ **J. Kizielewicz**, *Gospodarka morska - turystyka morska*, praca wykonana na zlecenie Międzynarodowych Targów Poznańskich, TOUR SALON'99, Poznań 1999.

opublikowane w Zeszytach Naukowych AWF w Krakowie⁴⁴ oraz w Zeszytach Naukowych Problemy Turystyki i Hotelarstwa⁴⁵. Ponadto we wrześniu 2000 r. wygłosiłam referat pt. „*Turystyka morska i nadmorska determinantą rozwoju społeczno-gospodarczego regionu*” podczas Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej nt. „*Turystyka, jako czynnik rozwoju regionów, miast i obszarów wiejskich*” zorganizowanej przez Wyższą Pomorską Szkołę Turystyki i Hotelarstwa w Bydgoszczy. Publikacja referatu ukazała się dopiero w 2001 r.⁴⁶.

5.1.2. W okresie po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych (od 2001 r. do chwili obecnej)

W ramach prowadzonych dotychczas badań naukowych i aktywności publikacyjnej mogę wyodrębnić trzy główne nurty, tzn.:

NURT I	NURT II	NURT III
 Problematyka dotycząca rozwoju społeczno-gospodarczego nadmorskich obszarów recepcji turystycznej (NORT)	 Problematyka związana z funkcjonowaniem rynku usług turystyki morskiej w tym szczególnie <i>cruisingu</i> oraz ryнку turystycznego w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej (NORT)	 Problematyka związana z konsumpcją turystyczną w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej (NORT) i na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej

Ad. NURT I

Publikacje dotyczące problematyki związanej z rozwojem społeczno-gospodarczym NORT (38 pozycji, w tym 13 w języku angielskim)

W okresie od 2001 r. do 2007 r. sukcesywnie prowadziłam cykl badań naukowych pełniąc funkcję kierownika i w rezultacie udało mi się zrealizować siedem projektów badawczych sfinansowanych w ramach Grantów na Badania Własne w Akademii Morskiej w Gdyni, których tematyka dotyczyła różnych aspektów rozwoju rynku turystycznego w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem nadmorskiego obszaru recepcji turystycznej. tj.:

- (1) W okresie III 2001 r. do XII 2001 r. byłam kierownikiem projektu badawczego nr 204/BW/GU/2001, pt. „*Finansowanie inwestycji infrastrukturalnych w celu rozwoju gospodarki turystycznej w strefach nadmorskich*”, którego wyniki zostały zaprezentowane podczas Międzynarodowej Konferencji Naukowej pt. „*Gospodarka żywnościowa wobec wyzwań XXI wieku*”, zorganizowanej przez Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu w Białymstoku we IX 2001 r. i opublikowane w Rocznikach Naukowych SERiA⁴⁷.

⁴⁴ Kizielewicz J., Brzezinska M., (1999), *Wybrane aspekty kształcenia kadr dla turystyki w Polsce*, [w:] *Jakość w turystyce - jakość kształcenia kadr dla turystyki*, Zeszyty Naukowe nr 78 AWFw Krakowie, Kraków.

⁴⁵ Kizielewicz J., (2000), *Jakość usług pilotarskich a wymagania stawiane pilotom wycieczek*, Zeszyty Naukowe Problemy Turystyki i Hotelarstwa, Fundacja RWSM w Gdyni, Gdynia, s. 37 – 46.

⁴⁶ Kizielewicz J., (2001), *Turystyka morska i nadmorska determinantą rozwoju społeczno-gospodarczego*, red. W. Maika i K. Marciniaka, Zeszyty Naukowe nr 1. z 2001 r., *Turystyka, jako czynnik rozwoju regionów, miast i obszarów wiejskich*, Wyższa Pomorska Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Bydgoszczy, Bydgoszcz, s. 149 – 160,

⁴⁷ Kizielewicz J., (2001), *Turystyka zrównoważona szansą rozwoju społeczno-gospodarczego regionu*, Roczniki Naukowe SERiA 3 (6), Warszawa - Poznań - Białystok, s. 80 – 84,



- (2) W okresie od VI 2002 r. do XII 2002 r. byłam też kierownikiem projektu badawczego nr 274/BW/GU/2002 pt. „*Analiza efektywności wykorzystania zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji przez miasta i gminy nadmorskie*”, których wyniki posłużyły do napisania trzech artykułów, które zaprezentowałam na dwóch ogólnopolskich konferencjach naukowych i opublikowałam w czasopiśmie naukowym *Problemy Turystyki*⁴⁸ i w dwóch monografiach naukowych⁴⁹.
- (3) W okresie od VI 2003 r. do XII 2003 r. byłam również kierownikiem projektu badawczego nr 359/BW/GU/2003 pt. „*Modele strategii zarządzania gospodarką turystyczną na różnych szczeblach samorządu terytorialnego*”, w wyniku czego opublikowałam dwa artykuły w zeszytach naukowych⁵⁰.
- (4) W okresie od V 2004 r. do XII 2004 r. byłam kierownikiem projektu badawczego nr 431/BW/GU/2004 pt. „*Zarządzanie rozwojem regionu poprzez turystykę w województwie pomorskim i zachodniopomorskim*”, czego wynikiem były dwa referaty naukowe, w tym jeden zaprezentowałam podczas *Congress of Sea & Oceans 2005*⁵¹ oraz opublikowałam w czasopiśmie naukowym *Problemy Turystyki i Hotelarstwa*⁵².
- (5) W okresie od IX 2005 r. do XII 2005 r. byłam kierownikiem projektu badawczego nr 522/BW/GU/2005 pt. „*Branding narodowy i regionalny – czyli budowanie marki produktów turystycznych w Polsce*”, a wyniki zaprezentowałam na Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej pt. „*Gospodarka turystyczna w XXI WIEKU Uwarunkowania rozwoju w dobie globalizacji i kryzysu ekonomicznego*”, zorganizowanej przez Akademię Wychowania Fizycznego w Poznaniu i zostały opublikowane w monografii⁵³.
- (6) W okresie od VI 2006 r. do XII 2006 r. byłam kierownikiem projektu badawczego nr 646/BW/GU/2006 pt. „*Ocena skuteczności wdrożenia Strategii Rozwoju Województw w Polsce w latach 2000-2006 z uwzględnieniem rozwoju gospodarki turystycznej i planowanie rozwoju na lata 2007-2013*”, co umożliwiło mi opublikowanie artykułu w Zeszytach Naukowych Kolegium Gospodarki Światowej⁵⁴.
- (7) W okresie od VI 2007 r. do XII 2007 r. byłam również kierownikiem projektu badawczego nr 770/BW/GU/2007 pt. „*Analiza źródeł finansowania działań na rzecz promocji i kreowania*

⁴⁸ **Kizielewicz J.**, (2004), *Możliwości korzystania z funduszy na rozwój inwestycji infrastrukturalnych wspomagających rozwój gospodarki turystycznej w miastach i gminach nadmorskich*, *Problemy Turystyki* nr 1 i 2 VOL. XXVII, Instytut Turystyki, Warszawa 2004, s. 81 - 98.

