

*Iwona BAŁK, Beata SZCZECIŃSKA**

KONKURENCYJNOŚĆ POLSKI NA ŚWIATOWYM RYNKU TURYSTYCZNYM

POLISH COMPETITIVENESS IN THE GLOBAL TOURISM MARKET

Katedra Zastosowań Matematyki w Ekonomii, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, ul. Klemensa Janickiego 31, 71-270 Szczecin, e-mail: iwona.bak@zut.edu.pl

*Katedra Analizy Systemowej i Finansów, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, ul. Klemensa Janickiego 31, 71-270 Szczecin, e-mail: beata.szczecinska@zut.edu.pl

Summary. The aim of this article is to present the spatial differentiation of international tourism, both in global and regional terms. The subject of research will be: the arrivals of foreign tourists and receipts from international tourism. Against this background was shown the position of Poland in global tourism system. The real chances to compete in international markets are determined mostly by the quality of the tourist offer of both, the entire country and its individual regions. The strengths of our country include cultural values, while the weaknesses are the legal regulations in the field of tourism and tourist awareness. Subregions in Poland are diverse in terms of attractiveness. The group with relatively best potential include those ones that have most diversified cultural and natural values and at the same time are easily accessible from the main tourist traffic generating centers in the country and abroad.

Słowa kluczowe: turyści zagraniczni, wydatki turystyczne, indeks konkurencyjności turystyki, atrakcyjność turystyczna.

Key words: foreign tourists, travel expenses, tourism competitiveness index, tourist attraction.

WSTĘP

Współcześnie turystyka stanowi jeden z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki globalnej. Dzięki tworzeniu nowych miejsc pracy, rozwojowi infrastruktury oraz przychodów z eksportu staje się ona ważnym czynnikiem postępu społeczno-gospodarczego. Według Światowej Organizacji Turystyki (Raport UNWTO 2015) w 2014 r. 9% całkowitego produktu krajowego brutto na świecie generowane było przez turystykę, a co jedenaste miejsce pracy związane było z sektorem turystycznym. Szacuje się, że w 2022 r. turystyka wygeneruje 10% PKB, przy aż 328 milionach miejsc pracy.

Celem opracowania jest przedstawienie przestrzennego zróżnicowania międzynarodowego ruchu turystycznego w ujęciach globalnym i regionalnym. Przedmiotem rozważań będą przyjazdy turystów zagranicznych oraz wpływy z turystyki międzynarodowej. Na tym tle ukazano pozycję Polski w światowym systemie turystycznym. W artykule wykorzystano dane statystyczne Światowej Organizacji Turystyki Narodów Zjednoczonych (UNWTO), Światowego Forum Gospodarczego (WEF) oraz Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).

ŚWIATOWY RYNEK TURYSTYCZNY

Turystyka międzynarodowa na wielką skalę rozpoczęła się w połowie XX w. i od tego czasu szybko się rozwija. Obserwuje się nieprzerwany wzrost liczby podróży zagranicznych w skali światowej – z 25 mln w roku 1950, poprzez 528 mln w 1995 r., do 1,133 mld turystów w 2014 r. Światowy ruch turystyczny w latach 1950–2014 wzrósł prawie 45-krotnie. Przewiduje się, że liczba turystów będzie rosła średnio o 3,3% rocznie; w 2030 r. ich liczba osiągnie 1,8 mld. Międzynarodowy ruch turystyczny charakteryzuje się wysoką koncentracją przestrzenną, przy czym jego rozkład na świecie jest nierównomierny. Ponad 90% ruchu turystycznego koncentruje się w trzech regionach: w Europie, w Azji i na Pacyfiku oraz w Ameryce (tab. 1).

Najczęściej odwiedzanym regionem świata jest Europa, którą w 2014 r. odwiedziło 51,4% turystów zagranicznych, przy czym ponad 3/4 z nich przyjechało do krajów Unii Europejskiej¹. Kolejnym regionem o istotnym znaczeniu dla światowego rynku turystycznego jest Azja i rejon Pacyfiku (w 2014 r. ponad 23% turystów z całego świata). Obszar ten w ostatnim dziesięcioleciu charakteryzował się najszybszym tempem wzrostu liczby przyjazdów zagranicznych. W latach 2005–2014 liczba turystów z roku na rok wzrastała średnio o 5,5%, podczas gdy w Europie wskaźnik ten kształtował się na poziomie 2,6%. Afryka wprawdzie przyjęła tylko 4,9% turystów zagranicznych, ale na uwagę zasługuje prawie 4-krotny wzrost odwiedzających w 2014 r., w porównaniu z 1990 r. Turystyka międzynarodowa jest najlepszym barometrem sytuacji politycznej regionów świata. Wydarzenia o charakterze politycznym mogą międzynarodową wymianę turystyczną przyspieszać lub doprowadza do recesji. Przykładem może być rejon Bliskiego Wschodu, w którym w latach 1990–2010 zanotowano 6-krotny wzrost liczby odwiedzających; od roku 2011 obserwuje się tendencję malejącą.

