

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 379

## Gospodarka turystyczna w regionie Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca

Redaktor naukowy  
Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2015

Redakcja wydawnicza: Jadwiga Marcinek  
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz  
Korekta: Marcin Orszulak  
Łamanie: Beata Mazur  
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania  
znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa  
[www.pracnaukowe.ue.wroc.pl](http://www.pracnaukowe.ue.wroc.pl)  
[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons  
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska  
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2015

**ISSN 1899-3192**  
**e-ISSN 2392-0041**

**ISBN 978-83-7695-518-6**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:  
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
tel./fax 71 36 80 602; e-mail:[econbook@ue.wroc.pl](mailto:econbook@ue.wroc.pl)  
[www.ksiegarnia.ue.wroc.pl](http://www.ksiegarnia.ue.wroc.pl)

Druk i oprawa: TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	11
<b>Agata Niemczyk, Tomasz Zaclona:</b> Funkcja turystyczna polskich makroregionów w aspekcie społeczno-ekonomicznym pierwszej dekady członkostwa w UE.....	13
<b>Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka:</b> Wpływ turystyki na rozwój lokalny .....	23
<b>Barbara Mastalska-Cetera, Beata Warczewska:</b> Możliwości rozwoju turystyki zrównoważonej na przykładzie dolnośląskich parków krajobrazowych.....	32
<b>Anna Królikowska-Tomczak:</b> Zrównoważony rozwój turystyki w Wielkopolsce na podstawie European Tourism Indicator System .....	45
<b>Jarosław Uglis, Anna Jęczmyk:</b> Agroturystyka jako faktor zrównoważonego rozwoju .....	57
<b>Jadwiga Berbeka:</b> Funkcja turystyczna gmin górskich a poziom życia mieszkańców w województwie małopolskim.....	67
<b>Andrzej Hadzik, Jakub Ryśnik, Rajmund Tomik:</b> Determinanty uczestnictwa w międzynarodowych widowiskach sportowych (w świetle wyników badań) .....	75
<b>Zbigniew Miązek, Ewa Wszendybył-Skulska:</b> Rozwój turystyki sportowej w Krakowie.....	87
<b>Michał Roman:</b> Demand for agritourism as a factor in the development of Suwałki region .....	95
<b>Agnieszka Niezgoda, Danuta Żylak:</b> Wyjazdy Polaków do Chorwacji w warunkach kryzysu gospodarczego.....	102
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Etyczne aspekty turystyki wiejskiej i zrównoważonego rozwoju w Polsce .....	112
<b>Lidia Wandas:</b> Wykorzystanie potencjału Kopalni Soli „Wieliczka” dla rozwoju nowej formy turystyki przyjazdowej do Polski – turystyki ślubnej ..	128
<b>Krzysztof Cieślikowski:</b> Miernik atrakcyjności spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych.....	137
<b>Joanna Kizielewicz:</b> Atrakcyjność regionu Wybrzeża Gdańskiego w świetle badań pasażerów morskich statków wycieczkowych.....	146
<b>Jan Zawadka:</b> Podróże motocyklowe jako niszowa forma turystyki kwalifikowanej oraz preferencje i zachowania ich uczestników .....	156

<b>Barbara Marciszewska, Krzysztof Marciszewski:</b> Postawy studentów specjalności turystycznych wobec sztuki ulicy a atrakcyjność miejsc pobytu turystycznego .....	165
<b>Agata Balińska:</b> Zamki jako źródło przewag konkurencyjności turystycznej województwa warmińsko-mazurskiego.....	176
<b>Aleksandra Jackiewicz, Maciej Dębski:</b> Lojalność konsumentów jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa hotelarskiego .....	185
<b>Piotr Gryzel:</b> Konkurencyjność turystyczna gminy a poziom życia mieszkańców .....	201
<b>Ewa Dziezic:</b> Usługi kulturalne jako czynnik konkurencyjności oferty turystycznej miasta – konceptualizacja i możliwości mierzenia.....	210
<b>Beata Meyer:</b> Możliwości wykorzystania przestrzeni wodnej (i nadwodnej) w procesie konkurencji miast na rynku turystycznym, na przykładzie Szczecina .....	218
<b>Anna Gardzińska:</b> Koncepcja współpracy w procesie kreowania transgranicznego produktu turystycznego (na przykładzie województwa zachodniopomorskiego i Meklemburgii-Pomorza Przedniego).....	226
<b>Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík, Zuzana Lencséssová, Miroslava Medved'ová:</b> Tourism clusters and their activities in Slovakia .....	237
<b>Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen:</b> Zaufanie jako kluczowy czynnik rozwoju inicjatyw klastrowych – case study Karkonosko-Izerskiego Klastra Turystycznego.....	247
<b>Katarzyna Bieluszko:</b> Media elektroniczne jako narzędzie promocji turystycznej miasta.....	259
<b>Marek Hendel, Michał Żemła:</b> Zmiana wizerunku województwa śląskiego pod wpływem rozwoju turystyki dziedzictwa przemysłowego.....	269
<b>Mateusz Naramski, Krzysztof Herman, Adam R. Szromek:</b> Analiza porównawcza wybranych sposobów prezentacji lokalnej oferty turystycznej – studium przypadku.....	278
<b>Katarzyna Orfin:</b> Działania promocyjne w kreowaniu wizerunku produktu turystycznego w świetle dokumentów strategicznych gmin województwa zachodniopomorskiego .....	288
<b>Marta Sidorkiewicz:</b> Promocja obiektów hotelarskich przy wykorzystaniu narzędzia <i>product placement</i> .....	299
<b>Piotr Zawadzki:</b> Masowe imprezy biegowe jako element promocji regionów turystycznych.....	311
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Pomiar i zarządzanie lojalnością nabywców na rynku usług turystycznych z wykorzystaniem wskaźnika NPS oraz indeksu TRI*M.....	321
<b>Andrzej Stasiak:</b> Triada doświadczeń turystycznych i efekt „wow!” podstawą kreowania nowoczesnej oferty turystycznej .....	332
<b>Adam R. Szromek:</b> Zjawisko dysonansu i konsonansu poznawczego w zachowaniach konsumentów produktu turystycznego – wprowadzenie do zagadnienia.....	348

