

**Andrzej Anszperger**

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu  
e-mail: anan@econ.umk.pl

---

## KONKURENCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA WOJEWÓDZTWA KUJAWSKO-POMORSKIEGO

---

### TOURIST COMPETITIVENESS OF KUYAVIAN AND POMERANIAN VOIEVODSHIP

---

DOI: 10.15611/pn.2017.473.01

JEL Classification: Z32, R11, P48

**Streszczenie:** Dynamiczny rozwój potrzeb turystycznych wywołuje adekwatny wzrost podaży turystycznej. Występujące jednocześnie przemiany struktury gospodarczej kraju, w tym proces deindustrializacji, sprawiają, że rośnie ranga społeczno-ekonomiczna turystyki. Turystyka podlega coraz bardziej regułom rynkowym „rządzającym” innymi działami gospodarki. Wpływ turystyki na rozwój lokalny i regionalny sprawia, że poszczególne miejsca docelowe coraz intensywniej zabiegają o turystę i jego pieniądze. Celem artykułu jest zbadanie, na podstawie wybranych wskaźników, konkurencyjności turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego. Analiza zostanie przeprowadzona w oparciu o obiektywne cechy, np. liczba miejsc noclegowych, liczba turystów odwiedzających muzea czy liczba zabytków materialnych określonej rangi. Wyniki zostaną skonfrontowane z subiektywnymi ocenami województwa uzyskanymi z monitoringu ruchu turystycznego w kujawsko-pomorskim przeprowadzonego w latach 2009, 2010 i 2015.

**Słowa kluczowe:** turystyka, konkurencja turystyczna, kujawsko-pomorskie.

**Summary:** The dynamic development of tourism needs creates adequate growth of tourism supply. The transformation of the economic structure of the country happening at the same time, including the process of de-industrialization, causes the increase of socio-economic importance of tourism. Tourism is getting more and more subordinate to the market rules, "governing" other branches of economy. The impact of tourism on local and regional development makes that various destinations increasingly strive for a tourist and their money. The aim of this article is to examine tourism competitiveness of the Kuyavian and Pomeranian voivodship, on the basis of selected indicators. The analysis will be carried out on the basis of objective features, such as overnight accommodation, number of tourists visiting museums or the number of important monuments of material culture. The results will be confronted with subjective opinions obtained from the monitoring of tourist traffic in the Kuyavian and Pomeranian voivodeship conducted in the years 2009, 2010 and 2015.

**Keywords:** tourism, tourism competitiveness, Kuyavian and Pomeranian voivodeship.

## 1. Wstęp

Turystyka jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się działów gospodarki narodowej. Rośnie jej udział w tworzeniu PKB, w tworzeniu miejsc pracy w nakładach inwestycyjnych itd. Liczba międzynarodowych turystów przekroczyła już miliard osób. Udział turystyki w tworzeniu światowego PKB szacuje się na prawie 10%, a wartość światowej gospodarki turystycznej wynosi 7,2 biliona USD [WTTC 2016]. Rozwój turystyki sprawia, że jest ona od dawna „doceniana” w wysoko rozwiniętych gospodarkach narodowych. Zauważa się jej rangę gospodarczą w krajach średnio rozwiniętych, jak Polska. Korzyści z turystyki czerpią konkretne miejsca, obszary, do których podróżuje turysta, w których pojawiają się inwestorzy. Dlatego turystyka zdobywa coraz silniejszą pozycję w strategiach rozwoju na poziomie regionalnym i lokalnym. Przy rosnącym, ale w danym momencie ograniczonym popycie turystycznym poszczególne miejsca docelowe prześcigają się w przyciąganiu turystów (i ich pieniędzy). Pojawia się problem konkurencji, znany od dawna w wielu innych działach gospodarki. Złożoność, wielowymiarowość zjawiska, jakim jest turystyka (zarówno po stronie popytowej, jak i podaźowej), sprawiają, że chociaż istota konkurencji jest niezmienna, to jej przejawy, formy uwarunkowania w odniesieniu do turystyki mają swoją specyfikę. Celem artykułu jest zbadanie konkurencyjności turystycznej wybranego obszaru – województwa kujawsko-pomorskiego. Badania przeprowadzone zostaną w oparciu o obiektywne cechy: właściwości destynacji turystycznej, takie jak liczba obiektów noclegowych, liczba i rodzaj zabytków, walory przyrodnicze. Wyniki analizy tych obiektywnych cech zostaną porównane z subiektywnymi ocenami turystów podróżujących po badanym województwie. Punktem odniesienia będą inne województwa w Polsce.