W czołówce krajów świata najczęściej odwiedzanych przez turystów znajdują się: Francja, USA, Hiszpania, Chiny i Włochy (tab. 2). Cztery z nich, poza Chinami, już od kilkadziesiąt lat znajdują się w pierwszej piątce krajów przyjmujących najwięcej turystów zagranicznych. W latach 80. i na początku 90. lat XX w. Chiny zajmowały pozycję poza pierwszą dziesiątką. Pod koniec XX w. dołączyły do ścisłej czołówki i od tego czasu klasyfikują się w pierwszej piątce państw najchętniej odwiedzanych przez turystów zagranicznych. Wszystkie kraje znajdujące się w pierwszej dziesiątce w 2014 r. charakteryzowały się wzrostem liczby odwiedzających, w porównaniu z 2000 r. Największą dynamikę odnotowano w Turcji – odwiedziło ją ponadczterokrotnie więcej turystów zagranicznych niż w roku 2000. Na uwagę zasługuje również Meksyk, który na początku XX w. plasował się na pozycji ósmej. W 2007 r. kraj ten spadł na pozycję dziesiątą, z której w latach 2012–2013 wyparły go Malezja (w 2012 r.) i Tajlandia (w 2013 r.). W 2014 r. Meksyk ponownie powrócił do czołówki i wyróżnił się najwyższym wskaźnikiem dynamiki w 2014 r., w porównaniu z rokiem 2013.

¹ Prognozy wskazują, iż udział Europy w przyjazdach turystów zagranicznych ulegnie zmniejszeniu do 41% w 2030 r. Należy podkreślić, iż tendencja spadkowa jest zauważalna już od roku 1990, w którym Europa charakteryzowała się 60-procentowym udziałem w przyjazdach turystów zagranicznych na świecie (Tourism... 2011).

Tabela 1. Liczba turystów zagranicznych w regionach świata i ich dynamika w latach 1990–2014

Wyszczególnienie	Liczba turystów zagranicznych [mln] w latach								Udział [%] w 2014 r.	Dynamika w 2014 r.		Średnie tempo zmian w latach 2005–2014
	1990	1995	2000	2005	2010	2012	2013	2014		1990 = 100	2013 = 100	
Świat	434,0	528,0	677,0	807,0	948,0	1035,0	1087,0	1133,0	100,0	261,1	104,2	3,5
Europa ogółem	261,1	304,0	388,2	448,9	484,8	534,4	563,4	581,8	51,4	222,8	103,3	2,6
Europa Północna	28,2	35,8	46,6	60,4	62,7	65,1	68,9	71,3	6,3	252,8	103,5	1,7
Europa Zachodnia	108,6	112,2	139,7	141,7	154,4	167,2	174,3	174,5	15,4	160,7	100,1	2,1
Europa Centralna i Wschodnia	33,9	58,1	69,3	90,4	94,5	111,7	118,9	121,1	10,7	357,2	101,9	3,0
Europa Południowa	90,3	98,0	132,6	156,4	173,3	190,4	201,4	214,9	19,0	238,0	106,7	3,2
Unia Europejska	229,7	267,3	332,3	363,8	380,0	412,2	432,7	455,1	40,2	198,1	105,2	2,3
Azja i Pacyfik	55,8	82,0	110,1	153,5	204,9	233,5	248,1	263,3	23,2	471,9	106,1	5,5
Azja Północno-Wschodnia	26,4	41,3	58,3	85,9	111,5	122,8	127,0	136,3	12,0	516,3	107,3	4,7
Azja Południowo-Wschodnia	21,2	28,4	36,1	48,5	70,0	84,2	93,1	96,7	8,5	456,1	103,9	7,1
Pacyfik	5,2	8,1	9,6	10,9	11,4	11,9	12,5	13,2	1,2	253,8	105,6	1,9
Azja Południowa	3,1	4,2	6,1	8,1	12,0	14,6	15,5	17,1	1,5	551,6	110,3	7,8
Ameryka	92,8	109,1	128,2	133,3	150,6	162,7	167,9	181	16,0	195,0	107,8	3,1
Ameryka Północna	71,8	80,7	91,5	89,9	99,5	106,4	110,1	120,4	10,6	167,7	109,4	3,0
Karaiby	11,4	14,0	17,1	18,8	19,5	20,7	21,2	22,4	2,0	196,5	105,7	1,8
Ameryka Środkowa	1,9	2,6	4,3	6,3	7,9	8,9	9,2	9,6	0,8	505,3	104,3	4,3
Ameryka Południowa	7,7	11,7	15,3	18,3	23,6	26,7	27,4	28,6	2,5	371,4	104,4	4,6
Afryka	14,7	18,7	26,2	34,8	49,9	52,9	55,8	55,7	4,9	378,9	99,8	4,8
Afryka Północna	8,4	7,3	10,2	13,9	18,8	18,5	16,6	19,8	1,7	235,7	119,3	3,6
Afryka Południowa	6,3	11,5	16,0	20,9	31,2	34,5	36,2	35,9	3,2	569,8	99,2	5,6
Środkowy Wschód^a	9,6	13,7	24,1	36,3	58,2	51,7	51,6	51,0	4,5	531,3	98,8	3,5

^aW Raporcie UNWTO... (2015) do Środkowego Wschodu zaliczono kraje położone w południowo-zachodniej Azji.
Źródło: opracowano na podstawie: Raport UNWTO... (2015).

Tabela 2. Ranking dziesięciu krajów świata przyjmujących najwięcej turystów zagranicznych

Lp.	Kraj	Lata					
		2000	2012	2013	2014		
		mln				2000 = 100	2013 = 100
1	Francja	77,2	83,0	83,6	83,7	108,4	100,1
2	USA	51,2	66,7	70,0	74,8	146,1	106,9
3	Hiszpania	46,4	57,5	60,7	65,0	140,1	107,1
4	Chiny	31,2	57,7	55,7	55,6	178,2	99,8
5	Włochy	41,2	46,4	47,7	48,6	118,0	101,9
6	Turcja	9,6	35,7	37,8	39,8	414,6	105,3
7	Niemcy	19,0	30,4	31,5	33,0	173,7	104,8
8	Wielka Brytania	23,2	29,3	31,1	32,6	140,5	104,8
9	Rosja	19,2	25,7	28,4	29,8	155,2	104,9
10	Meksyk	20,6	23,4	24,2	29,1	141,3	120,2

Źródło: jak w tab. 1.