<b>Adrianna Wolska:</b> Trendy w konsumpcji turystycznej na przykładzie mieszkańców Majorki .....	356
<b>Marlena Bednarska, Marcin Olszewski:</b> Zasoby ludzkie w turystyce jako podmiot badań – aspekty metodyczne .....	366
<b>Marcin Molenda:</b> Motywowanie jako narzędzie zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie turystycznym .....	375
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Zachowania klientów a wyczerpanie emocjonalne pracowników branży hotelarskiej. Konsekwencje dla procesu obsługi .....	383
<b>Zygmunt Kruczek:</b> Sektorowa rama kwalifikacji w turystyce i jej znaczenie dla kształcenia i certyfikowania kadr turystycznych .....	396
<b>Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka:</b> Asymetria informacji na rynku usług hotelarskich .....	405
<b>Maja Jedlińska:</b> Ruch po macierzy Ansoffa jako droga rozwoju międzynarodowych systemów hotelowych .....	417
<b>Aleksander Panasiuk:</b> Problemy asymetrii informacji na rynku turystycznym w obszarze transakcyjnym .....	430
<b>Renata Seweryn:</b> Profil turysty pozyskującego informacje o destynacji z mediów społecznościowych (na przykładzie odwiedzających Kraków).....	439
<b>Józef Sala:</b> Kempingi – rola i tendencje rozwojowe na międzynarodowym i krajowym rynku turystycznym .....	448
<b>Dawid Szutowski:</b> The model approach towards measuring the impact of innovation on tourism enterprises' market value .....	460

## Summaries

<b>Agata Niemczyk, Tomasz Załona:</b> Tourist function of Polish macro-regions in the socio-economic terms of the first decade of Polish membership in the EU .....	13
<b>Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka:</b> The impact of tourism on local development.....	23
<b>Barbara Mastalska-Cetera, Beata Warczewska:</b> The opportunities of the development of sustainable tourism on the example of the Lower Silesian landscape parks .....	32
<b>Anna Królikowska-Tomczak:</b> Sustainable tourism development in Greater Poland based on the European Tourism Indicators System (toolkit for Sustainable Destinations).....	45
<b>Jarosław Uglis, Anna Jęczmyk:</b> Agritourism as a sustainable development factor .....	57
<b>Jadwiga Berbeka:</b> Touristic function of mountain municipalities vs. standard of living of their residents in the Małopolska Voivodeship .....	67

<b>Andrzej Hadzik, Jakub Ryśnik, Rajmund Tomik:</b> Determinants of participation in the international sport events exemplified by the research.....	75
<b>Zbigniew Miązek, Ewa Wszendybył-Skulska:</b> Development of sports tourism in Cracow.....	87
<b>Michał Roman:</b> Popyt na usługi agroturystyczne jako czynnik rozwoju Suwalszczyzny.....	95
<b>Agnieszka Niezgoda, Danuta Żylak:</b> Poles' trips to Croatia in the period under the global economic crisis .....	102
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Ethical aspects of rural tourism and sustainable development in Poland.....	112
<b>Lidia Wandas:</b> Using the potential of “Wieliczka” Salt Mine for the development of a new form of incoming tourism to Poland – destination wedding planning.....	128
<b>Krzysztof Cieślowski:</b> Attractiveness index of conference meetings and business events.....	137
<b>Joanna Kizielewicz:</b> Attractiveness of the region of Gdańsk Coast in the light of research on cruise ship passengers .....	146
<b>Jan Zawadka:</b> Motorcycle travel as a niche form of adventure tourism and preferences and behavior of its participants .....	156
<b>Barbara Marciszewska, Krzysztof Marciszewski:</b> Tourism students' attitudes towards street arts vs. tourist attractiveness of a destination.....	165
<b>Agata Balińska:</b> Castles as a source of tourist competitiveness advantages of the Warmian-Masurian Voivodeship.....	176
<b>Aleksandra Jackiewicz, Maciej Dębski:</b> Consumer loyalty as a source of competitive advantage for the hotel enterprise .....	185
<b>Piotr Gryzel:</b> Tourism competitiveness of a municipality vs. its residents' living standards .....	201
<b>Ewa Dzedzic:</b> Cultural services as a factor of competitiveness of a tourist offer of a city – conceptualization and possibilities of measuring .....	210
<b>Beata Meyer:</b> The possibilities for exploitation of water (and waterside) space in the process of town competition on tourism market on the example of Szczecin .....	218
<b>Anna Gardzińska:</b> The concept of cooperation in the process of creating cross-border tourism product (on the example of West Pomeranian Voivodeship and Mecklenburg–Vorpommern).....	226
<b>Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík, Zuzana Lencséssová, Miroslava Medved'ová:</b> Klastry turystyczne i ich działalność na Słowacji .....	237
<b>Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen:</b> Confidence as the key development factor of cluster initiatives – case study of Karkonosze-Izery Tourist Cluster.....	247
<b>Katarzyna Bieluszko:</b> Electronic media as a tool for tourism promotion of the city .....	259