## 2. Uwagi metodologiczne

Wybór województwa ma częściowo charakter subiektywny (miejsce zamieszkania autora), ale ma też uzasadnienie badawcze. Kujawsko-pomorskie jest jednym z niewielu województw, w których trzykrotnie przeprowadzono badania ruchu turystycznego, w tym badania opinii turystów. Kujawsko-pomorskie w różnych rankingach rozwoju społeczno-gospodarczego zajmuje w porównaniu z pozostałymi województwami raczej dalsze pozycje. W tym kontekście turystyka jest postrzegana jako jedna z szans rozwoju regionu.

Wybór cech i wskaźników do opisu konkurencyjności województw wynikał z kilku przesłanek:

- dostępności porównywalnych danych dla wszystkich województw,
- dominujących celów uprawiania turystyki w Polsce (turystyka wypoczynkowa i krajoznawcza)<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Według raportu GUS w 2015 r. cel turystyczno-krajoznawczy deklarowało 58% Polaków w krajowych podróżach długookresowych i 26% w podróżach krótkookresowych.

- porównywalności (kompatybilność) z innymi badaniami,
- czytelności i prostoty.

W literaturze przedmiotu pojęcia konkurencja i konkurencyjność definiowane są na wiele sposobów. Definicje nie wykluczają się wzajemnie, ale uwzględniają różne aspekty opisywanego zjawiska i na różnym poziomie szczegółowości. W odniesieniu do turystyki chyba najszersze ujęcie zawarte jest w raportach World Economic Forum (WEF, *The Travel & Tourism Competitiveness Report*). Raporty dotyczące Konkurencyjności Sektora Podróży i Turystyki stworzone przez Światowe Forum Ekonomiczne (WEF) stanowią wnikliwą analizę konkurencyjności światowych gospodarek w sektorze podróży i turystyki. Aktualnie zestawienie zawiera aż 90 różnych wskaźników pogrupowanych w 14 filarach, wchodzących z kolei w skład czterech subindeksów. Rezultatem jest wskaźnik TTCI (*Travel & Tourism Competitiveness Index*) obliczony dla każdego kraju z osobna, czyli wskaźnik konkurencyjności sektora podróży i turystyki. Jak podano w podtytułach raportów, analiza ma charakter globalny. Pierwszy subindeks, korzystne środowisko, ujmuje czynniki, które mają bezpośredni wpływ na wzrost ekonomiczny i są istotne dla rozwoju biznesu, nie tylko sektora turystycznego: środowisko biznesowe, bezpieczeństwo i ochronę, zdrowie i higienę, zasoby ludzkie i rynek pracy, stan technologii informacyjno-komunikacyjnych. Drugi subindeks, polityka sektora podróży i turystyki i korzystne warunki, obejmuje politykę i strategiczne aspekty, które bardziej bezpośrednio wpływają na przemysł turystyczny: stopień uprzywilejowania sektora podróży i turystyki, otwartość międzynarodową, konkurencyjność cenową oraz zrównoważony rozwój. Trzeci subindeks, infrastruktura, ujmuje natomiast dostępność i jakość infrastruktury każdej gospodarki: infrastruktury transportu lotniczego, infrastruktury drogowej i portowej, infrastruktury turystycznej. Czwarty subindeks, naturalne i kulturowe zasoby, zawiera dwa filary ukazujące potencjalne bodźce do podróżowania, czyli zasoby naturalne oraz zasoby kulturowe i podróże biznesowe. Część uwarunkowań wartości poszczególnych wskaźników ma charakter ponadregionalny, kształtowany na poziomie całego państwa.