Tabela 3. Wpływy z turystyki i ich dynamika w latach 1990–2014

Wyszczególnienie	Lata									Dynamika w 2014 r.	
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	1990 = 100	2013 = 100
Wpływy [mld USD]	271	419	495	703	966	1081	1116	1197	1245	459,4	104,0
Wpływy [mld EUR]	213	317	536	565	728	776	868	902	937	439,9	103,9

Źródło: jak w tab. 1.

Drugim, oprócz liczby przyjazdów turystycznych, wskaźnikiem, za pomocą którego charakteryzowany jest ruch turystyczny, są wpływy z turystyki międzynarodowej. Definiowane są one jako wszelkie przychody danego kraju lub regionu związane z turystyką przyjazdową. Przychody te wylicza się na podstawie wydatków turystycznych obejmujących: wyżywienie, zakwaterowanie, zakupy, rozrywkę. Natomiast nie wlicza się do nich kosztów transportu między krajami (Kurek i Waclawik 2013). W 2014 r. wpływy z turystyki wyniosły 1245 mld USD i były ponad 4-krotnie wyższe niż w 1990 r. (tab. 3). Zbliżoną dynamiką charakteryzowały się przychody w EUR.

Turystyka w gospodarce światowej zajmuje piąte miejsce, jeżeli chodzi o wpływy z eksportu (po paliwach, chemikaliach, żywności i motoryzacji) i daje 6% przychodów z eksportu. Wśród krajów uzyskujących najwyższe wpływy z turystyki zagranicznej na czele rankingu znajdują się te, które przyjmują najwięcej gości zagranicznych (tab. 4). Obliczone wskaźniki dynamiki dla roku 2014, w porównaniu z rokiem 2000, wskazują na istnienie wyraźnej tendencji wzrostowej. Tendencja ta utrzymywała się do roku 2013. Największy wzrost wpływów z turystyki zanotowały państwa położone we wschodniej Azji, tzn. Chiny ze specjalnymi regionami administracyjnymi (z Makao i Hongkongiem) oraz Tajlandia. Natomiast w 2014 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, cztery kraje zanotowały kilkuprocentowy spadek.

Tabela 4. Ranking regionów świata ze względu na wpływy z turystyki zagranicznej

Lp.	Kraj	Lata					
		2000	2012	2013	2014		
		mld USD				2000 = 100	2013 = 100
1	USA	82,4	126,2	172,9	177,2	215,0	102,5
2	Hiszpania	30,0	56,3	62,6	65,2	217,3	104,2
3	Chiny	16,2	50,0	51,7	56,9	351,2	110,1
4	Francja	33,0	53,6	56,7	55,4	167,9	97,7
5	Makao (Chiny)	3,2	43,7	51,8	50,8	1587,5	98,1
6	Włochy	27,5	41,2	43,9	45,5	165,5	103,6
7	Wielka Brytania	21,9	36,2	41,0	45,3	206,8	110,5
8	Niemcy	18,7	38,1	41,3	43,3	231,6	104,8
9	Tajlandia	7,5	33,8	41,8	38,4	512,0	91,9
10	Hongkong (Chiny)	5,9	33,1	38,9	38,4	650,8	98,7

Źródło: jak w tab. 1.

EUROPEJSKI RYNEK TURYSTYCZNY

Pomimo zmniejszania się udziału Europy w przyjazdach zagranicznych, o czym wspomniano powyżej, jej rola w światowym rynku turystycznym była i będzie dominująca. Między 1990 a 2014 rokiem odnotowano wzrost liczby odwiedzających Europę o ponad 320 mln, czyli o prawie 123%. Ponadto aż siedem krajów europejskich znalazło się w czołówce destynacji wyjazdowej na świecie (por. tab. 2). Przyjęły one prawie 57% wszystkich turystów odwiedzających Europę. Na uwagę zasługuje fakt, że bardzo duży wzrost liczby odwiedzających w 2014 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, odnotowały kraje, których udział w europejskim rynku turystycznym nie przekraczał 0,5%. Należą do nich: Islandia (wzrost o 23,6%), Łotwa (wzrost o 20,0%), Serbia (wzrost o 11,6%) i Rumunia (wzrost o 11,5%) – Raport UNWTO (2015). Wynika z tego, że państwa te dostrzegają w turystyce szanse rozwoju społeczno-gospodarczego.

Przodujące miejsce na świecie pod względem wielkości międzynarodowego ruchu turystycznego zajmuje Unia Europejska, na terenie której w 2014 r. zanotowano 455,1 mln podróży turystycznych, co stanowi nieco ponad 40% światowego i 78% europejskiego ruchu turystycznego. Związane jest to z dużą atrakcyjnością turystyczną państw członkowskich UE, mającą swoje źródło w bogatym dorobku cywilizacyjno-kulturowym, w zróżnicowanym środowisku przyrodniczym, a także w wysokim poziomie usług turystycznych (Kurek i Waclawik 2013).

Turystyka jest jedną z form działalności gospodarczej o najbardziej istotnym potencjale rozwoju gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej. Generuje ona około 4% PKB UE i 8 mln miejsc pracy (4% siły roboczej). Wspomnieć należy również o społecznych i pozagospodarczych aspektach związanych z turystyką. Będąc sektorem obejmującym prawie 1,8 mln przedsiębiorstw, z których większość to małe i średnie przedsiębiorstwa, zatrudniające około 5,2% zasobów ludzkich na rynku pracy (co stanowi około 9,7 mln miejsc pracy, z których wiele zajmują ludzie młodzi), turystyka stanowi trzeci pod względem znaczenia obszar działalności społeczno-gospodarczej w UE. Ustępuje jedynie miejsca sektorom: handlu i dystrybucji oraz budownictwu. Jeśli weźmie się pod uwagę powiązane z nią sektory, to łącznie tworzą one około 12 % wszystkich miejsc pracy na świecie.