⁴⁹ (1) **Kizielewicz J.**, (2002), *Wykorzystanie założeń pałacowo-parkowych i dworsko-parkowych Województwa Pomorskiego dla celów turystycznych*, [w:] *materiały z Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Zamki gotyckie na szlakach turystycznych Pomorza, Żuław, Warmii i Mazur*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Gdańsk, s. 36 – 42 oraz (2) **Kizielewicz J.**, (2003), *Źródła finansowania inwestycji infrastrukturalnych w miastach i gminach nadmorskich*, [w:] red. K. Sikora, D. Makilla, *Gospodarka turystyczna wobec integracji i rozszerzania się UE*, Zeszyty Naukowe WPSTiH w Bydgoszczy, nr 3, WPSTiH Bydgoszcz, s. 169 - 178.

⁵⁰ (1) **Kizielewicz J.**, (2004), *Zarządzanie jakością rozwoju turystyki na poziomie regionalnym*, Zeszyty naukowe nr 51, Akademia Morska, Gdynia, s. 123 – 130 oraz (2) **Kizielewicz J.**, (2005), *Marketingowa strategia rozwoju regionów turystycznych*, red. W. Maik, K. Marciniak, P. Palich, Zeszyty Naukowe WSG w Bydgoszczy, Tom 3, seria: Turystyka i rekreacja nr 2., Wyższa Szkoła Gospodarki, Bydgoszcz, s. 111 - 117.

⁵¹ **Kizielewicz J.**, (2005), *National strategy for development of maritime tourism in Poland*, *Congress of Sea & Oceans 2005*, Volume 2, Maritime University of Szczecin, Szczecin, s. 125 - 132.

⁵² **Kizielewicz J.**, (2006), *Analiza procesu tworzenia programów i strategii rozwoju turystyki na poziomie wojewódzkim*, *Problemy Turystyki i Hotelarstwa*, nr 1 (10) 2006, KOUTH Akademii Morskiej w Gdyni, Akademia Morska w Gdyni, Gdynia, s. 4 - 9.

⁵³ **Kizielewicz J.**, (2006), *Zarządzanie marką „Polska”, czyli branding narodowy*, [w:] *Gospodarka turystyczna w XXI wieku. Globalne wyzwania i zagrożenia*, AWF w Poznaniu, Poznań, s. 67 - 74.

⁵⁴ **Kizielewicz J.**, Biełuszko K., (2007), *Zarządzanie rozwojem regionu a grupy interesu*, Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej nr 21 z 2007 r., SGH, Warszawa, s. 148 – 161.

wizerunku Polski w kraju i za granicą”, a efektem realizacji tych badań były dwie publikacje wydane w Zeszytach Naukowych⁵⁵.

Przełomowym momentem w moim rozwoju naukowym był fakt nawiązania współpracy z Profesorem Tihomirem Lukovićem z Uniwersytetu w Dubrowniku z Chorwacji (Sveučilište u Dubrovniku, Croatia), który jest wybitnym ekspertem w dziedzinie turystyki morskiej, a w szczególności rynku *cruisingu*. Dzięki realizacji wspólnych badań razem z Profesorem Tihomirem Lukovićem napisaliśmy kilka artykułów naukowych, które prezentowane były na międzynarodowych konferencjach naukowych i opublikowane w międzynarodowych czasopismach naukowych⁵⁶ i monografiach⁵⁷. Współpraca z Profesorem Tihomirem Lukovićem zainspirowała mnie do podjęcia badań naukowych rynku *cruisingu* w Europie i w Polsce. Od 2012 r. do chwili obecnej prowadzę badania, których celem jest identyfikacja mocnych i słabych stron nadmorskich obszarów recepcji turystycznej oraz szans i zagrożeń na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, w tym przede wszystkim *cruisingu*.

W okresie 2014-2015 przeprowadziłam badania ankietowe połączone z wywiadami ustandaryzowanymi wśród samorządów miast portowych w Polsce, w których zlokalizowane są strategiczne dla gospodarki Polski porty morskie. W wyniku tych badań powstało osiem artykułów naukowych, które opublikowałam w zeszytach naukowych⁵⁸, czasopismach naukowych⁵⁹ i monografi⁶⁰ oraz w recenzowanych materiałach

⁵⁵ (1) Kizielewicz J., (2009), *Finansowanie działalności podmiotów zaangażowanych w promocję i kreowanie wizerunku Polski w kraju i za granicą*, Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej nr 24 z 2009 r., Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, s. 251 - 273. oraz (2) Biełuszko K., Kizielewicz J., (2011), *Wykorzystanie Internetu w promocji regionów turystycznych*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu nr 21, Poznań, s. 241 - 256.

⁵⁶ Kizielewicz J., Luković T., (2013), *European Union funds for emerging economies and developing countries – case study Poland and Croatia*, [w:] *International Journal of Economics and Statistics*, Issue 3, Volume 1, 2013, North Atlantic University Union. s. 174 - 181.

⁵⁷ (1) Kizielewicz J., Luković T., (2013) *The Phenomenon of the Marina Development to Support the European Model of Economic Development*, *TransNav - The International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*, Volume 7, Number 3, Gdynia. s. 461 – 466 oraz (2) Kizielewicz J., Luković T., (2013), *The effectiveness of the use of the European Union Funds in Poland and Croatia*, [w:] *Recent Advances in Business Management and Marketing, Business and Economics Series I 7, Proceedings of the 1st International Conference on Management, Marketing, Tourism, Retail, Finance and Computer Applications (MATREFC'13)*, North Atlantic University Union, World Scientific and Engineering Academy and Society Press, Dubrovnik, Croatia, s. 233 - 238. ISSN: 2227-460X.

⁵⁸ (1) Kizielewicz J., (2012), *Wpływ polityki fiskalnej państwa i władz samorządowych na rozwój rynku turystycznego*, Zeszyty Naukowe Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, Popyt turystyczny. Zagadnienia podstawowe; Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, s. 385 - 397 oraz (2) Kizielewicz J., (2013), *Kreowanie marki i wizerunku miasta Gdynia, jako morskiej destynacji turystycznej*, Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej, *Finanse i Marketing* nr 9 (58) 2013, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 242 – 254 oraz (3) Kizielewicz J., (2013), *Współpraca na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim*, red. A. Rapacz, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* nr 303/2013, *Gospodarka turystyczna w regionie. Wybrane problemy funkcjonowania regionów, gmin i przedsiębiorstw turystycznych, UE we Wrocławiu*, Wrocław, s. 154 – 165 oraz (4) Kizielewicz J., (2016), *Trudności samorządów terytorialnych w Polsce w procesie planowania rozwoju regionalnego*, [w:] *Współczesne problemy ekonomiczne. Rozwój zrównoważony w wymiarze krajowym i regionalnym*, *Prace Naukowe UE we Wrocławiu*, nr 417, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław, s. 46 – 54.