Mając na uwadze ukształtowany w Polsce podział administracyjny i związany z tym system zarządzania rozwojem regionalnym, a także fakt, że jedną z cech produktu turystycznego jest jego konsumpcja w miejscu docelowym, wydaje się uzasadnione przyjęcie województwa jako jednostki-podmiotu, którego konkurencyjność można badać.

### 3. Konkurencyjność w turystyce

Konkurencja to zjawisko, które występuje w każdej dziedzinie ludzkiej działalności, dlatego też była i jest przedmiotem zainteresowania naukowców. W naukach ekonomicznych najważniejszą kwestię stanowi tematyka konkurencji w gospodarce [Stankiewicz 2005]. Świadczą o tym stawiane przez przedstawicieli różnych nurtów liczne tezy, które pojawiły się w ekonomii na przestrzeni lat. Postrzeganie tego tema-

tu ewoluowało, począwszy od rozważań klasyka Adama Smitha [Gorynia, Łązniewska (red.) 2009], po prace M.E. Portera i teorię Shelby'ego D. Hunta. Podstawowe koncepcje konkurencji posłużyły jako baza do stworzenia pojęcia konkurencyjności oraz rozwoju tematyki konkurencyjności przedsiębiorstw, branż, gospodarek i regionów. Sięgając do etymologii, słowo „konkurencja”, w języku angielskim określonego terminem *competition*, który wywodzi się od łacińskiego *cum petere*, oznacza wspólne poszukiwanie. Polski wyraz „konkurencja” natomiast pochodzi od słowa *concurrere*, czyli biec razem. Oba te słowa oznaczały wspólne wykonywanie czegoś, jednakże z merytorycznego punktu widzenia dotyczą one współzawodnictwa. Konkurencja może mieć miejsce na arenie rynkowej i pozarynkowej, dotyczyć różnych podmiotów, płaszczyzn, może mieć różny zasięg, charakter i intensywność. Różny może być też przedmiot, o który się ona toczy. Uczestnicy konkurencji mają takie same cele i to, co robią jedni, by móc je osiągnąć, utrudnia lub uniemożliwia osiągnięcie tychże celów innym rywalom. Ażeby osiągać wyznaczone cele, należy być konkurencyjnym [por. Stankiewicz 2005]. Wielość klasyfikacji konkurencyjności nastrocza trudności w jednoznacznym zdefiniowaniu tego pojęcia. Konkurencyjność może bowiem dotyczyć działań (konkurencyjność czynnikowa), skutków (konkurencyjność wynikowa), różnych przedziałów oceny (operacyjna, systemowa), różnych momentów oceny (*ex ante*, *ex post*), obszaru występowania (na różnych rynkach), stron relacji rynkowych (na wejściach, na wyjściach), czasu obserwacji (statyczna, dynamiczna) oraz poziomu konkurencyjności (wyniki odzwierciedlające to, jak sprawnie osiągane są cele). Do tej pory nie wypracowano jednej, powszechnie uznanej definicji – funkcjonuje ich ponad 400 [Daszkiewicz 2008]. W *Kompendium wiedzy o konkurencyjności* jako punkt wyjścia do określenia tego terminu posłużył dwojaki podział. Zgodnie z nim konkurencyjność można pojmować jako: cechę, atrybut, wynik, rezultat oraz jako proces (dochodzenie do cechy, atrybutu, wyniku, rezultatu, którym jest konkurencyjność, a zatem konkurowanie). Konkurencyjność jest cechą relatywną – zakłada relacje łączące obiekt, o którym orzekamy z innymi obiektami, i jest określana przez własności porównawcze [Gorynia, Łązniewska 2009]. Konkurencyjność może dotyczyć różnych co do rodzaju działalności i skali oddziaływania systemów gospodarczo-społecznych. Jednym z poziomów jest *mezo* – poziom średni, związany z branżami, sektorami, gałęziami itp. składnikami gospodarki narodowej. Dotyczy również terytoriów – gmin, powiatów, województw, regionów, makroregionów [Gorynia, Łązniewska 2009].