<b>Marek Hendel, Michał Żemła:</b> Change of the image of the Silesian Voivodeship under the influence of industrial heritage tourism development.....	269
<b>Mateusz Naramski, Krzysztof Herman, Adam R. Szromek:</b> Comparative analysis of selected ways of tourism offer presentation – case study.....	278
<b>Katarzyna Orfin:</b> Promotional activities in creating the tourist product's image presented in the West Pomeranian Voivodeship municipalities' strategic documents .....	288
<b>Marta Sidorkiewicz:</b> Promotion of hotels using product placement .....	299
<b>Piotr Zawadzki:</b> Mass racing events as the component of tourist regions promotion.....	311
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Measurement and management of consumer loyalty on the market of tourist services using NPS indicator and TRI*M index .....	321
<b>Andrzej Stasiak:</b> The triad of tourist experiences and “wow” effect as the basis for the creation of modern tourist offer .....	332
<b>Adam R. Szromek:</b> The phenomenon of cognitive dissonance and consonance in the behavior of tourism product consumers – introduction to the issue.	348
<b>Adrianna Wolska:</b> Trends in tourist consumption on the example of Majorcans .....	356
<b>Marlena Bednarska, Marcin Olszewski:</b> Human resources in tourism as a research subject – methodological issues .....	366
<b>Marcin Molenda:</b> Motivation as a tool in human resource management in a tourism enterprise.....	375
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Customer behavior vs. emotional exhaustion among employees of the hospitality industry. Implications for service process ....	383
<b>Zygmunt Kruczek:</b> Sectoral Qualifications Framework for tourism domain and its importance for the education and certification of tourist staff .....	396
<b>Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka:</b> Information asymmetry on hospitality services market.....	405
<b>Maja Jedlińska:</b> Movement on Ansoff's matrix as the development path of international hotel systems .....	417
<b>Aleksander Panasiuk:</b> The problems of asymmetric information on the tourism market in the transaction area.....	430
<b>Renata Seweryn:</b> Profile of a tourist acquiring information on the destination from social media (on the example of tourists visiting Cracow).....	439
<b>Józef Sala:</b> Camping sites – their role and development trends on the international and domestic market .....	448
<b>Dawid Szutowski:</b> Wpływ innowacji na wartość rynkową przedsiębiorstw turystycznych. Ujęcie modelowe.....	460

**Piotr Gryszel**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
e-mail: piotr.gryszel@ue.wroc.pl

---

## KONKURENCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA GMINY A POZIOM ŻYCIA MIESZKAŃCÓW

---

## TOURISM COMPETITIVENESS OF A MUNICIPALITY VS. ITS RESIDENTS' LIVING STANDARDS

---

DOI: 10.15611/pn.2015.379.19

**Streszczenie:** Podnoszenie konkurencyjności regionów turystycznych stało się koniecznością na współczesnym rynku turystycznym. Wielu badaczy podkreśla, że kształtowanie konkurencyjności regionów turystycznych ma dać satysfakcję klientom, czyli turystom, przy jednoczesnym zwiększeniu dobrobytu mieszkańców. Zatem rozwój gospodarki turystycznej ma przyczynić się do podniesienia poziomu życia mieszkańców regionów turystycznych. Celem artykułu jest ocena wpływu konkurencyjności turystycznej gminy na poziom życia jej mieszkańców. Badania przeprowadzono na podstawie dostępnych danych statystycznych we wszystkich gminach województwa dolnośląskiego. Za pomocą miary syntetycznej opierającej się na wzorcu rozwoju dokonano oceny konkurencyjności turystycznej gmin dolnośląskich oraz poziomu życia ich mieszkańców. Z przeprowadzonych badań wynika, że istnieje korelacja pomiędzy konkurencyjnością turystyczną gminy a poziomem życia jej mieszkańców. Jednak ciągle podnoszenie konkurencyjności turystycznej gminy nie ma bezpośredniego związku z poprawą poziomu życia mieszkańców.

**Słowa kluczowe:** konkurencyjność turystyczna, poziom życia mieszkańców, miara syntetyczna, indeks konkurencyjności turystycznej.

**Summary:** The increasing competitiveness of tourist regions has become the necessity of contemporary tourist market. Many researchers emphasize that developing competitiveness of tourist regions is to result in customer satisfaction, i.e. tourists, along with residents' welfare improvement. Therefore the development of tourism economy is expected to improve the living standards of population inhabiting tourist regions. The purpose of this article is to assess the impact of tourist municipality competitiveness on its residents' life quality. The research, based on the available statistical data, was conducted in all municipalities of Lower Silesia Voivodeship. The synthetic measure based on a development model was applied in the assessment of tourism competitiveness in Lower Silesian municipalities as well as the living standards of their residents. The carried out studies indicate the occurrence of correlation between tourism competitiveness of a municipality and its residents' life quality. However, there is no direct connection between continuous tourism competitiveness improvement in a municipality and its residents' living standards.