⁵⁹ (1) Kizielewicz J., (2014), *Wpływ funduszy Unii Europejskiej na rozwój gospodarki turystycznej w obszarach nadmorskich w Polsce – przykład Wybrzeża Gdańskiego, Przegląd Zachodniopomorski*, Szczecin, s. 117 – 125. oraz (2) Kizielewicz J., (2014), *European Funds and Operational Programmes Supporting the Development of Tourist Industry in the Coastal Regions in Poland*, *Scientific Journal* 820, *Service Management* Vol. 14, No. 3/2014, Szczecin, s. 59 – 68.

konferencyjnych indeksowanych w Thomson Reuters ISI Web of Science (WOS) Conference Proceedings Citation Index⁶¹. Ponadto wszystkie referaty zaprezentowałam na krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych. Pozostałe publikacje ujęłam w wykazie opublikowanych prac naukowych stanowiących załącznik do dokumentacji.

W latach 2013–2015 wykonałam badania ankietowe połączone z wywiadami ustandaryzowanymi z zarządami portów morskich, których celem było poznanie nastawienia władz portów wobec rozwoju rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, a wyniki tych badań zostały zamieszczone w zeszytach naukowych⁶², czasopiśmie naukowym *Logistics and Transport*⁶³ oraz recenzowanych materiałach konferencyjnych indeksowanych w Thomson Reuters ISI Web of Science (WOS) Conference Proceedings Citation Index⁶⁴, a także w monografii naukowej⁶⁵. Pozostałe publikacje ujęłam w wykazie opublikowanych prac naukowych stanowiących załącznik do dokumentacji.

W latach 2014–2016 brałam udziału w międzynarodowym zespole badawczym dzięki współpracy z Uniwersytetem w Dubrowniku (Chorwacja) i zostałam zaproszona do zespołu badawczego w składzie: Prof. Tihomir Luković (*the project leader*), Ivo Šperanda Ph.D., Iris Mihaljević Ph. D., Katarina Pavlović, Anita Brailo (*University of Dubrovnik*) oraz Joanna Kizielewicz Ph. D. (Akademia Morska z Gdyni) w ramach projektu pn. „*The impact of structural changes in tourism demand in terms of mass tourism*” realizowanym przez Uniwersytet w Dubrowniku w Chorwacji. W wyniku tej współpracy byłam współautorką raportu pn. *Utjecaj strukturnih promjena turističke potražnje u uvjetima masovnog turizma, Sveučilište u Dubrovniku*⁶⁶ oraz byłam współautorką publikacji, pt. *Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment* opublikowanej przez Taylor & Francis Group w Londynie⁶⁷. Ponadto współpraca z naukowcami z Uniwersytetu

⁶⁰ Kizielewicz J., (2014), Rola samorządów lokalnych w oddziaływaniu na rozwój nadmorskiego obszaru turystycznego, [w:] red. A. Niezgoda, G. Golebski, *Turystyka wobec zmian współczesnego świata, Strategie, Marketing, Programowanie*, Wydawnictwo UE w Poznaniu, Poznań, s. 62 – 77..

⁶¹ Kizielewicz J., (2015), *Ethical Standards for Regional Authorities in the Creation of Strategy for Regional Development*, ECMLG 2015 Proceedings of Web of Science, Proceedings of the 11th European Conference on Management Leadership and Governance – ECMLG 2015, Lizbona, Portugalia, s. 186 – 193. Recenzowane materiały konferencyjne indeksowane w Thomson Reuters ISI Web of Science (WOS) Conference Proceedings Citation Index.

⁶² (1) Kizielewicz J., (2014), *Konkurencyjność polskich portów morskich w zakresie obsługi statków wycieczkowych w basenie Morza Bałtyckiego*, red. M. Dębski, *Zeszyty Naukowe Przedsiębiorczość i Zarządzanie* Tom. XV, Zeszyt 4, cz.3. *Konkurencyjność regionów turystycznych*, Łódź, s. 79 – 90 oraz (2) Kizielewicz J., Skrzyszewska K., (2014), *Inwestycje infrastrukturalne w porcie morskim w Gdyni a rozwój turystyki na statkach wycieczkowych*, red. E. Załoga, *Zeszyty Naukowe nr 843 Problemy Transportu i Logistyki nr 28, Infrastruktura transportu dla rozwoju regionów z perspektywy 10-lecia członkostwa w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 77 – 94.

⁶³ Kizielewicz J., (2014), *Seaports infrastructure in Poland for handling cruise ships*, *Logistics and Transport*. N° 2(22)/2014, *The International University of Logistics and Transport in Wroclaw*, Wroclaw, s. 37 – 47.

⁶⁴ Kizielewicz J., (2016), *Regional experiences in management of development of cruise ship ports in coastal destinations*, *Proceedings of the 12th European Conference on Management Leadership and Governance–ECMLG 2016*, [w:] *Proceedings of the 12th European Conference on Management Leadership and Governance, ECMLG 2016, Bucharest, Romania 2016, Academic Conferences and Publishing International Limited, UK. (Proceedings of Web of Science)*, s. 125 – 132.

⁶⁵ Kizielewicz J., (2017), *Potencjał infrastrukturalny portów morskich jako element konkurencyjności na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej*, *FOLIA TURITICA*, AWF w Krakowie, Kraków (w druku).

⁶⁶ Luković T., Mihajlović I., Šperanda I., Kizielewicz J., Brailo A., Pavlović K., (2016), *Projekt: Utjecaj strukturnih promjena turističke potražnje u uvjetima masovnog turizma, Sveučilište u Dubrovniku*, *Odjel za Ekonomiju i Poslovnju Ekonomiju*, Dubrovnik, 65 stron.

⁶⁷ Kizielewicz J., Luković T., (2015), *Negative Impact of Cruise Tourism Development on Local Community and the Environment*, *Information, Communication and Environment: Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*. Taylor & Francis Group, London, s. 243 – 250.

w Dubrowniku zaowocowała powstaniem kolejnych trzech publikacji naukowych z moim udziałem⁶⁸, które były prezentowane na międzynarodowych konferencjach naukowych w Podgoricy i w Dubrowniku.

Ad. NURT II

Publikacje dotyczące problematyki związanej z funkcjonowaniem rynku usług turystyki morskiej w tym szczególnie *cruisingu* oraz rynku turystycznego w NORT (22 pozycji, w tym 8 w języku angielskim)

W latach 2002-2003 opublikowałam cztery artykuły naukowe, które poświęciłam tematyce związanej z rozwojem rynku usług turystyki morskiej w Polsce. Publikacje te zostały zamieszczone w Zeszytach Naukowych *Problemy Turystyki i Hotelarstwa*⁶⁹ oraz w monografii pokonferencyjnej⁷⁰, a także w czasopismach branżowych⁷¹.