Sektor ten przyczynia się w istotny sposób do osiągnięcia jednego z celów strategii lizbońskiej, jakim jest stworzenie większej liczby lepszych miejsc pracy². Traktat z Lizbony rozszerzył kompetencje Unii w zakresie turystyki, co odnosi się w szczególności do wspierania i tworzenia korzystnego środowiska dla rozwoju przedsiębiorstw w tym sektorze oraz do wspierania współpracy między państwami członkowskimi, głównie poprzez wymianę dobrych praktyk.

Aby utrzymać wiodącą pozycję Europy, która jest najpopularniejszym kierunkiem turystycznym na świecie, Komisja Europejska w ramach strategii „Europa 2020”³ zachęca do zdefiniowania nowych ram skoordynowanych działań w UE mających poprawić konkurencyjność europejskiej turystyki i zwiększyć jej potencjał w aspekcie zrównoważonego rozwoju. Wychodząc naprzeciw tej potrzebie, Komisja przyjęła Komunikat COM 352 „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego” (DzUrz. z 2016 r.) i zaproponowała 21 działań, które skupiać się będą na czterech filarach:

- stymulowaniu konkurencyjności sektora turystycznego w Europie;

² Traktat lizboński (oficjalnie: Traktat z Lizbony zmieniający Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską; w wersji roboczej nazywany traktatem reformującym) – umowa międzynarodowa zakładająca m.in. reformę instytucji Unii Europejskiej, podpisana 13 grudnia 2007 r. w Lizbonie. W stosunku do państw – stron weszła w życie 1 grudnia 2009 r., przy czym w hierarchii źródeł prawa porządku prawnego Rzeczypospolitej Polskiej obowiązuje od chwili ogłoszenia w Dzienniku Ustaw, co nastąpiło 2 grudnia 2009 r.

³ Strategia „Europa 2020” jest dziesięcioletnią strategią Unii Europejskiej na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia, zapoczątkowaną w 2010 r. Ma ona na celu nie tylko rozwiązanie problemów wynikających z kryzysu, z którego obecnie kraje UE stopniowo wychodzą. Strategia ta ma również pomóc skorygować niedociągnięcia europejskiego modelu wzrostu gospodarczego i stworzyć warunki, dzięki którym będzie on bardziej służył zrównoważonemu społecznemu wzrostowi (Komunikat Komisji... 2016).

- wspieraniu rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości;
- konsolidacji wizerunku i widoczności Europy jako zbioru kierunków turystycznych wysokiej jakości, opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju;
- pełnym wykorzystaniu potencjału różnych obszarów polityki i instrumentów finansowych UE na rzecz rozwoju turystyki.

Podobnie jak w przypadku liczby przyjazdów wielkość wpływów turystycznych, zarówno na świecie, jak i w Europie, cały czas rośnie. W 2014 r. wielkość wpływów z turystyki międzynarodowej na świecie wynosiła 1245 mld USD, z czego 41% przypadło na Europę, a 34% na Unię Europejską. Analiza dochodów z turystyki międzynarodowej w Europie oraz w państwach członkowskich UE wskazuje, że w latach 2010–2014 odnotowano wzrost wpływów odpowiednio o 18% i 16%. Najwięcej na turystyce zarabiają Hiszpania i Francja, które w światowym rankingu pod względem wpływów z tego sektora zajmowały w 2014 r. odpowiednio drugie i czwarte miejsce (por. tab. 4). Każdy z tych krajów miał kilkunastoprocentowy udział w ogólnych wpływach z turystyki europejskiej. Wśród państw UE głównymi beneficjentami korzyści ekonomicznych w 2014 r., oprócz wymienionych powyżej, były: Włochy, Wielka Brytania i Niemcy. Łącznie w tych pięciu krajach wpływy z turystyki międzynarodowej osiągnęły poziom 254,7 mld USD, co stanowi 60,3% wpływów w UE.

POLSKA TURYSTYKA ZAGRANICZNA NA ARENIE MIĘDZYNARODOWEJ

W Polsce dla turystyki wyzwaniem jest konkurencja międzynarodowa. Kraj nasz posiada liczący się potencjał zarówno w przypadku turystyki krajowej, jak i międzynarodowej. Do silnych stron sektora turystycznego zaliczyć można m.in. bardzo dobre środkowe położenie geograficzne w Europie. Polska jest krajem tranzytowym, przez który przebiegają szlaki komunikacyjne łączące Wschód z Zachodem i Północ z Południem. Jej interesujący i zróżnicowany krajobraz (morze, góry, jeziora i lasy) pełen walorów turystycznych, bogata i urozmaicona kultura, historia, sztuka i folklor mogą przyciągnąć nawet wymagającego turystę zagranicznego. Liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski od połowy lat osiemdziesiątych wykazywała tendencję wzrostową, w latach 2000–2010 zanotowano spadek liczby przekroczeń granicy polskiej przez obcokrajowców (Mały Rocznik... 1985–2015). Od roku 2011 liczba przekroczeń granicy ponownie zaczęła wzrastać. W 2014 r. granice Polski przekroczyło 43,5 mln cudzoziemców, czyli o 3,8% więcej niż w roku poprzednim. W przeciwieństwie do wszystkich odwiedzających, których rejestruje Straż Graniczna, liczba przyjazdów turystów nie jest dokładnie określona. Światowa Organizacja Turystyczna ocenia, że w latach 1995–2010 liczba turystów zagranicznych odwiedzających nasz kraj wykazywała tendencję spadkową. Wzrost zauważono w roku 2011 (o 7,2% w stosunku do roku poprzedniego); w 2014 r. do Polski przyjechało łącznie około 16 mln turystów, czyli o 28% więcej niż w roku 2010 – Raport o stanie... (2013).

W latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku Polska plasowała się na 62 miejscu na świecie pod względem liczby przyjętych turystów zagranicznych. Kolejne lata przyniosły zdecydowaną poprawę pod tym względem. Od połowy lat dziewięćdziesiątych do chwili obecnej Polska znajduje się w drugiej dziesiątce. Udział naszego kraju na światowym i europejskim rynku turystycznym nie jest zbyt duży – wynosi odpowiednio 1,4% i 2,8%.

Wprawdzie, w porównaniu z liderami, nie jest to dużo, ale na pozytywną ocenę zasługuje szybkie tempo zmian. W latach 2010–2014 liczba turystów zagranicznych odwiedzających nasz kraj z roku na rok wzrastała średnio o 6,4% (Raport UNWTO... 2015).

Według Światowej Organizacji Turystyki w 2014 r. wpływy dewizowe z turystyki przyjazdowej w Polsce wyniosły 10,93 mln USD, co stanowiło 2,1% ogólnych wpływów z turystyki zagranicznej w Europie i niespełna 1% na świecie.

Szacuje się, że w 2013 r. branża turystyczna w Polsce uzyskała 85,7 mld PLN obrotu (Raport Money.pl „Kto zarabia najwięcej w Polsce na turystach”, www.firma.money.pl), co stanowiło nieco ponad 5% całego PKB kraju. W Unii w tym zakresie wyprzedzają nas nie tylko kraje tradycyjnie kojarzone z turystyką – Portugalia i Hiszpania (te kraje zawdzięczają wczasowiczom aż 15% PKB), ale nawet Czechy (8,4% PKB). Nie wspominając już o Malediwach i Makao, które „żyją z turystów”. Wpływy z turystyki na Malediwach stanowią aż 48% PKB, w Makao – 43%. Przy takich wartościach nasz kraj plasuje się dopiero na 151. miejscu w światowym rankingu. Dane Instytutu Turystyki informują o około 14 mln wizyt turystów zagranicznych w naszym kraju i 40 mln podróży krajowych. Na wakacje w kraju przeciętny Polak wydał nieco ponad tysiąc PLN. Zdecydowanie więcej wydali obcokrajowcy. Średnio podczas pobytu w naszym kraju każdy z nich wydał ogółem 401 USD, a więc około 76 USD w ciągu dnia. Najwięcej (ponad 800 USD) wydali Japończycy, Koreańczycy, Australijczycy, Kanadyjczycy i Amerykanie. Spośród obywateli UE w wydatkach prym wiodli: Austriacy (628 USD), Francuzi (531 USD) i Włosi (452 USD).

Największą liczbę przyjazdów w 2013 r. do Polski odnotowano z Niemiec (28,9 mln, w tym 5,3 mln turystów), z Czech (13,4 mln, w tym 245 tys. turystów), z Ukrainy (7,3 mln, w tym 2,1 mln turystów), ze Słowacji (6,7 mln, w tym 125 tys. turystów), z Białorusi (4 mln, w tym 1,5 mln turystów) i z Rosji (3,6 mln, w tym 765 tys. turystów)⁴. Wśród przyjeżdżających z tzw. starej Unii liczba turystów, w porównaniu z rokiem poprzednim, zwiększyła się o 8,6%, z największym wzrostem przyjazdów z Wielkiej Brytanii (16,3%), Niemiec (10,2%) oraz Francji (10%). Z kolei wśród przyjezdnych z państw „nowej” Unii wzrost był mniejszy i wyniósł 3,7%, przy największym wzroście przyjazdów z Czech (16,5%), Słowacji (13,6%) oraz Węgier (10%). Zmniejszyła się natomiast liczba turystów przyjeżdżających z Litwy (–3,3%) oraz Łotwy (–1,5%).

Poniżej podano informacje dotyczące obiektów turystycznych i udzielonych noclegów w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej⁵. Rozmieszczenie bazy noclegowej na terenie Unii Europejskiej jest nierównomierne – od 170 obiektów na Malcie do ponad 157,5 tys. obiektów we Włoszech. O stopniu dysproporcji terytorialnego rozmieszczenia bazy noclegowej świadczy fakt, że liczba miejsc noclegowych w poszczególnych krajach wahała się w 2014 r. od 38 tys. na Łotwie do 5,05 mln miejsc noclegowych we Francji. Podkreślić należy, że zaledwie pięć krajów skupiło na swoim terenie 72% wszystkich obiektów (Włochy, Wielka Brytania, Chorwacja, Niemcy, Hiszpania) i 67% – miejsc noclegowych UE (Francja, Włochy, Niemcy, Wielka Brytania, Hiszpania). Biorąc pod uwagę istniejącą bazę noclegową turystyki, nasz kraj uplasował się

⁴ Informacje opracowane przez PAP pochodzą z Ministerstwa Sportu i Turystyki (Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2007–2011, 2013).

⁵ Informacje te opracowano na podstawie: Turystyka w 2014 r. (2015).

na jedenastej pozycji pod względem liczby obiektów noclegowych i na dwunastej ze względu na liczbę przygotowanych miejsc noclegowych. Oznacza to, że ponad połowa krajów członkowskich UE dysponowała słabiej rozwiniętą bazą noclegową.