**Keywords:** tourism competitiveness, residents' living standards, synthetic measure, tourism competitiveness index.



## 1. Wstęp

Konkurencja na rynku turystycznym jest jedną z najistotniejszych determinant jego funkcjonowania. Dochodzi do niej pomiędzy sprzedającymi, ponieważ występuje bariera popytu, jak również pomiędzy kupującymi, ponieważ występuje sztywność podaży zróżnicowanego produktu turystycznego. Rynek turystyczny charakteryzuje się także konkurencją niedoskonałą, co prowadzi do zastępowania konkurencji cenowej konkurencją pozacenową, wymuszającą różnicowanie produktów. Obok przedsiębiorstw coraz częściej konkurują z sobą regiony turystyczne. Dążą one do stworzenia oferty przystosowanej do zmieniających się warunków rynkowych, pozwalającej na poprawę swej pozycji konkurencyjnej we współzawodnictwie z innymi regionami turystycznymi. Wszelkie działania prowadzone w regionach turystycznych powinny mieć na celu poprawę poziomu życia mieszkańców tych regionów. Często bowiem rozwój turystyki na danym obszarze powoduje wstrzymanie rozwoju innych gałęzi gospodarki. Niejednokrotnie też turystyka jest jedyną możliwością osiągnięcia dochodu w przypadku braku innych zasobów w regionie.

Celem artykułu jest ocena wpływu konkurencyjności turystycznej gminy na poziom życia jej mieszkańców. Hipoteza, którą autor chce zweryfikować, opiera się na stwierdzeniu, że poprawa pozycji konkurencyjnej regionu na rynku turystycznym przekłada się wprost proporcjonalnie na poprawę warunków życia mieszkańców takiego obszaru.

Gmina traktowana jest jako region turystyczny po pierwsze ze względów praktycznych wyrażających się w dostępności danych statystycznych, po drugie ze względów merytorycznych wynikających z ustawowych kompetencji gminy umożliwiających stymulowanie przedsiębiorczości różnych podmiotów. Badania przeprowadzono na podstawie 169 gmin województwa dolnośląskiego, wykorzystując dane statystyczne dostępne w Banku Danych Lokalnych. Oceny wpływu konkurencyjności turystycznej gmin na warunki życia mieszkańców dokonano na podstawie syntetycznej miary konkurencyjności turystycznej gminy i syntetycznej miary poziomu życia mieszkańców wyliczonych dla dwóch okresów w odstępie 10 lat – dla roku 2004 i 2013. Do ustalenia zależności zastosowano współczynnik korelacji Pearsona.

## 2. Wpływ konkurencyjności turystycznej obszaru na poziom życia mieszkańców

Konkurencyjność jest pojęciem dość złożonym, niejednorodnym i często swobodnie interpretowanym. Problem ten pogłębia się, jeżeli chcemy rozpatrywać konkurencyjność regionów, a nie tylko pojedynczych przedsiębiorstw. Z punktu widzenia rozwoju lokalnego i regionalnego konkurencyjność rozumiana jest najczęściej jako zdolność poszczególnych miejscowości i regionów do przystosowania się do zmieniających się warunków, pod kątem utrzymania lub poprawy pozycji w toczącym się

współzawodnictwie. Konkurencyjność jednostki terytorialnej to innymi słowy jej zdolność do trwałego rozwoju poprzez wysoką wrażliwość rynkową.

W odniesieniu do regionów turystycznych jedną z najpopularniejszych definicji konkurencyjności zaproponowali J.R.B. Ritchie i G.I. Crouch [Mazanec et al. 2007]. Uważają oni, że tym, co decyduje o konkurencyjności regionu turystycznego, jest jego zdolność do zwiększania wydatków turystycznych (m.in. inwestycyjnych), aby w coraz większym stopniu przyciągać gości, zapewniając im satysfakcjonujące, niezapomniane przeżycia, i to w opłacalny sposób, przy jednoczesnym zwiększeniu dobrobytu mieszkańców i zachowaniu zasobów naturalnych dla przyszłych pokoleń. Oni też zaproponowali model konkurencyjności regionów turystycznych [Crouch, Ritchie 1999]. Drugim najczęściej cytowanym modelem jest model L. Dwyera i C. Kima [Dwyer, Kim 2003], opierający się na 5 grupach czynników obejmujących zasoby odziedziczone i wytworzone, zasoby i czynniki wspierające, zarządzanie regionem turystycznym oraz uwarunkowania popytu [szerzej: Gryszel 2014].

Powszechnie uznaje się, że każdy podmiot gospodarczy, człowiek czy też instytucja poszukują dla swej aktywności takich miejsc (lokalizacji), które możliwie najlepiej będą zaspokajać jego potrzeby. Atrakcyjność poszczególnych regionów turystycznych jest jednak kategorią względną. Stopień przydatności różnych miejsc dla danej aktywności (działalności) jest bowiem zróżnicowany. Poszczególne cechy terenu mają różną wartość dla różnych użytkowników, w zależności od charakteru ich działalności. Walory użytkowe terenu nie stanowią zatem wartości obiektywnej. Można więc przyjąć, że konkurencyjny region turystyczny to taki region, który będzie w stanie stworzyć ofertę turystyczną na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym tak, aby przynosiła ona efekty ekonomiczne i pozaekonomiczne stałym jego mieszkańcom oraz innym zainteresowanym podmiotom. To region, który będzie potrafił wygrać konkurencję z innymi regionami, przyczyniając się do podniesienia jakości życia swych stałych mieszkańców.