Wspomniana wyżej współpraca z Profesorem Tihomirem Lukovićem zmotywowała mnie do badań rynku *cruisingu* i z tego też względu powstało 15 publikacji poświęconych tej tematyce, w tym cztery opublikowałam w zeszytach naukowych⁷² oraz cztery w czasopismach naukowych⁷³, a także w monografii naukowej⁷⁴ oraz dwa artykuły zostały umieszczone w recenzowanych materiałach konferencyjnych indeksowanych w Thomson

⁶⁸ Šperanda I., Luković T., **Kizielewicz J.**, (2014), *Management as a Cause of Inefficient Development of Economies in Transition*, [w:] *Entrepreneurship and Innovations as precondition for economic development*, IV International Conference Podgorica, University of Montenegro, Podgorica, s. 176 – 188 oraz (2) Luković T., Šperanda I., **Kizielewicz J.**, (2015), *Five Types of the Managerial Behaviour in the Function of the WEG Leadership Model*, *Proceedings of 3rd International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship, The Quest For Organizational Identity, Exploring Socially Constructed Realities*, University of Dubrovnik, Dubrovnik, Chorwacja, s. 805 – 814, a także (2) Asić A., Luković T., **Kizielewicz J.**, (2015), *Diversification in Function of the Marketing Concept of Global Cruising Development*, *Naše more, Our Sea*, *International Journal of Maritime Science & Technology*, N 62(4)/2015, Dubrovnik, s. 97 - 103,

⁶⁹ **Kizielewicz J.**, (2002), *Współczesne tendencje rozwoju turystyki morskiej*, *Zeszyty Naukowe Problemy Turystyki i Hotelarstwa 2002 (Zeszyt 2)*, Fundacja RWSM w Gdyni, Gdynia, s. 65 – 70,

⁷⁰ **Kizielewicz J.**, (2002), *Wpływ determinantów rozwoju turystyki morskiej i nadmorskiej na formułowanie strategii rozwoju regionalnego*, [w:] *materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej GTN*, Gdańsk, s. 67 – 79.

⁷¹ **Kizielewicz J.**, (2003), *Polska morska*, [w:] *Wiadomości turystyczne*, nr 2003/39(8), Warszawa 2003, s. 1 i 11 – 12 oraz (2) **Kizielewicz J.**, *Szanse i zagrożenia rozwoju polskiego rynku turystyki morskiej*, [w:] *Forum Pomorskie, Turystyka morską, Bałtyckie Forum Turystyki 2003*, Gdańsk, s. 15 – 17..

⁷² **Kizielewicz J.**, (2012), *Współpraca międzynarodowa w basenie Morza Bałtyckiego na rzecz rozwoju turystyki morskiej*, *Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni 77/2012*, Gdynia, s. 27 – 40 oraz (2) **Kizielewicz J.**, (2013), *Polityka gospodarcza rządu i Unii Europejskiej wobec regionów nadmorskich i jej wpływ na rozwój turystyki morskiej w Polsce*, red. J. Sokołowski, G. Węgrzyn, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* nr 307, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław, s. 257 – 269., a także (3) **Kizielewicz J.**, (2016), *Morskie Rejsy Wycieczkowe na Arktykę i Antarktydę – Trendy, Rozwój, Perspektywy*, [w:] red. B. Meyer, *Ruch turystyczny w regionach*, *Ekonomiczne Problemy Turystyki* nr 3 (35), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 313 – 325 i (4) **Kizielewicz J.**, (2015), *Regionalizacja światowego rynku *cruisingu**, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVI(4 cz. II), Łódź, s. 61–74.

⁷³ (1) **Kizielewicz J.**, (2012), *Theoretical considerations on understanding of the phenomena of marine tourism in Poland and the world*, *Scientific Journals 2012 31(103)*, AM w Szczecinie, Szczecin, s. 108 – 116 oraz (2) **Kizielewicz J.**, (2013), *Cruise ship tourism- a case study Poland*, *Scientific Journals 2013, 35(107)*, AM w Szczecinie, Szczecin, s. 65 – 75, (3) **Kizielewicz J.**, (2013), *Theme cruises, as a trend in marine tourism*, *Scientific Journals 2013, 33(205)*, AM w Szczecinie, Szczecin, s. 30 – 39, a także (4) **Kizielewicz J.**, (2013), *The Mediterranean Sea Region - the leader in the cruise ship tourism in Europe*, *Scientific Journals 2013, 36 (180) z. 2*, AM w Szczecinie, Szczecin, s. 80 - 88.

⁷⁴ **Kizielewicz J.**, (2014), *Cruising w regionie Morza Bałtyckiego - stan i perspektywy rozwoju*, [w:] red. J. Dąbrowski, T. Nowosielski, *Porty morskie i żegluga w systemach transportowych*, Instytut Transportu i Handlu Morskiego, Uniwersytet Gdański, Gdańsk, s. 173 - 189.

Reuters ISI Web of Science (WOS) Conference Proceedings Citation Index⁷⁵. Wyniki badań zawarte w wymienionych publikacjach zaprezentowałam na krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych. Listę pozostałych publikacji w ramach tego obszaru badań zamieściłam w załączniku nr 3 w punkcie II.B (stanowiącego załącznik do dokumentacji).

Ad. NURT III

Publikacje dotyczące problematyki związanej z konsumpcją turystyczną w NORT i na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej (12 pozycji, w tym 3 w języku angielskim)

Problematyka dotycząca konsumpcji dóbr i usług, w szczególności na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej oraz w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej stanowi szczególny obszar moich zainteresowań naukowo-badawczych. Badania w tym zakresie prowadzę od początku mojej kariery naukowej. Przedmiotem moich badań naukowych są różne obszary konsumpcji, tj.: konsumpcja indywidualna, konsumpcja grupowa oraz konsumpcja instytucjonalna.

Zaraz po uzyskaniu stopnia naukowego doktora w 2002 r. opublikowałam artykuł pt. *Segmentacja rynku turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce*⁷⁶, którego tezy zaprezentowałam na Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej w Bydgoszczy. A w **okresie IX 2012 r. do XII 2012 r.** w ramach projektu Unii Europejskiej „STER dla B+R” realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet IV, Działanie 4.2 przez Akademię Morską w Gdyni **odbyłam staż naukowo-badawczy w przedsiębiorstwie Stena Line Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni, podczas, którego na zlecenie przedsiębiorstwa zrealizowałam badania i przygotowałam raport dotyczący zachowań nabywczych pasażerów podróżujących promami na trasie Gdynia-Karlskrona.** Badaniom poddałam 1354 podróżnych, a wyniki tych badań zamieściłam w czasopiśmie naukowym znajdującym się w *Journal Citation Reports (JRC)* na liście A MNiSW (*Impact factor* 0.432)⁷⁷ oraz w czasopiśmie naukowym *Logistics and Transport*⁷⁸.