W badaniach konkurencyjności w turystyce spotkać możemy utożsamianie pojęcia „konkurencyjność” z atrakcyjnością turystyczną. Konkurencyjność turystyczna to zdolność stworzenia takiej oferty turystycznej (produktu turystycznego), która sprawi, że miasto, region czy kraj będzie wyróżniać się na tle innych, będzie atrakcyjniejsze od innych, w rezultacie czego przyciągnie turystów, rozwijając turystykę na swym terytorium i co za tym idzie, zwiększając swoje korzyści społeczno-gospodarcze. Z punktu widzenia turysty konkurencyjność gminy może oznaczać „zdolność do dostarczania wartości i doświadczania wrażeń bardziej go satysfakcjonują-

cych, niż te których doznaje w innych obszarach turystycznych”<sup>2</sup> [Vengesai 2003]. Z powyższego stwierdzenia jednoznacznie wynika, że w odniesieniu do turystyki konkurencyjność może mieć subiektywny charakter. Wynikać może z motywów podejmowania podróży, doświadczenia turystycznego, chwilowych emocji etc. W zintegrowanym modelu konkurencyjności destynacji turystycznej Dwyer i in. [2004] za podstawę (bazę) konkurencyjności przyjmują zasoby, dzieląc je na naturalne i na dziedzictwo (*heritage*). W dalszej kolejności „nakładają” na to zarządzanie destynacją, przemysł turystyczny itd.

#### 4. Analiza empiryczna konkurencyjności województwa

Pierwszą cechą, jaką wzięto pod uwagę dla oceny konkurencyjności województw, są walory kulturowe (dziedzictwo). Wybrano dwa podstawowe wskaźniki w tym obszarze: liczbę muzeów<sup>3</sup> oraz obiekty zabytkowe (nieruchome) wpisane do rejestru na podstawie decyzji wojewódzkiego konserwatora zabytków<sup>4</sup>. W tabeli 1 przedstawiono liczbę muzeów w poszczególnych województwach i liczbę odwiedzających. Dla każdego wskaźnika podano ranking województw według liczby obiektów i liczby odwiedzających oraz udział procentowy województwa w skali Polski. Kujawsko-pomorskie znalazło się na 10. pozycji wśród 16 województw pod względem liczby muzeów i na takiej samej, 10. pozycji, jeżeli chodzi o liczbę odwiedzających, z udziałem odpowiednio 4,1% i 2,3%. Pozycja kujawsko-pomorskiego w udziale procentowym w liczbie muzeów jest zbieżna z pozycją rankingową – 9 województw ma większy udział wyrażony w procentach. Identyczny jest udział w odwiedzalności – kujawsko-pomorskie również wyprzedza 9 województw.

W wykazie obiektów „zabytkowe nieruchome” o randze co najmniej wojewódzkiej kujawsko-pomorskie zajmuje 13. pozycję z 4,3% udziałem w skali Polski [GUS Kultura 2015]. Uzupełnieniem analizy według posiadanych zasobów kulturowych może być obecność na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO. Z Polski na tej liście wpisanych jest 14 obiektów; 6 obiektów znajduje się na terenie województwa małopolskiego, w 6 województwach nie ma żadnego obiektu z tej listy. W pozostałych, w tym w kujawsko-pomorskim, jest jeden obiekt (średniowieczny zespół miejski w Toruniu).