Nierównomierne przestrzenne rozmieszczenie bazy noclegowej wpływa na nierównomierny rozkład ruchu turystycznego. Prawie 70% noclegów w UE udzielonych zostało przez pięć dominujących państw: Francję, Hiszpanię, Włochy, Niemcy i Wielką Brytanię. Kraje te wraz z Austrią przyjęły prawie 70% wszystkich turystów zagranicznych odwiedzających UE. Polska zajęła dopiero piętnastą pozycję, udzielając noclegów 12,5 mln obcokrajowcom, co stanowi zaledwie 1,05% turystów w UE. Na uwagę zasługuje fakt, że niektóre kraje posiadające mniej rozwiniętą bazę noclegową przyjęły więcej turystów zagranicznych niż Polska (np. Portugalia, Belgia). Irlandia natomiast przyjęła zbliżoną liczbę cudzoziemców, podczas gdy liczba miejsc noclegowych przygotowanych przez ten kraj była trzykrotnie mniejsza niż w Polsce.

Istotnych informacji, pozwalających ocenić konkurencyjność polskiej turystyki na arenie międzynarodowej, dostarcza publikowany przez Światowe Forum Gospodarcze (WEF) syntetyczny indeks konkurencyjności – The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI). Od 2007 r. WEF przygotowuje na ten temat raport branżowy Travel & Tourism Competitiveness Report. Publikowany w nim indeks konkurencyjności odnosi się generalnie do atrakcyjności rynku turystycznego dla inwestorów, a nie konsumentów. Autorzy opierają się na dwóch grupach informacji na podstawie: 1) badania opinii ekspertów – liderów organizacji i przedsiębiorstw, 2) danych organizacji międzynarodowych (takich jak: Światowa Organizacja Turystyki – UNWTO, Międzynarodowe Zrzeszenie Przewoźników Powietrznych – IATA, Bank Światowy) oraz firm reprezentujących sektor turystyki (linii lotniczych, firm wynajmujących samochody). Dodatkowo wykorzystywane są również informacje pochodzące ze źródeł krajowych (Dziedzic i Skalska 2014).

Indeks konkurencyjności turystyki w latach 2007–2013 budowany był na podstawie trzech podstawowych obszarów (subindeksów) konkurencyjności i 14 zasadniczych filarów. Według TTCI w 2013 r. Polska została sklasyfikowana na 42 pozycji⁶, czyli znalazła się o siedem pozycji wyżej niż dwa lata wcześniej, i o 14 pozycji wyżej, w porównaniu z 2007 r. (tab. 5). Najlepiej oceniony obszar konkurencyjności dotyczył zasobów ludzkich, naturalnych i kulturowych – 32 pozycja w światowym rankingu. Najgorzej natomiast sklasyfikowano nasz kraj pod względem środowiska biznesowego i infrastruktury, przyznając mu dopiero 58 miejsce. Ze względu na system regulacyjny turystyki Polska zajęła 49 lokatę. Wnikliwa analiza konkurencyjności turystycznej Polski wskazuje, że wysoką pozycję zajmujemy w obszarach, które są podstawą kluczowych motywów turystyki. W 2013 r. zajęliśmy 18 pozycję na świecie pod względem dziedzictwa kulturowego, 37 miejsce pod względem ochrony środowiska naturalnego i 45 pod względem obiektów światowego dziedzictwa natury. Zdecydowanie gorsze pozycje zajmuje Polska w obszarach polityki turystycznej państwa i marketingu turystycznego. Rankingi WEF podkreślają także niską świadomość turystyczną (125 pozycja) zarówno na szczeblu decyzyjnym, jak i w mentalności społeczeństwa.

⁶ W Europie w 2013 roku Polska zajęła 27 pozycję.

Tabela 5. Pozycja Polski w rankingu konkurencyjności turystycznej w wybranych obszarach

Obszary i filary indeksu	Lata			
	2007	2009	2011	2013
Indeks konkurencyjności turystyki	56	59	49	42
Subindeks I – system regulacyjny turystyki				
1. Przepisy prawa i regulacje	66	75	61	84
2. Ochrona środowiska naturalnego	65	63	37	37
3. Bezpieczeństwo i ochrona	71	91	50	48
4. Zdrowie i higiena	89	67	44	35
5. Pozycja turystyki	42	82	98	96
Subindeks II – środowisko biznesowe i infrastruktura				
6. Infrastruktura transportu lotniczego	96	79	88	86
7. Infrastruktura transportu lądowego	46	68	78	66
8. Infrastruktura turystyczna	41	59	52	46
9. Infrastruktura teleinformatyczna (ICT)	43	41	44	41
10. Konkurencyjność cenowa w turystyce	83	105	66	61
Subindeks III – zasoby ludzkie, naturalne i kulturowe turystyki				
11. Zasoby ludzkie	44	56	43	45
12. Otwartość turystyczna	122	107	132	125
13. Zasoby naturalne	19	54	54	66
14. Zasoby kulturowe	bd	21	17	18

Źródło: opracowano na podstawie: The Travel & Tourism Competitiveness Report (2007–2013).