W 2012 r. wykonałam ponownie badania ankietowe wśród osób wypoczywających w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej w regionie Wybrzeża Gdańskiego, których celem była obserwacja zmian w konsumpcji jakie zaszły na przestrzeni 15 lat, gdyż podobne badania przeprowadziłam w 1998 r.. W wyniku czego powstały trzy artykuły

⁷⁵ **Kizielewicz J.**, (2016), *Environmental Governance for Sustainable Cruise Tourism Development by Territorial Authorities and Cruise Ship-owners* [w:] red. D. Vasilenko, N. Khazieva, *Proceedings of the 4th International Conference on Management, Leadership and Governance, ICMLG 2016, Saint-Petersburg State University of Economics, Academic Conferences and Publishing International Limited, UK*, s. 193 - 201. (*Proceedings of Web of Science*) oraz (2) **Kizielewicz J.**, Skrzyszewska K., (2016), *The role of non-governmental organizations in the field of sustainable development of cruise ship tourism*, [w:] Z. Primorac, C. Bussoli, N. Recker, *Proceedings of the 16th International Scientific Conference on Economic and Social Development "The Legal Challenges of Modern World"*, University of Split and University North, Zeljka Primorac, Candida Bussoli and Nicholas Recker, Split (Chorwacja), s. 546 – 556 (*Proceedings of Web of Science*).

⁷⁶ **Kizielewicz J.**, *Segmentacja rynku turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce*, red. R. Przybyszewskiej-Gudelis, M. Grabiszewskiego, *Zeszyty Naukowe WPSTiH w Bydgoszczy nr 2, Partnerstwo Nauki i praktyki w turystyce: fakty, intencje, potrzeby rozwoju, WPSTiH w Bydgoszczy, Bydgoszcz 2002*, s. 173 – 182.

⁷⁷ **Kizielewicz J.**, Luković T., Haahti A., Gracan D. (2017), *The Segmentation of the Demand for Ferry Travels – the Case Study Stena Line*, *Ekonomika Istrazivanja - Economic Research*, Vol. 30, Juraj Dobrila University Pula, Pula, ISSN 1331-677X, (Artykuł zostanie opublikowany w Volume nr 30 w 2017 r., *Journal Citation Reports (JRC)*, *Impact factor* 0.432).

⁷⁸ **Kizielewicz J.**, *Consumer Behavior of Clients Travelling by Stena Line's Ferries*, *Logistics and Transport*. N° 1(21)/2014, *The International University of Logistics and Transport in Wrocław, Wrocław 2014*, s. 63 – 72.

naukowe, których wyniki zaprezentowałam na konferencjach branżowych oraz opublikowałam w zeszytach naukowych⁷⁹.

W okresie od V 2014 r. do IX 2014 r. we współpracy z biurem podróży Baltic Gateway Poland z siedzibą w Gdyni przygotowałam i przeprowadziłam badania konsumpcji turystycznej podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej. Badania zrealizowałam w porcie morskim w Gdyni, który jest odwiedzany przez zdecydowaną większość statków wycieczkowych zawijających do Polski (80% udziału w rynku). Badania przeprowadzono na grupie 1400 respondentów, przy czym 1197 osób oddało wypełnione kwestionariusze. Wyniki badań zostały zaprezentowane na konferencjach krajowych i zagranicznych oraz opublikowane w czasopiśmie naukowych⁸⁰ i w zeszytach naukowych⁸¹, a także w monografii z *Scientific Conference of Innovative Approaches to the Contemporary Economic Problems, DIEM 2013, 1st Dubrovnik International Economic Meeting*⁸².

Zwieńczeniem dotychczasowej mojej pracy naukowo – badawczej było wydanie dwóch monografii powiązanych z rynkiem usług morskiej żeglugi wycieczkowej i nadmorskim obszarem recepcji turystycznej, tzn.:

- 1) **Kizielewicz J., I. Popiołek-Urbanyi, (2015), Rynek usług morskiej żeglugi wycieczkowej**, Wydawnictwo Naukowe PWN S.A, Warszawa. ISBN 9788301180980 (monografia 232 strony). (dołączyłam dodatkowo do dokumentacji);
- 2) **Kizielewicz J., (2016), Konsumpcja podróżujących morskimi statkami wycieczkowymi w nadmorskich obszarach recepcji turystycznej**, Wydawnictwo Akademii Moskiewskiej w Gdyni, Gdynia 2016, 340 stron. ISBN 978-83-7421-268-7 (**włączona do osiągnięcia naukowego**).

5.1.3. Współpraca międzynarodowa

Od 2013 r. współpracuję z Prof. Tihomirem Lukovićem z Uniwersytetu w Dubrowniku, (Chorwacja), w zakresie realizacji wspólnych badań naukowych, publikacji i przygotowania wspólnych projektów badawczych. Efektem tej współpracy jest współautorstwo kilku artykułów naukowych wcześniej wymienionych i jeden projekt badawczy. W lutym 2014 r. **zostałam zaproszona do udziału w międzynarodowym projekcie badawczym** realizowanym przez Uniwersytet w Dubrowniku pt. „*The impact of*

⁷⁹ **Kizielewicz J., (2014) Zachowania nabywcze turystów wypoczywających w strefie nadmorskiej Wybrzeża Gdańskiego**, red. B. Meyer, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 805, *Ekonomiczne Problemy Turystyki, Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 285 – 308 oraz (2) **Kizielewicz, J. (2014) Zaplecze usług turystycznych i paraturystycznych w miastach i gminach nadmorskich Wybrzeża Gdańskiego w opinii turystów**, *Logistyka* nr 3, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, s. 2982 – 2991, a także (3) **Kizielewicz, J. (2015) Obserwacja zmian w zachowaniach nabywczych mieszkańców wypoczywających w strefie nadmorskiej**, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVI(4 cz. II), Łódź, s. 179 – 190.

⁸⁰ **Kizielewicz J., (2014) Sezonowość ruchu pasażerskiego na statkach wycieczkowych w porcie morskim w Gdyni**, *Logistyka* nr 6, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, s. 795 – 803 oraz (2) **Kizielewicz J., (2015), Motywy podróży pasażerów statków wycieczkowych – rozważania na temat przeszłości, teraźniejszości i przyszłości**, *Logistyka* nr 4, Instytut Logistyki i Magazynowania, s. 1688 – 1695.

⁸¹ **Kizielewicz J., (2015), Atrakcyjność regionu Wybrzeża Gdańskiego w świetle badań pasażerów morskich statków wycieczkowych**, red. A. Rapacz, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 379, *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, Wrocław, s. 146 – 155.