Z powyższych rozważań wynika, że jednym z efektów budowania odpowiedniej pozycji konkurencyjnej regionu na rynku turystycznym ma być podniesienie jakości czy też warunków życia stałych mieszkańców. Pojęć jakości i warunków życia nie można używać jako synonimów. Podobnie jak pojęcie konkurencyjności mają one bardzo złożony charakter i mogą być różnie rozumiane i postrzegane. Jakość życia opiera się bowiem na czynnikach subiektywnych i tak też może być postrzegana, natomiast poziom życia to kategoria opierająca się raczej na czynnikach obiektywnych<sup>1</sup>.

Jakość życia (*quality of life*) można zdefiniować jako poziom zadowolenia jednostki, jaki otrzymuje ona w wyniku spożywania dóbr i usług nabywanych na rynku, spożywania dóbr publicznych, form spędzania czasu wolnego oraz pozostałych charakterystyk (materialnych i społecznych) środowiska, w którym się znajduje [Berbeka 2005]<sup>2</sup>. Inaczej można stwierdzić, że to stopień satysfakcji człowieka (społeczeństwa) ze swej egzystencji [Bywalec 2010, s. 42]. Natomiast poziom życia (*standard of living*) to stopień zaspokojenia potrzeb ludzkich wynikający z konsumpcji dóbr

<sup>1</sup> Takie stanowisko reprezentują m.in. [Berbeka 2006, s. 11-23] oraz [Gotowska 2013].

<sup>2</sup> Tutaj też szeroki przegląd literatury dotyczącej jakości życia.

materiałnych i usług oraz wykorzystania walorów środowiska naturalnego i społecznego [Bywalec, Rudnicki 2002, s. 39]. Jest to też całokształt rzeczywistych warunków życia ludzi oraz stopień ich materialnego i kulturalnego zaspokojenia potrzeb poprzez strumień dóbr i usług odpłatnych, a także pochodzących z funduszy społecznych [Berbeka 2006, s. 15].

W jednostkach terytorialnych, jakimi są gminy, gospodarka turystyczna może mieć różne znaczenie. Może determinować rozwój gminy i mieć charakter dominujący. Mamy wtedy do czynienia z gminami o dominującej funkcji turystycznej, w których raczej nie ma innej alternatywy gospodarczej. Są to najczęściej obszary peryferyjne, w których głównym zasobem gospodarczym są szeroko rozumiane walory turystyczne. W tych gminach rozwój gospodarki turystycznej ma bardzo istotny wpływ na poziom życia mieszkańców. Gminy te są bardzo zainteresowane budowaniem swej pozycji konkurencyjnej na rynku turystycznym i ciągłym jej podnoszeniem. Z drugiej strony, odpowiednio wysoki poziom życia mieszkańców takich gmin będzie ich skłaniał m.in. do inwestycji w swej miejscowości, co z kolei przyczyni się do poprawy konkurencyjności turystycznej danego obszaru. Drugim typem są gminy o zróżnicowanej strukturze funkcjonalnej, w której gospodarka turystyczna jest jednym z elementów stymulujących rozwój gminy. Gospodarka turystyczna funkcjonuje obok innych gałęzi gospodarki, często też z nimi konkuruje. W tych miejscowościach tylko część mieszkańców poziom swojego życia zawdzięcza rozwojowi turystyki. Gminy takie również powinny być zainteresowane podnoszeniem swej konkurencyjności turystycznej i mieć świadomość występowania efektów mnożnikowych w turystyce. Trzecim typem są gminy o wysoce zróżnicowanej strukturze funkcjonalnej, w których turystyka ma tylko niewielkie znaczenie uzupełniające w odniesieniu do innych gałęzi gospodarki. W tym przypadku podnoszenie konkurencyjności turystycznej może mieć np. charakter wizerunkowy, wykorzystywany w innych obszarach życia gminy, a wpływ turystyki na poziom życia mieszkańców będzie niewielki.

### **3. Ocena konkurencyjności turystycznej gmin i poziomu życia mieszkańców**

W celu oceny konkurencyjności turystycznej 169 gmin województwa dolnośląskiego oraz poziomu życia ich mieszkańców konieczne było zbudowanie odpowiednich miar. Złożony charakter obu badanych zjawisk wymagał użycia miary uwzględniającej wiele zmiennych o różnym charakterze. W tej sytuacji mogą być użyte metody taksonomiczne. Jedną z nich jest zaproponowana przez D. Strahl [1978] miara syntetyczna wykorzystująca do agregacji wartości zmiennych średnią arytmetyczną. Metoda ta była wielokrotnie używana i opisywana w literaturze [patrz: Gryszel 2014]. Za jej pomocą obliczono zaproponowaną przez autora w pracy [Gryszel 2014] Syntetyczną Miarę Konkurencyjności Regionów Turystycznych (SMKRT), opierającą się na zmiennych z sześciu podstawowych grup:

1. charakteryzujących infrastrukturę regionu (turystyczną i ogólną),
2. opisujących przedsiębiorczość w regionie,
3. ukazujących wielkość i strukturę ruchu turystycznego,
4. pokazujących stan środowiska naturalnego i walorów turystycznych,
5. oceniających poziom bezpieczeństwa turystów w regionie,
6. prezentujących skuteczność władz samorządowych w pozyskiwaniu środków finansowych wykorzystywanych na rzecz rozwoju regionu.