Kolejnym zbiorem cennych zasobów kulturowych jest lista obiektów uznanych przez prezydenta RP za Pomniki Historii [GUS Kultura 2015]. Najnowsza lista liczy 60 pozycji, z kujawsko-pomorskiego znalazły się na niej 3. Kujawsko-pomorskie

---

<sup>2</sup> *Destination competitiveness could be associated with the ability to deliver an experience that is more satisfying than that offered by other destinations.*

<sup>3</sup> Uwzględniono placówki zawarte w rejestrze Ministerstwa Kultury i Ochrony Dziedzictwa Narodowego, niezależnie od formy własności.

<sup>4</sup> Znajdują się w tej grupie m.in.: obiekty sakralne, zamki, pałace, zabudowania folwarczne, cmentarze, budowle użyteczności publicznej, budownictwo przemysłowe.

**Tabela 1.** Muzea w Polsce i liczba odwiedzających według województw (2015 r.)

Lp.	Wyszczególnienie	Liczba muzeów	Pozycja	Udział w %	Liczba odwiedzających	Pozycja	Udział w %
	Polska	756		100,0	29 626 936		100,0
1	Dolnośląskie	61	4	8,1	1 780 025	4	6,0
2	Kujawsko-pomorskie	31	10	4,1	694 240	10	2,3
3	Lubelskie	41	8	5,4	799 149	8	2,7
4	Lubuskie	12	16	1,6	156 894	16	0,5
5	Łódzkie	44	7	5,8	908 853	7	3,0
6	Małopolskie	112	2	14,8	8 394 411	2	28,3
7	Mazowieckie	116	1	15,3	9 036 691	1	30,5
8	Opolskie	15	15	2,0	231 906	15	0,8
9	Podkarpackie	40	9	5,3	1 307 080	6	4,4
10	Podlaskie	28	11	3,7	433 007	14	1,5
11	Pomorskie	57	6	7,5	2 024 681	3	6,8
12	Śląskie	58	5	7,7	1 540 754	5	5,2
13	Świętokrzyskie	21	14	2,8	451 619	13	1,5
14	Warmińsko-mazurskie	26	13	3,4	498 047	12	1,7
15	Wielkopolskie	67	3	8,9	764 486	9	2,6
16	Zachodniopomorskie	27	12	3,6	604 863	11	2,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS Kultura 2015].

znalazło się na przedostatniej pozycji (razem z lubuskim, łódzkim i opolskim), ostatnie w tym rankingu jest podlaskie<sup>5</sup>.

Konkurencyjność pod względem zasobów naturalnych określono, biorąc pod uwagę specyfikę wyjazdów wakacyjnych w Polsce. Lesistość [Leśnictwo 2014 GUS] lokuje kujawsko-pomorskie na 13. pozycji, z poziomem 23,4%. Średnia dla Polski wynosi 29,4%. Mając na uwadze powierzchnię lasów, kujawsko-pomorskie zajmuje 10. miejsce. Jako drugi wskaźnik konkurencyjności zasobów przyjęto liczbę kąpielisk w miejscach docelowych – województwach. Kujawsko-pomorskie ma 4. miejsce *ex aequo* z warmińsko-mazurskim i udział w Polsce 5,3%. Dominującą pozycję mają dwa województwa nadmorskie [GIS 2015].

Ważnym elementem potencjału turystycznego regionu jest jego baza noclegowa. W tabeli 3 przedstawiono kilka podstawowych wskaźników bazy noclegowej w Polsce w układzie wojewódzkim. Kujawsko-pomorskie zajmuje 11. pozycję pod względem liczby obiektów noclegowych i 10. pod względem liczby miejsc noclegowych. Jest to odpowiednio 3,6% i 4,0% w skali Polski. Użycie tej bazy noclegowej

<sup>5</sup> Na liście są m.in. historyczne centra miast, cmentarze, zespoły klasztorne, zabytkowe kopalnie i zespoły pałacowe.