⁸² **Kizielewicz J., (2013) T. Luković, Consumption of cruise ship passengers in tourist destinations**, [w:] red. I. Vrodljak Roguž, I. Lončar, *Scientific Conference of Innovative Approaches to the Contemporary Economic Problems, DIEM 2013, 1st Dubrovnik International Economic Meeting, University of Dubrovnik, Dubrovnik, Croatia.*, s. 757 - 771.

structural changes in tourism demand in terms of mass tourism". Projekt uzyskał dofinansowanie z Uniwersytetu w Dubrowniku. Wyniki badań zostały zaprezentowane w kilku publikacjach naukowych ujętych w wykazie publikacji oraz w raporcie pn. Luković T., Mihajlović I., Šperanda I., **Kizielewicz J.**, Brailo A., Pavlović K., *Projekt: Utjecaj strukturnih promjena turističke potražnje u uvjetima masovnog turizma, Sveučilište u Dubrovniku*, Odjel za Ekonomiju i Poslovnu Ekonomiju, Dubrovnik 2016, 65 stron.

Ponadto po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych podejmowałam różne aktywności w zakresie współpracy międzynarodowej, tzn.:

- Wzięłam udział w **24** konferencjach międzynarodowych, podczas których wygłosiłam 8 referatów w języku angielskim prezentujących wyniki moich prac naukowych;
- Opublikowałam **24** artykuły w języku angielskim (w tym **2** są w druku);
- Uczestniczyłam w **4** stypendiach zagranicznych, w ramach których pełniłam funkcje wykładowcy w języku angielskim, tzn.: (1) Program SOCRATES II Cork Institute of Technology (Irlandia), (2) Università degli Studi di Perugia (Włochy), (3) Lifelong Learning Programme, SOCRATES University of Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics (Chorwacja) oraz (4) Program ERASMUS PLUS, University of la Coruña, Escola Universitaria de Turismo (Hiszpania);
- Brałam udział w Programie Phare Polska Granica Wschodnia pn. „Wspieranie rozwoju turystyki na przykładzie Gdyni i Liepaji”, gdzie byłam odpowiedzialna za opracowanie programów szkoleń dla pracowników Straży Miejskiej w Gdyni oraz organizację szkoleń z zakresu informacji turystycznej (2002-2003);
- Otrzymałam nagrodę Best Poster Award of TransNav 2013, (2013) za najlepszy poster i jego prezentację przyznaną podczas „TransNav 2013 - 10th Jubilee International Conference on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation” w Gdyni;
- Przygotowałam i zrealizowałam, we współpracy z Centre for Factories of the Future (C4FF), (Wielka Brytania), warsztaty pn. „Maritime Education - Maritime Tourism - Maritime Innovation” w ramach European Maritime Day 2013 Valletta (Malta) zorganizowane pod egidą Komisji Europejskiej;
- Wygłosiłam **3** wykłady w języku angielskim w ramach seminarium pn. „Polish-German Seminar” w ramach międzynarodowej współpracy międzyuczelnianej Akademii Morskiej w Gdyni z University of Applied Sciences Bremerhaven (Niemcy);
- Wykonałam cztery recenzje referatów, w tym trzech zgłoszonych na międzynarodowe konferencje naukowe, tj.: 2015 - 2nd Dubrovnik International Economic Meeting DIEM 2015 (Dubrownik, Chorwacja); 2016 - 12th European Conference on Management Leadership and Governance ECMLG 2016 (Bukareszt, Rumunia) oraz w 2014 r. jednego referatu zgłoszonego do czasopisma pt. „Tourism Management”, ELSEVIER, Journal Citation Reports JRC (lista A MENiS);
- Jestem członkiem *the International Association of Scientific Experts in Tourism* (Aiest), które jest międzynarodowym stowarzyszeniem zrzeszającym naukowców i ekspertów reprezentujących branżę gospodarki turystycznej oraz członkiem *International Association of Maritime Economists* (IAME), stowarzyszenie zrzeszającym naukowców i ekonomistów reprezentujących różne sektory gospodarki morskiej z 20 państw świata.
- Byłam członkiem Komitetów Programowych dwóch międzynarodowych konferencji ekonomicznych organizowanych przez Uniwersytet w Dubrowniku, DIEM 2013 oraz Diem 2015.
- Zostałam zaproszona do Komitetu Konferencji *Web of Science* pn. *the 12th European Conference on Management Leadership and Governance*, ECMLG 2016, (2016), Bukareszt (Rumunia);

- W 2012 r. w ramach projektu Unii Europejskiej „STER dla B+R” realizowanego w ramach POKL przez Akademię Morską w Gdyni na zlecenie przedsiębiorstwa Stena Line Polska Sp. z o.o. przygotowałam i zrealizowałam badania zachowań nabywczych pasażerów podróżujących promami na trasie Gdynia-Karlskrona;

5.1.4. Osiągnięcia dydaktyczne i w zakresie popularyzacji nauki lub sztuki

W okresie od 1995 r. do 2014 r. pięciokrotnie byłam poddawana okresowej ocenie nauczyciela akademickiego dokonywanej przez Wydziałową Komisję Oceniającą Akademii Morskiej w Gdyni uzyskując za działalność dydaktyczną i organizacyjną najwyższe oceny.

Przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych byłam odpowiedzialna za prowadzenie zajęć ze studentami na studiach stacjonarnych i zaocznych w pełnym wymiarze dydaktycznym na Wydziale Administracyjnym na specjalności Organizacja Usług Turystyczno-Hotelarskich w Wyższej Szkole Morskiej w Gdyni z przedmiotów: turystyka morska, projektowanie usług turystyczno – hotelarskich oraz pilotaż imprez turystycznych.

Po uzyskaniu stopnia naukowego doktora od 2001 r. do dzisiaj prowadzę wykłady i ćwiczenia na studiach stacjonarnych i zaocznych w pełnym wymiarze dydaktycznym na Wydziale Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa, specjalność: Organizacja Usług Turystyczno-Hotelarskich oraz na Kierunku Innowacyjna Gospodarka w Akademii Morskiej w Gdyni z przedmiotów: turystyka morska, planowanie inwestycji turystycznych, touroperator na rynku turystycznym, projektowanie usług turystyczno – hotelarskich, pilotaż imprez turystycznych, turystyka biznesowa, cruising and marine catering (studenci obcojęzyczni), industrial project (studenci obcojęzyczni), a także wykłady monograficzne. Realizowałam również zajęcia z zakresu obsługi ruchu turystycznego na studiach podyplomowych „Turystyka i Hotelarstwo” w Akademii Morskiej w Gdyni.