Drugą miarą użytą do porównań była wyliczona tą samą metodą Syntetyczna Miara Poziomu Życia Mieszkańców (SMPŻM) opierająca się na zaproponowanym przez A. Alderfera i potem J. Berbekę podziale potrzeb na: egzystencjalne, społeczne i rozwoju indywidualnego (samorozwoju) [Berebka 2006, s. 49].

Ocenę konkurencyjności turystycznej gmin województwa dolnośląskiego przeprowadzono z wykorzystaniem 15 zmiennych metrycznych z dwóch okresów w odstępie 10 lat – z roku 2004 i 2013. Zmienne te starano się dobrać tak, aby charakteryzowały czynniki konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej. Ze względu na dostępność danych w układzie gminnym w Banku Danych Lokalnych (BDL) przyjęto następujące zmienne:

- x1 – miejsca noclegowe w hotelach na 1 km<sup>2</sup> powierzchni gminy,
- x2 – miejsca noclegowe w innych obiektach noclegowych na 1 km<sup>2</sup> powierzchni gminy,
- x3 – liczba noclegów turystów rezydentów (Polaków) przypadających na 1000 mieszkańców gminy,
- x4 – liczba noclegów turystów zagranicznych przypadających na 1000 mieszkańców gminy,
- x5 – udział najcenniejszych obszarów chronionych (parki narodowe, rezerwy przyrody, parki krajobrazowe) w powierzchni gminy w %,
- x6 – wydatki gminy w dziale turystyka na 1000 mieszkańców w zł,
- x7 – pozyskane w latach 2011-2013 i latach 2006-2008<sup>3</sup> środki z Unii Europejskiej oraz z budżetu państwa na finansowanie programów i projektów unijnych na 1 mieszkańca w zł,
- x8 – liczba podmiotów gospodarki turystycznej (sekcje H, I, N, R według klasyfikacji PKD 2007 oraz sekcje I, H, K, O według klasyfikacji PKD 2004) na 1000 mieszkańców gminy,
- x9 – dochody gminy uzyskiwane bezpośrednio lub pośrednio z turystyki na 1000 mieszkańców gminy,
- x10 – długość sieci gazowej w gminie w km na 1 km<sup>2</sup>,
- x11 – długość sieci wodociągowej w gminie w km na 1 km<sup>2</sup>,
- x12 – długość sieci kanalizacyjnej w gminie w km na 1 km<sup>2</sup>,
- x13 – liczba mieszkańców i turystów przypadająca na jedną przychodnię lekarską w gminie w ciągu roku,

---

<sup>3</sup> Ze względu na procedury pozyskiwania środków finansowych, realizacji projektów oraz ich rozliczania przyjęto sumę środków finansowych z trzech lat.

x14 – udział bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym w gminie,  
x15 – ścieki przemysłowe i komunalne odprowadzane do wód i ziemi wymagające oczyszczenia na 1 km<sup>2</sup> powierzchni gminy.

Zmienne x13 i x15 mają charakter destymulant. Zmienna x5 potraktowana została jako nominata<sup>4</sup>. Pozostałe zmienne są stymulantami.

Natomiast do ustalenia SMPŻM wykorzystano kolejnych 15 zmiennych merytorycznych z dwóch okresów w odstępie 10 lat – z roku 2004 i 2013, które publikowane są w BDL w układzie gminnym. Są nimi:

- x16 – przeciętna powierzchnia użytkowa mieszkania w m<sup>2</sup> na 1 osobę,
- x17 – liczba stałych mieszkańców na 1 ogólnodostępną aptekę,
- x18 – liczba przychodni lekarskich na 10 tys. stałych mieszkańców,
- x19 – odsetek dzieci objętych wychowaniem przedszkolnym,
- x20 – ludność korzystająca z oczyszczalni ścieków miejskich i wiejskich w %,
- x21 – ścieki przemysłowe i komunalne odprowadzane do wód i ziemi wymagające oczyszczenia na 1 km<sup>2</sup> powierzchni gminy,
- x22 – udział terenów zieleni w powierzchni ogółem gminy w %,
- x23 – stopa bezrobocia rejestrowanego w gminie w %,
- x24 – nowo wybudowane mieszkalne budynki jednorodzinne na 10 tys. mieszkańców,
- x25 – saldo migracji w gminie na 1000 mieszkańców,
- x26 – ludność w wieku poprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym,
- x27 – udziały gminy w podatkach stanowiących dochody budżetu państwa (podatek dochodowy od osób fizycznych) na 1 mieszkańca,
- x28 – liczba wypłacanych dodatków mieszkaniowych na 1000 mieszkańców,
- x29 – mieszkańcy korzystający z sieci gazowej w %,
- x30 – czytelnicy bibliotek publicznych na 1000 ludności.

Zmienne x17, x18, x21, x23, x26 oraz x28 mają charakter destymulant. Zmienna x25 potraktowana została jako nominata<sup>5</sup>. Pozostałe zmienne są stymulantami.