**Tabela 2.** Lesistość w Polsce według województw (rok 2013)

Lp.	Wyszczególnienie	Lesistość (w %)	Pozycja
	Polska	29,4	X
1	Dolnośląskie	29,7	8
2	Kujawsko-pomorskie	23,4	13
3	Lubelskie	23,1	14
4	Lubuskie	49,2	1
5	Łódzkie	21,3	16
6	Małopolskie	28,6	9
7	Mazowieckie	23,0	15
8	Opolskie	26,6	11
9	Podkarpackie	37,9	2
10	Podlaskie	30,7	7
11	Pomorskie	36,3	3
12	Śląskie	31,9	5
13	Świętokrzyskie	28,1	10
14	Warmińsko-mazurskie	31,0	6
15	Wielkopolskie	25,7	12
16	Zachodniopomorskie	35,4	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS Leśnictwo 2014].

**Tabela 3.** Obiekty i miejsca noclegowe w Polsce według województw (2015 r.)

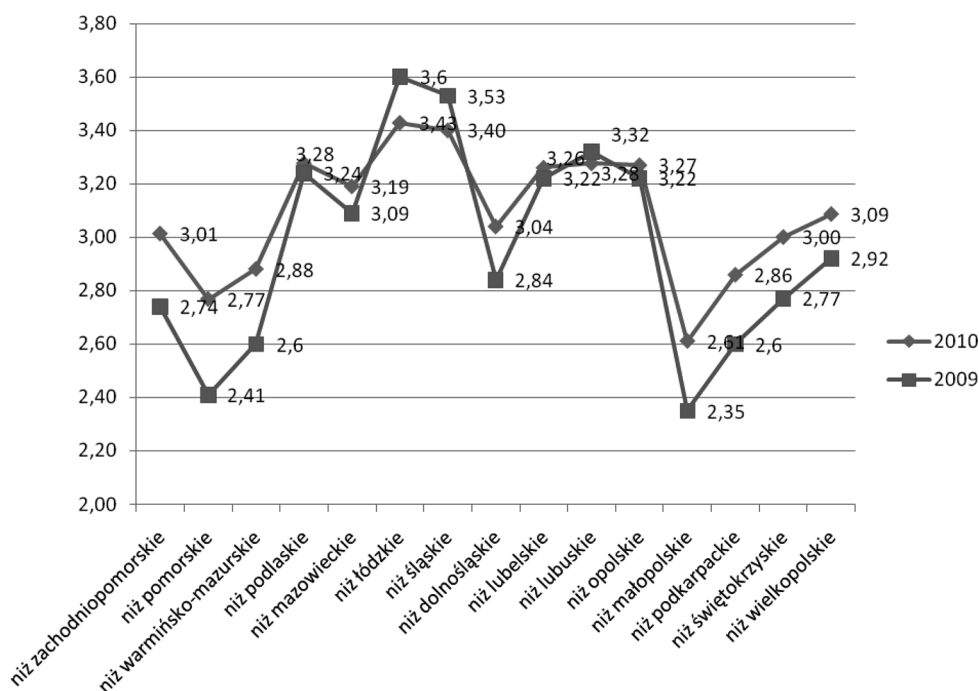
Lp.	Wyszczególnienie	Obiekty noclegowe	Pozycja	Udział w %	Miejsca noclegowe	Pozycja	Udział w %
1	2	3	4	5	6	7	8
	Polska	10024	X	100,0	710 274	X	100,0
1	Dolnośląskie	867	4	8,6	60 147	4	8,5
2	Kujawsko-pomorskie	367	11	3,6	28 515	10	4,0
3	Lubelskie	369	10	3,6	21 848	12	3,1
4	Lubuskie	288	13	2,9	18 570	13	2,6
5	Łódzkie	352	12	3,5	23 128	11	3,3
6	Małopolskie	1448	2	14,4	90 304	3	12,7
7	Mazowieckie	476	9	4,7	48 982	5	6,9
8	Opolskie	168	16	1,7	9 401	16	1,3
9	Podkarpackie	527	6	5,3	28 711	9	4,0
10	Podlaskie	269	14	2,7	13 465	15	1,9
11	Pomorskie	1512	1	15,1	101 739	2	14,3

Tabela 3, cd.