Zarówno **przed, jak i po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych** byłam zaangażowana w organizację różnych szkoleń i kursów specjalistycznych dla przyszłych pracowników branży turystycznej podnosząc ich kwalifikacje zawodowe w zakresie obsługi ruchu turystycznego. W tym celu współpracowałam z Urzędem Wojewódzkim Województwa Pomorskiego oraz od 2006 r. z Departamentem Turystyki w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego w zakresie organizacji szkoleń dla kandydatów na pilotów wycieczek oraz z Kuratorium Oświaty i Wychowania w zakresie organizacji szkoleń dla kandydatów na wychowawców kolonijnych oraz kierowników placówek wypoczynku. Ponadto w latach 2003-2012 byłam autorką projektów edukacyjnych jak np. projektu „*Młodzież w turystyce - zwiększenie turystycznej atrakcyjności dzięki utworzeniu punktów informacji turystycznej*” współfinansowanych z Funduszu Pracy w ramach „*Wojewódzkiego Programu Wspierającego Rozwój Gospodarczy i Tworzenie Miejsc Pracy w Oparciu o Wykorzystanie Tradycji Przyrodniczych Regionu – GRYF*”, które umożliwiały absolwentom uczelni wyższych udział w bezpłatnych szkoleniach i stażach zawodowych w przedsiębiorstwach turystycznych i hotelarskich. W latach 2005-2011 napisałam dziewięć projektów edukacyjnych, na które pozyskałam dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej w ramach ZPORR 2004-2006 i POKL 2007-2013 i jednocześnie byłam odpowiedzialna za ich koordynację i rozliczenie merytoryczne i finansowe. **W zorganizowanych przeze mnie szkoleniach UE udział wzięły 932 osoby.** Współpracowałam także z Urzędem Miasta Gdynia w zakresie organizacji szkoleń z zakresu informacji turystycznej dla pracowników Straży Miejskiej. W 2000 r. byłam także inicjatorką i organizatorką warsztatów szkoleniowo-informacyjnych dla pracowników obsługi ruchu turystycznego pt. „*Podróże do Kenii*” oraz „*Podróże na Bajkał i*

Kamczatkę”, które odbyły się w Wyższej Szkole Morskiej w Gdyni. W 2003 r. zorganizowałam również cykl seminariów i spotkań z podróżnikami, które cieszyły się dużym zainteresowaniem wśród studentów oraz warsztaty nt „*Proces kształcenia i samokształcenia pilota wycieczek i przewodnika turystycznego*” w ramach Gdańskich Targów Turystycznych, GTT 2003.

W latach 2001-2014 otrzymałam stypendia zagraniczne w ramach programu Erasmus i prowadziłam wykłady na uczelniach zagranicznych, tj. Cork Institute of Technology w Irlandii, Università degli Studi di Perugia we Włoszech oraz University of Dubrovnik w Dubrowniku, a także University of La Coruña w Hiszpanii.

Dotychczas byłam **promotorką 36 prac magisterskich** (w tym dwie w toku) oraz **81 prac inżynierskich** (w tym 8 w toku) z zakresu ekonomiki turystyki, konsumpcji turystycznej, a w szczególności ekonomicznych aspektów rozwoju rynku usług turystycznych, działalności przedsiębiorstw na rynku turystycznym, funkcjonowania rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej i rozwoju nadmorskich obszarów recepcji turystycznej.

5.2. Podsumowanie

Od momentu uzyskania stopnia naukowego doktora do chwili obecnej z tytułu opublikowanych prac naukowo-badawczych zgromadziłam łącznie 374,81 punktów według listy MENiS. Jestem autorką lub współautorką ogółem **72** pozycji naukowych, przy czym **24** opublikowane zostały w języku angielskim, w tym:

- Autorką monografii wydanej w Wydawnictwie Akademii Morskiej w Gdyni w 2016 r.;
- Współautorką monografii wydanej w Polskim Wydawnictwie Naukowym w 2015 r.;
- Autorką **55** artykułów w zeszytach i czasopismach naukowych, w tym **10** we współautorstwie (**44** opublikowano w czasopismach o zasięgu krajowym, a **11** – o zasięgu międzynarodowym, w tym jeden w czasopiśmie znajdującym się w bazie *Journal Citation Report*);
- Autorką **4** artykułów znajdujących się w bazie *Web of Science*;
- Autorką **11** rozdziałów, w tym **5** we współautorstwie w monografiach naukowych lub recenzowanych publikacjach zbiorowych (w tym **5** w języku angielskim);
- Ponadto jestem autorką **3** i współautorką **2** niepublikowanych opracowań zrealizowanych dla przedsiębiorstw gospodarki morskiej, branży turystycznej, samorządów terytorialnych, oraz Uniwersytetu w Dubrowniku.
- Brałam czynny udział w **67** konferencjach naukowych, w tym **23** międzynarodowych oraz **44** krajowych; Wygłosiłam **37** referatów na konferencjach prezentując wyniki swoich prac naukowo-badawczych, w tym **8** w języku angielskim na konferencjach międzynarodowych oraz 29 referatów na konferencjach ogólnopolskich;
- W latach 2001-2007 **zrealizowałam w charakterze kierownika łącznie 7 krajowych projektów badawczych, sfinansowanych w ramach Grantów na Badania Własne** w Akademii Morskiej w Gdyni, których byłam kierownikiem oraz **3 projektów badawcze dla podmiotów prywatnych**, tj. Federal–Mogul BIMET S.A. w Gdańsku, Stena Line Polska i Baltic Gateway Poland. W 2016 r. byłam członkiem zespołu badawczego projektu realizowanego w ramach Badań Statutowych Akademii Morskiej w Gdyni pn. Międzynarodowy rynek usług turystycznych w świetle współczesnych tendencji rozwoju społeczno-ekonomicznego, którego kierownikiem była prof. dr hab. Barbara Marciszewska, prof. zw. AM w Gdyni.

Zestawienie mojego dotychczasowego dorobku i osiągnięć naukowych **przed i po uzyskaniu stopnia naukowego doktora ekonomii** zamieściłam w tabeli nr 1.