Gminą o najwyższej konkurencyjności turystycznej, na podstawie wybranych cech, zarówno w roku 2004, jak i 2013, była gmina Karpacz. Natomiast gminą o najwyższym poziomie życia mieszkańców w roku 2004 i 2013 była gmina Szczawno-Zdrój. Odpowiednio gminą o najniższym poziomie życia mieszkańców w 2004 r. była gmina Sobótka, a w 2013 r. gmina Kąty Wrocławskie. Najniższą

---

<sup>4</sup> Można uznać, że udział powierzchni chronionych w powierzchni gminy powinien mieć charakter nominanty, gdyż do pewnego momentu ma on znaczny wpływ na podniesienie konkurencyjności turystycznej regionu. Po przekroczeniu optymalnego progu zbyt duża powierzchnia obszarów chronionych w gminie może stanowić jedną z barier prowadzenia inwestycji w gminie. Trudno jest jednak ustalić dla tej zmiennej wartość nominalną. Przyjęto zatem arbitralnie jako wartość nominalną próg 50% najcenniejszych obszarów chronionych w gminie.

<sup>5</sup> Uznano, że migracja na poziomie zerowym jest stanem najlepszym dla gminy. Ubytek ludności świadczy o pogarszających się warunkach życia w gminie. Podobnie napływ nowych mieszkańców może spowodować pogorszenie warunków życia obecnych mieszkańców.

konkurencyjność turystyczną w 2004 r. miała gmina wiejska Kłodzko, a w 2013 r. gmina Leśna<sup>6</sup>.

Stosując miarę funkcji turystycznej<sup>7</sup>, gminy dolnośląskie podzielono na trzy wcześniej wspomniane grupy – gminy o dominującej funkcji turystycznej, gminy o funkcji turystycznej stymulującej rozwój i gminy o funkcji turystycznej uzupełniającej lokalną gospodarkę. Do pierwszej grupy zaliczono 8 gmin, dla których SMFTG zawierała się w przedziale od 0,7852 do 0,2118. Były to gminy: Karpacz, Świeradów-Zdrój, Szklarska Poręba, Kudowa-Zdrój, Polanica-Zdrój, Podgórzyn, Duszniki-Zdrój i Szczawno-Zdrój, czyli typowe gminy turystyczne i uzdrowiskowe. Grupa druga obejmowała gminy, dla których SMFTG zawierała się w przedziale od 0,2118 do 1,0000, czyli aż 104 gminy dolnośląskie (w tym duże ośrodki miejskie: Legnica, Jelenia Góra i Wałbrzych, pozostałe gminy uzdrowiskowe oraz typowe gminy górskie Sudetów). Do grupy trzeciej zaliczono gminy, dla których SMFTG była mniejsza od 1,0000, czyli pozostałe 56 gmin dolnośląskich. (głównie małe gminy wiejskie i miejsko-wiejskie położone przeważnie na Nizinie Śląskiej oraz Wrocław).

Zaobserwowano również, że pomiędzy konkurencyjnością turystyczną gminy a poziomem życia mieszkańców istnieje istotna korelacja dodatnia – współczynnik korelacji Pearsona w 2004 r. wynosił 0,3999, a w 2013 r. 0,3687. Zatem poziom konkurencyjności turystycznej gminy może mieć istotny wpływ na poziom życia mieszkańców. Natomiast wyliczając różnicę pomiędzy poziomem życia w roku 2013 a poziomem w 2004 r. oraz konkurencyjnością turystyczną gminy w 2013 r. a konkurencyjnością w 2004 r., nie zaobserwowano, aby zmiany konkurencyjności turystycznej gminy wpływały wprost proporcjonalnie na poprawę poziomu życia mieszkańców (współczynnik korelacji Pearsona wyniósł -0,0214). Zapewne wynika to z faktu, że stymulowana głównie przez prowadzone inwestycje poprawa konkurencyjności turystycznej gminy przekłada się, m.in. poprzez efekty mnożnikowe, na poprawę warunków życia w gminach sąsiednich. Efekt odczuwalny w samej gminie, gdzie prowadzone są inwestycje, jest zatem mniejszy i odczuwalny z pewnym opóźnieniem.

Zaobserwowano również, że w 2013 r. we wszystkich 9 gminach zaliczonych do klasy o dominującej funkcji turystycznej poziom życia mieszkańców był wyższy niż przeciętny. Wcześniej, w roku 2004 kształtował się podobnie. Tylko w gminie Podgórzyn poziom życia mieszkańców był niższy niż przeciętny. Świadczy to o tym, że rozwój gospodarki turystycznej w niewielkich gminach turystycznych ma znaczący

<sup>6</sup> Jest to zjawisko zaskakujące, ponieważ obie gminy posiadają dość dobrze rozwiniętą funkcję turystyczną i zaliczane są do drugiej grupy gmin o funkcji turystycznej stymulującej rozwój obszaru.