1	2	3	4	5	6	7	8
12	Śląskie	663	7	6,6	45 884	6	6,5
13	Świętokrzyskie	246	15	2,4	16 101	14	2,3
14	Warmińsko-mazurskie	492	8	4,9	40 022	8	5,6
15	Wielkopolskie	701	5	7,0	42 854	7	6,0
16	Zachodniopomorskie	1299	3	13,0	120 603	1	17,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie [GUS Turystyka 2015].

lokuje omawiane województwo na podobnej pozycji w porównaniu z pozostałymi. Zajmuje ono 10. miejsce pod względem liczby osób korzystających i nieco lepsze, 7. miejsce, jeżeli chodzi o liczbę udzielonych noclegów. W tym drugim kryterium udział procentowy wynosi 5,1%.



Rys. 1. Atrakcyjność województwa kujawsko-pomorskiego w porównaniu z innymi województwami

Źródło: [Anszperger, Radkiewicz 2011].

Wyższa była ocena w badaniach z 2015 r. [K-POT 2016]. W kategorii odwiedzających ogółem 86,6% respondentów przyznało 7 punktów i więcej.



**Tabela 4.** Struktura oceny atrakcyjności województwa kujawsko-pomorskiego według wybranych grup turystów w 2015 r. (odpowiedzi w %)

Kategoria odwiedzających	Skala ocen									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Odwiedzający ogółem	2,4	0,0	0,2	0,7	4,0	6,1	14,5	25,0	22,0	25,1
Odwiedzający krajowi	2,3	0,0	0,2	0,7	4,0	5,8	14,5	24,9	22,1	25,5
Odwiedzający krajowi spoza regionu	2,9	0,0	0,2	0,7	4,1	5,4	14,7	26,0	21,0	25,2
Odwiedzający zagraniczni	2,7	0,0	0,2	0,7	4,8	15,8	15,1	26,0	17,1	15,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim 2016].

Respondenci, którzy udzielili odpowiedzi, wyznaczyli średnią atrakcyjności kujawsko-pomorskiego w stosunku do poszczególnych województw. Średnia zbliżona do poziomu 3 oznacza, że kujawsko-pomorskie uważano za „porównywalnie atrakcyjne”. Im wyższa nota, tym więcej osób uważało, że nasze województwo jest atrakcyjniejsze niż inne województwo, a wynik poniżej 3 oznacza, że średnio częściej uważano, że kujawsko-pomorskie jest mniej atrakcyjne niż wskazane województwo. Najślabiej województwo w 2010 r. zostało ocenione w porównaniu z małopolskim i pomorskim – podobnie jak w 2009 r., chociaż w obu przypadkach ocena przesunęła się na korzyść kujawsko-pomorskiego (+3 punkty w przypadku pomorskiego i +2 punkty w przypadku małopolskiego). Najlepiej wypada w opinii respondentów w zderzeniu z łódzkim, śląskim i podlaskim [Anszperger, Radkiewicz 2011]. We wszystkich edycjach monitoringu poproszono turystów o ocenę atrakcyjności województwa w 10-punktowej skali. W 2009 r. 7 punktów i więcej przyznało 76,8% badanych. W roku 2010 było to 75,4%.

Praktycznie identycznie ocenili atrakcyjność województwa turyści krajowi będący mieszkańcami ocenianego regionu, jak i turyści spoza województwa. Zauważalnie niżej ocenili atrakcyjność kujawsko-pomorskiego turyści zagraniczni – o 12,6 pp. poniżej średniej.