Tabela 1. Sumaryczna charakterystyka dorobku naukowo-badawczego

Rodzaj publikacji	Przed uzyskaniem stopnia naukowego doktora	Po uzyskaniu stopnia naukowego doktora	Ogółem liczba publikacji	Zgromadzone punkty po doktoracie wg listy MNiSW
PUBLIKACJE ZAGRANICZNE				
Artykuły w czasopismach naukowych znajdujące się w bazie Journal Citation Reports JCR (w tym współautorskie)	-	1(1)	1(1)	10,5 pkt
Artykuły w pozostałych czasopismach naukowych i publikacjach zbiorowych (w tym współautorskie)	-	22(10)	22(10)	126,48 pkt
Artykuły w czasopismach naukowych w druku (w tym współautorskie)	-	1	1	0 pkt
PUBLIKACJE KRAJOWE				
Monografie (w tym współautorskie)	1	2(1)	3(1)	35 pkt
Rozdziały w monografiach (w tym współautorskie)	-	6	6	7,33 pkt
Artykuły w czasopismach naukowych (w tym współautorskie)	-	8	8	54 pkt
Artykuły w zeszytach naukowych (w tym współautorskie)	2(1)	27(3)	29(3)	141,5 pkt
Pozostałe artykuły naukowe recenzowane (w tym współautorskie)	-	4	4	0 pkt
Artykuły w czasopismach naukowych w druku	-	1	1	0 pkt
OGÓŁEM PUBLIKACJE (w tym współautorskie)	3(1)	72(15)	77(18)	374,81 pkt
DOROBK BADAWCZY I PRACE NIEPUBLIKOWANE				
Opracowania i ekspertyzy zrealizowane na rzecz samorządów terytorialnych (w tym współautorskie)	1(1)	1(1)	2(2)	0 pkt
Opracowania na rzecz podmiotów gospodarczych	1	3	4	0 pkt
Wygłoszone referaty naukowe/sesje posterowe na konferencjach międzynarodowych	-	8	8	0 pkt
Wygłoszone referaty naukowe/sesje posterowe na konferencjach ogólnopolskich	2	29	31	0 pkt
Udział w zespołach badawczych (w tym międzynarodowych)	-	2(1)	2(1)	0 pkt
Kierowanie grantami naukowymi BW	-	7	7	0 pkt
OGÓŁEM DOROBK NAUKOWO – BADAWCZY	7(1)	122(15)	129(19)	374,81 pkt

Źródło: opracowanie własne.

W bazach znajduje się łącznie 68 moich publikacji naukowych, które dotychczas były cytowane łącznie 77 razy, przy czym w bazie *Web of Science* 9 razy, a indeks Hirscha WOS wynosi 2 (tab. 2).

Tabela 2. Zestawienie sumarycznej parametryzacji cytowań (stan na dzień 10.01.2017 r.)

ŹRÓDŁO DANYCH	LICZBA ZAMIESZCZONYCH PUBLIKACJI	LICZBA CYTOWAŃ	H-INDEKS (W TYM I10)
Z UWZGLĘDNIENIEM AUTOCYTOWAŃ			
Web of Science	4*	9*	2
Publish or Perish	69	81	4 (1)
Google Scholar	56	62	4 (1)
BazEcon	8	9	1
BazTech	16	4	1
BEZ AUTOCYTOWAŃ			
Web of Science	4*	9	2
Publish or Perish	69	31	3 (1)
Google Scholar	56	28	3 (1)
BazEcon	6	6	1
BazTech	16	3	1

Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem także bazy danych udostępnionych przez Bibliotekę Główną Akademii Morskiej w Gdyni (stan na dzień 10.01.2017 r.).

Ponadto 4 moje artykuły są indeksowane w Thomson Reuters ISI *Web of Science* (WOS) *Conference Proceedings Citation Index*. Według bazy Publish or Perish moje publikacje były cytowane 31 razy, indeks Hirscha wynosi 3, a indeks i10 - 1.

Sumaryczny *impact factor* moich publikacji według *Journal Citation Reports* (JRC) zgodnie z rokiem opublikowania wynosi 0.432⁸³.

Ze względu na moje doświadczenie, wykształcenie i posiadaną wiedzę w zakresie rynku usług turystycznych **byłam zapraszana do zespołów eksperckich i konkursowych**, w tym między innymi w latach 1997-2012 miałam zaszczyt być członkiem Wojewódzkiej Komisji Egzaminacyjnej dla pilotów wycieczek powołanej przez Wojewodę Pomorskiego, a w 2006 r. przez Marszałka Województwa Pomorskiego. Byłam także członkiem Jury Konkursu na Medal „*Mercurius Gedanensis*” podczas Międzynarodowych Gdańskich Targów Turystycznych GTT w konkursie na najlepszy produkt turystyczny wystawiany na targach. Zostałam także zaproszona do panelu ekspertów poświęconego *Turystyce Morskiej* podczas Konferencji Publicznej pt. „*Mobilność na rynku pracy w sektorze turystyki medycznej, turystyki morskiej i gospodarki morskiej*”, której organizacja związana była z projektem międzynarodowym pn. „*Dynamika rynku pracy oraz atrakcyjne środowisko biznesowe w regionie Południowego Bałtyku*” finansowanego ze środków Programu Współpracy Transgranicznej Południowy Bałtyk. Byłam też członkiem zespołu ekspertów zaproszonych do przygotowania na zlecenie Urzędu Miasta Szczecin opracowania dotyczącego rozwoju rynku usług turystycznych, które wynikało z realizacji projektu pn. „*Lepsze zarządzanie mariną, konsolidacja sieci portów i marketing turystyki wodnej w południowej obręczy Bałtyckiego – MARriage*”.

Moje osiągnięcia naukowe i dydaktyczne oraz działalność organizacyjna zostały docenione i w związku z tym **otrzymałam 6 nagród za działalność naukowo – badawczą**, w tym pięć indywidualnych przyznanych przez Rektora Akademii Morskiej w Gdyni oraz jedną Best Poster Award of TransNav 2013 przez Komitet Programowy Międzynarodowej Konferencji „*TransNav 2013 - 10th Jubilee International Conference on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*”. Ponadto w 2014 r. otrzymałam **Odznakę Honorową „Za zasługi dla turystyki”** w uznaniu zasług dla rozwoju turystyki przyznaną przez Ministra Sportu i Turystyki oraz w tym samym roku - **Medal Komisji Edukacji Narodowej** przyznany przez Ministerstwo Edukacji Narodowej za szczególne zasługi dla oświaty i wychowania, a także **Brązowy Krzyż Zasługi** na wniosek Ministra Infrastruktury za wzorowe, wyjątkowo sumienne wykonywanie obowiązków wynikających z pracy zawodowej. Natomiast w 2015r. otrzymałam również **Medal srebrny za długoletnią służbę** przyznany przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej Bronisława Komorowskiego.

W autoreferacie starałam się w sposób syntetyczny przedstawić moje dotychczasowe osiągnięcia naukowo-badawcze oraz zaprezentować dorobek organizacyjny i popularyzujący naukę zarówno przed, jak i po uzyskaniu stopnia naukowego doktora nauk ekonomicznych. Szczegółowy opis zamieściłam w wykazie opublikowanych prac naukowych lub twórczych prac zawodowych oraz informacji o osiągnięciach dydaktycznych, współpracy naukowej i popularyzacji nauki, który stanowi załącznik do niniejszej dokumentacji.

Gdynia, dn. 26 stycznia 2017 r.

Joanna Skrzelańska

⁸³ Do dokumentacji dołączyłam certyfikat otrzymany z wydawnictwa o zakwalifikowaniu artykułu po pozytywnych recenzjach do druku w *Ekonomika Istraživanja - Economic Research*, Vol. 30 (2017), Juraj Dobrila University Pula, Pula, ISSN 1331-677X.