<sup>7</sup> Szerzej na temat funkcji turystycznej w pracy [Szromek 2012]. Stosując miarę syntetyczną opartą na trzech zmiennych: procentowy udział podmiotów gospodarki turystycznej (jak w zmiennej x8) wśród podmiotów zarejestrowanych w systemie REGON, liczba turystów w ciągu roku na 100 mieszkańców oraz liczba miejsc noclegowych na 1 km<sup>2</sup>, obliczono Syntetyczną Miarę Funkcji Turystycznej Gminy (SMFTG). Tak wyliczona SMFTG ma tylko cel informacyjny, gdyż jest to zjawisko bardziej złożone.



wpływ na poziom życia mieszkańców, który jest porównywalny z poziomem życia mieszkańców takich dużych ośrodków miejskich, jak Legnica, Wałbrzych czy Jelenia Góra, a dużo wyższy niż we Wrocławiu<sup>8</sup>. Podobnie wśród 10 gmin o najwyższej konkurencyjności turystycznej w obu badanych okresach poziom życia mieszkańców był wyższy niż przeciętny w województwie. Świadczy to, że wysoka konkurencyjność turystyczna gminy determinuje względnie wysoki poziom życia mieszkańców tych gmin.

#### 4. Zakończenie

Zaprezentowane rozważania dowodzą, że tak złożone zjawiska, jakimi są konkurencyjność turystyczna regionu oraz poziom życia mieszkańców, mogą być z powodzeniem badane. Wymagają one użycia odpowiednich miar i doboru odpowiednich zmiennych objaśniających. Zmienne w postaci danych statystycznych są najłatwiejsze i najtańsze do pozyskania. Jednak nie zawsze są dostępne, co wynika z metodologii gromadzenia danych w BDL. Mimo tych mankamentów można osiągać wiarygodne wyniki pozwalające na formułowanie poprawnych wniosków.

Autorowi udało się osiągnąć cel postawiony na wstępie i zbadać wpływ konkurencyjności turystycznej obszaru na poziom życia mieszkańców gminy turystycznej. Postawiona hipoteza badawcza nie została jednak zweryfikowana do końca pozytywnie. Otóż pozycja konkurencyjna gminy na rynku turystycznym jest istotną determinantą poziomu życia mieszkańców. Jednak ciągle podnoszenie konkurencyjności turystycznej gminy nie przekłada się wprost proporcjonalnie na podniesienie poziomu życia mieszkańców. I odwrotnie, niewielki spadek konkurencyjności nie pociągnie za sobą automatycznie spadku poziomu życia mieszkańców. Może to prowadzić do wniosku, że nie zawsze nadmierne inwestowanie środków w poprawę konkurencyjności gminy podniesie poziom życia mieszkańców. Przykładem może być gmina Karpacz, która w przeciągu badanych 10 lat poprawiła swą konkurencyjność turystyczną ( $SMKTR_{2004}=0,3383$ ,  $SMKTR_{2013}=0,3687$ ), ale poziom życia jej mieszkańców w tym czasie obniżył się ( $SMP\dot{Z}M_{2004}=0,4069$ ,  $SMP\dot{Z}M_{2013}=0,3908$ ). Może to świadczyć o tym, że z wyższej konkurencyjności turystycznej Karpacza skorzystali w znacznej mierze mieszkańcy gmin sąsiednich. Gmina Karpacz stała się dla nich miejscem uzyskiwania dochodu. Na przykład w sąsiedniej gminie Podgórzyn nastąpił wzrost poziomu życia mieszkańców, przy jednoczesnym spadku konkurencyjności turystycznej tej gminy ( $SMP\dot{Z}M_{2004}=0,2564$ ,  $SMP\dot{Z}M_{2013}=0,2936$ ,  $SMKTR_{2004}=0,1148$ ,  $SMKTR_{2013}=0,1034$ ). Podobnie stało się w sąsiedniej gminie Mysłakowice ( $SMP\dot{Z}M_{2004}=0,2722$ ,  $SMP\dot{Z}M_{2013}=0,2832$ ,  $SMKTR_{2004}=0,1439$ ,  $SMKTR_{2013}=0,1082$ ).

<sup>8</sup> Na podstawie przyjętych zmiennych.

## Literatura

- Berbeka J., 2005, *Jakość życia ludności w województwie małopolskim: ocena subiektywna*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, nr 697, s. 17-28.
- Berbeka J., 2006, *Poziom życia ludności a wzrost gospodarczy w krajach Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, s. 11-23.
- Bywalec C., 2010, *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, C.H. Beck, Warszawa, s. 42.
- Bywalec C., Rudnicki L., 2002, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa, s. 39.
- Crouch G., Ritchie J., 1999, *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*, Journal of Business Research, no. 44, p. 137-152.
- Dwyer L., Kim C., 2003, *Destination competitiveness: Determinants and indicators*, Current Issues in Tourism, vol. 6, no. 5, p. 369-414.
- Gotowska M., 2013, *Powiązania poziomu i jakości życia ze zrównoważonym rozwojem w ujęciu teoretycznym i badawczym*, Handel Wewnętrzny, nr 6, s. 20-29.
- Gryszel P., 2014, *Ocena konkurencyjności górskich gmin turystycznych z wykorzystaniem metody taksonomicznej*, Folia Turistica, nr 32-2014, s. 93-116.
- Mazanec J.A., Wöber K., Zins A.H., 2007, *Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?*, Journal of Travel Research, vol. 46, no. 1, p. 86-95.
- Szromek A.R., 2012, *Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i uzdrowiskowej*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice.
- Strahl D., 1978, *Propozycja konstrukcji miary syntetycznej*, „Przegląd Statystyczny”, z. 2, s. 205-215.