## 5. Zakończenie

Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić niską konkurencyjność turystyczną województwa kujawsko-pomorskiego. Badania dokonane przy uproszczonym zestawie wskaźników, ograniczonym do podstawowych zasobów (walorów) turystycznych, dają wynik lokujący to województwo poniżej średniej krajowej. Konkurencyjność w odniesieniu zarówno do zasobów kulturowych i naturalnych, jak i wykorzystania tych zasobów (odwiedzalność muzeów) jest w stosunku do większości województw niska. Podobna jest sytuacja pod względem analizowanych zasobów zagospodarowania turystycznego (baza noclegowa). Otrzymane wyniki są zbliżone do konkuren-

cyjności ocenianej na poziomie makroekonomicznym, przy użyciu takich wskaźników, jak PKB czy bezrobocie.

Subiektywna ocena konkurencyjności województwa dokonana przez podróżujących po tym województwie wypada zauważalnie korzystniej. Zarówno w odpowiedziach zadanych wprost o konkurencyjność na tle innych województw, jak i w ocenie punktowej wyrażonej na skali 1 do 10 badane województwo „przesuwa się” o kilka pozycji w górę, na 5-7 miejsce. Jak stwierdza P. Gryszel [2014], mierzenie konkurencyjności regionów turystycznych nie jest zadaniem łatwym. Mając jednak na uwadze wpływ gospodarki turystycznej na rozwój regionu, na poziom dobrobytu mieszkańców, władze regionalne powinny analizować problem dla realizacji skutecznej polityki rozwoju. Porównanie potencjału konkurencyjnego, rozumianego m.in. jako infrastruktura i zasoby turystyczne, z pozycją konkurencyjną pozwala stwierdzić, że obydwa kryteria oceny badanego województwa pozostają w swojej proporcji. Województwo nie wyróżnia się efektywnością wykorzystania zasobów turystycznych. Być może tworzenie zasobów nierzeczowych [Nawrocka 2008] mogłoby poprawić konkurencyjność kujawsko-pomorskiego.

## Literatura

- Anszperger A., Radkiewicz A., 2011, *Monitoring ruchu turystycznego w kujawsko-pomorskim*, K-POT, Bydgoszcz.
- Daszkiewicz N., 2008, *Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro*, PWN, Warszawa.
- Dwyer L., Mellor R., Livaic Z., Edwards D., Kim C., 2004, *Attributes of destination competitiveness: a factor analysis*, Tourism Analysis, vol. 9.
- GIS, Główny Inspektorat Sanitarny, <https://sk.gis.gov.pl> (12.02.2017).
- Gryszel P., 2014, *Problemy oceny konkurencyjności regionów turystycznych*, Zeszyty Naukowe, Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach, z. 5, Kielce.
- Gorynia M., Łażniewska E. (red.), 2009, *Kompendium wiedzy o konkurencyjności*, PWN, Warszawa.
- GUS, Kultura w 2015, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura> (12.02.2017).
- GUS, Leśnictwo 2016, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rolnictwolesnictwo/lesnictwo/lesnictwo-2016,1,12.html> (12.02.2017).
- Monitoring ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim 2015, K-POT 2016, Bydgoszcz.
- Nawrocka E., 2008, *Rola zasobów nierzeczowych w tworzeniu potencjału konkurencyjności obszaru na rynku turystycznym*, [w:] Rapacz A. (red.), *Gospodarka a Środowisko*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Stankiewicz M.J., 2005 *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*, TNOiK „Dom Organizatora”, Toruń.
- Vengesayi S., 2003 *ANZMAC Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003 A conceptual model of tourism destination competitiveness and attractiveness*.
- WTTC, TRAVEL & TOURISM GLOBAL ECONOMIC IMPACT& ISSUES 2017, [www.wttc.org](http://www.wttc.org) (12.02.2017).
- Zestawienia zabytków nieruchomych, Narodowy Instytut Dziedzictwa, [www.nid.pl/pl/Informacje\\_ogolne/Zabytkow](http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytkow) (12.02.2017).