Najnowszy The Travel & Tourism Competitiveness Report opublikowany w 2015 r. obejmował 141 krajów, ponad 90% ludności świata i 98% światowego PKB. W 2015 r. nieznacznej zmianie uległa konstrukcja indeksu (tab. 6). Składa się on obecnie z czterech obszarów i, podobnie jak w latach ubiegłych, z 14 filarów. Konstrukcja TTCI w roku 2015 była w zasadzie podobna do tej z lat 2007–2013. W budowie indeksu wykorzystano w większości te same filary i wskaźniki co w latach poprzednich, a zmiany dotyczą m.in. przesunięć filarów pomiędzy obszarami. Według raportu z 2015 r. Polska została sklasyfikowana na 47 pozycji, czyli znalazła się o pięć pozycji niżej niż dwa lata wcześniej. Najlepiej oceniony obszar konkurencyjności dotyczył zasad i warunków turystyki (obszar II) – 23 pozycja w światowym rankingu. Najgorzej natomiast sklasyfikowano nasz kraj pod względem infrastruktury (obszar III), przyznając mu dopiero 62 miejsce. Ze względu na pozostałe obszary, tzn. czynniki zewnętrzne (obszar I) oraz zasoby naturalne i kulturowe (obszar IV), zajęliśmy odpowiednio 39 i 43 pozycję. Jeżeli chodzi o obszary, które są podstawą kluczowych motywów turystyki, to w 2015 r. zajęliśmy 26 pozycję ze względu na otwartość turystyczną (stosunek władz i społeczeństwa do turystów zagranicznych), 28 miejsce pod względem zrównoważonego rozwoju środowiska naturalnego, 35 pozycję pod względem dziedzictwa kulturowego i 45 ze względu na obiekty światowego dziedzictwa natury.

Tabela 6. Struktura subindeksów wskaźnika TTCI w 2015 r. (w nawiasach podano pozycję Polski w rankingu)

Indeks TTCI (47)			
I. Czynniki zewnętrzne (39)	II. Zasady i warunki turystyki (23)	III. Infrastruktura (62)	IV. Zasoby naturalne i kulturowe (43)
1. Otoczenie biznesowe (76) 2. Bezpieczeństwo i ochrona (35) 3. Zdrowie i higiena (25) 4. Zasoby ludzkie i rynek pracy (41) 5. Technologie informacyjne ICT (44)	1. Stosunek do turystyki (99) 2. Międzynarodowa otwartość turystyczna (26) 3. Konkurencyjność cenowa sektora turystycznego (46) 4. Zrównoważony rozwój środowiska naturalnego (28)	1. Infrastruktura transportu lotniczego (73) 2. Infrastruktura transportu lądowego i portowego (47) 3. Infrastruktura turystyczna (66)	1. Zasoby naturalne (57) 2. Zasoby kulturowe i podróże służbowe (35)

Źródło: opracowano na podstawie: The Travel & Tourism Competitiveness Report (2015).

ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA POLSKICH PODREGIONÓW

Polska w 2014 r. dysponowała 9885 turystycznymi obiektami noclegowymi i 694 tys. miejscami noclegowymi, z czego 3646 obiektów (36,9%) to obiekty hotelowe dysponujące 292,5 tys. miejsc noclegowych (42,1% wszystkich miejsc noclegowych w kraju). Wśród obiektów hotelowych prawie 62% stanowiły hotele, z których nieco ponad 37% posiadało mniej niż trzy gwiazdki, czyli były poniżej światowego standardu (Turystyka... 2015)⁷. Z uwagi na brak danych o strukturze jakościowej wszystkich obiektów hotelowych niemożliwa jest ocena ich wpływu na wzrost konkurencyjności turystycznej Polski.

Turystyka wewnątrz krajowa, rozumiana jako suma turystyki krajowej i zagranicznej przyjazdowej, jest na obszarze kraju nierównomiernie rozłożona. W Polsce w 2014 r. istniało 66 podregionów, które charakteryzował różny poziom warunków recepcji turystów krajowych i zagranicznych. W zaledwie pięciu podregionach (czterech nadmorskich i jednym górskim) skupiło się ponad 30% miejsc noclegowych turystyki w Polsce. Natomiast mniejszy, wynoszący poniżej 2%, udział miejsc noclegowych w krajowej bazie turystycznej dotyczył aż 52 podregionów, przy czym w 38 podregionach udział ten nie przekraczał nawet 1%. W badanym roku z noclegów w obiektach turystycznych kraju skorzystało około 25 mln osób, z czego prawie 20% odwiedziło obecną i dawną stolicę Polski (Warszawę i Kraków). W kolejnych pięciu podregionach udział osób korzystających z noclegów wahał się od 3 do 5%. Wśród tych podregionów znalazły się dwa obszary górskie (nowosądecki, jeleniogórski), dwa obszary nadmorskie (trójmiejski, koszaliński) oraz miasto Wrocław. Aż w 53 podregionach udział osób korzystających z noclegów nie przekroczył 2%, w tym w 33 – nawet 1%. Podobnie wyglądał rozkład turystów zagranicznych korzystających z noclegów w naszym kraju. Ponad 50% obcokrajowców odwiedziło trzy największe miasta Polski (Warszawę, Kraków, Wrocław) oraz podregion trójmiejski. Większość podregionów nie cieszyła się zainteresowaniem turystów zagranicznych. Szczególnie niewielu obcokrajowców odwiedziło

⁷ Z pewnym uproszczeniem można przyjąć, że obiekty poniżej standardu trzech gwiazdek nie są zasobem, na którym w XXI w. można budować przewagę konkurencyjną na globalnym rynku (Kozak 2006).

35 podregionów. Liczba przebywających tam turystów wahała się od 5,8 do 27 tys., co stanowiło poniżej 0,5% wszystkich odwiedzających nasz kraj cudzoziemców. Co trzeci nocleg udzielony turystom zagranicznym przypadł na Kraków i Warszawę. Natomiast kolejne 25% dotyczyło trzech podregionów, tj. koszalińskiego, szczecińskiego oraz trójmiejskiego. Wynika z tego, że prawie 2/3 noclegów udzielono obcokrajowcom w zaledwie pięciu podregionach. Pozostałe obszary Polski sporadycznie brały udział w zagranicznym ruchu turystycznym.

PODSUMOWANIE

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie – potwierdzają to dane statystyczne Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) i Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC), notujące po II wojnie światowej stały nieprzerwany wzrost zarówno liczby turystów, jak i wpływów z turystyki. Jej znaczenie przejawia się w wysokiej zdolności do generowania nowych miejsc pracy, podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności, podwyższania konkurencyjności regionów. Jest ona nie tylko ważną i nowoczesną sferą aktywności gospodarczej, ale jednocześnie bardzo istotną sferą działalności społecznej. Aktywność turystyczna jest jednym z mierników jakości życia mieszkańców i wskaźnikiem rozwoju cywilizacyjnego społeczeństw. Współczesna turystyka nie tylko zaspokaja potrzebę regeneracji po ciężkiej pracy, ale staje się jednym z głównych elementów współczesnego życia.

Korzystne położenie Polski w środkowej części kontynentu, na skrzyżowaniu ważnych dróg europejskich, włączenie w struktury rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, znaczny potencjał kulturowy i dobrze zachowane środowisko naturalne czynią z naszego kraju atrakcyjne miejsce do zwiedzania i wypoczynku – zarówno dla turystów krajowych, jak i zagranicznych. Jednakże szczegółowe analizy poszczególnych raportów konkurencyjności turystycznej ukazują mało optymistyczny obraz polskiej turystyki. Stosunkowo najlepiej kraj nasz wypada pod względem zasobów walorów kulturowych oraz środowiska naturalnego, najgorzej zaś pod względem regulacji prawnych w zakresie turystyki, a także niskiej skuteczności marketingu produktu turystycznego.

O realnych szansach konkurowania na rynkach międzynarodowych decyduje przede wszystkim jakość oferty turystycznej zarówno całego kraju, jak i jego poszczególnych regionów. Podregiony w Polsce są zróżnicowane pod względem atrakcyjności turystycznej. Do grupy o stosunkowo najlepszym potencjale należy zaliczyć te z nich, które dysponują najbardziej zróżnicowanymi walorami kulturowymi oraz przyrodniczymi i jednocześnie są łatwo dostępne z głównych ośrodków generujących ruch turystyczny w kraju i za granicą. Okazuje się jednak, że nie zawsze odzwierciedla się to we wskaźnikach charakteryzujących nasilenie ruchu turystycznego. Dane o miejscach odwiedzanych przez turystów sugerują, że wbrew częstym wyobrażeniom atrakcyjność turystyczna stanowi ważny, ale czasami niewystarczający zespół czynników determinujących ruch turystyczny. Często o sile przyciągania turystów do danego regionu decyduje także wiele zróżnicowanych elementów subiektywnych, wśród których dużą rolę odgrywa czynnik psychologiczny, powodujący, iż dany region może być różnie postrzegany przez odwiedzających turystów.

Wykorzystanie potencjału turystycznego wymaga, między innymi, stworzenia warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu Polski oraz zwiększeniu konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu jego walorów kulturowych i przyrodniczych. Oprócz sytuacji gospodarczej wyzwaniem dla turystyki w nadchodzących latach pozostaną także kwestie demograficzne, technologiczne, tendencje w rozwoju transportu, spędzania czasu wolnego oraz zmiany marketingowe.

PIŚMIENNICTWO

- Dziedzic E., Skalska T.** 2014. Metodologiczne podstawy budowy indeksu konkurencyjności w obszarze turystyki w Polsce. Zesz. Nauk. USzczec., Ser. Ekonomiczne Problemy Turystyki 805(25), 1, 135.
- Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej C.2011.376.44**, <http://www.lex.pl/seriac-akt/-/akt/dz-u-ue-c-2011-376-44>, dostęp: 15.11.2016.
- Komunikat Komisji Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu.** KOM(2010) 2020, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:PL:PDF>, dostęp: 15.11.2016.
- Kozak M.W.** 2006. Konkurencyjność turystyczna polskich regionów. Stud. Reg. Lokal. 3(25), 56.
- Kurek S., Waclawik P.** 2013. Zróżnicowanie zagranicznej turystyki przyjazdowej w Unii Europejskiej w czasach kryzysu gospodarczego. Pr. Kom. Geogr. Przem. Pol. Tow. Geogr. 24, 10, 15.
- Mały Rocznik Statystyczny Polski w latach 1985–2015.** 2015. Warszawa, GUS.
- Raport Money.pl „Kto zarabia najwięcej w Polsce na turystach”**, www.money.pl, dostęp: 19.12.2015.
- Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2007–2011.** 2013. Warszawa, Ministerstwo Sportu i Turystyki, www.msp.gov.pl, dostęp: 19.12.2015.
- Raport „UNWTO Tourism Highlights. 2015 Edition”.** 2015. Madryt, Hiszpania, www.unwto.org, dostęp: 14.12.2015.
- Rocznik Statystyki Międzynarodowej.** 2015. Warszawa, GUS.
- The Travel & Tourism Competitiveness Report.** 2007–2015. Genewa, World Economic Forum, www.weforum.org/tcr, dostęp: 10.12.2015.
- Tourism Towards 2030. Global Overview.** 2011. Madrid, UNWTO, 17.
- Traktat z Lizbony zmieniający Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską.** DzU z 2009 r., nr 203, poz. 1569.
- Turystyka w 2014 r.** 2015. Warszawa, GUS.

