

Andrzej Anszperger

**Uniwersytet Mikołaja Kopernika
w Toruniu**

POLSKA W GLOBALNYM SYSTEMIE TURYSTYCZNYM

Wprowadzenie

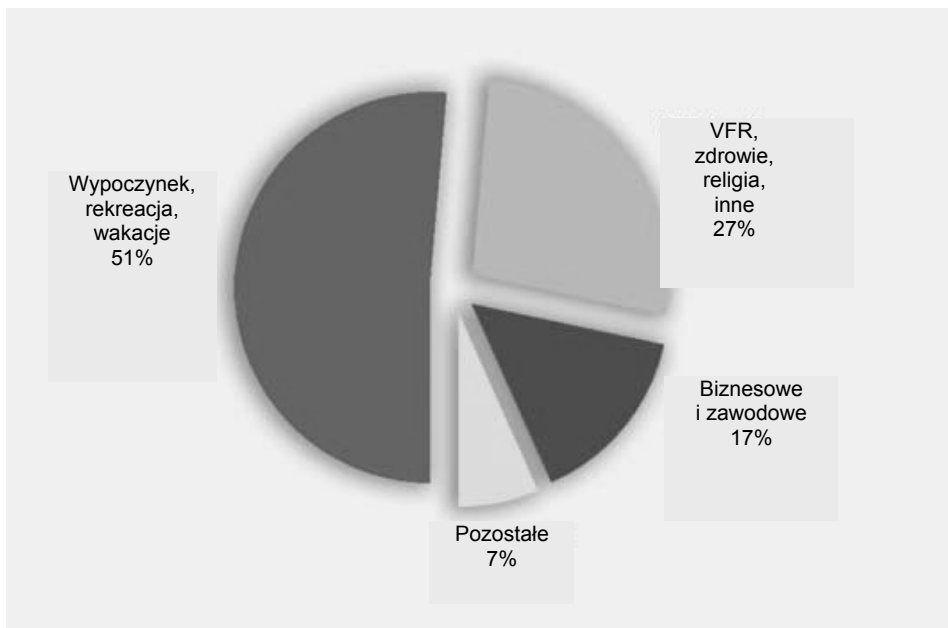
Jedną z cech (być może najistotniejszą) rozwiniętej gospodarki kapitalistycznej jest dominująca rola pieniądza, w tym zysku i szeroko rozumianego dochodu. Poszukiwanie źródeł, sposobów powiększania zysku i dochodów jest podstawowym celem podmiotów gospodarujących. Takim podmiotem jest także gospodarka narodowa jako całość. Wśród różnych rodzajów aktywności gospodarczej coraz ważniejszą pozycję stanowi turystyka. Na turystyce zarabiać można w skali lokalnej, regionalnej, krajowej, a także międzynarodowej. Gospodarka turystyczna jest jednym z najważniejszych generatorów międzynarodowych przepływów ekonomicznych. Celem opracowania jest przedstawienie miejsca – udziału Polski w światowym systemie turystycznym oraz wybranych determinant tego udziału. Przez system turystyczny rozumieć będziemy gospodarkę turystyczną i ruch turystyczny. Przedmiotem rozważań nie będą narzędzia obsługi wyżej wymienionych przepływów, to jest systemy informacyjne, rezerwacyjne itp.

1. Turystyka w gospodarce światowej

W historycznym ujęciu turystyka definiowana jest jako jedna z form aktywności spędzenia czasu wolnego. Z takim rozumieniem kojarzyć można turystykę krajoznawczą, wypoczynkową, rodzinną itd., jeżeli rozszerzymy pojęcie o turystykę kulturową, to uwzględnimy także turystykę religijną i sportową (kibicowanie) oraz turystykę edukacyjną i naukową. Wymienione rodzaje turystyki realizowane mogą być zarówno wewnątrz poszczególnych państw, jak i poza granicami. Podstawowe motywy w turystyce międzynarodowej przedstawia rys. 1.

Specyfiką produktu turystycznego (ponieważ jest to przede wszystkim usługą) jest jednoczesność tworzenia i konsumpcji oraz konieczność „udania się” turysty do miejsca korzystania z usługi. Konsumpcja usługi turystycznej

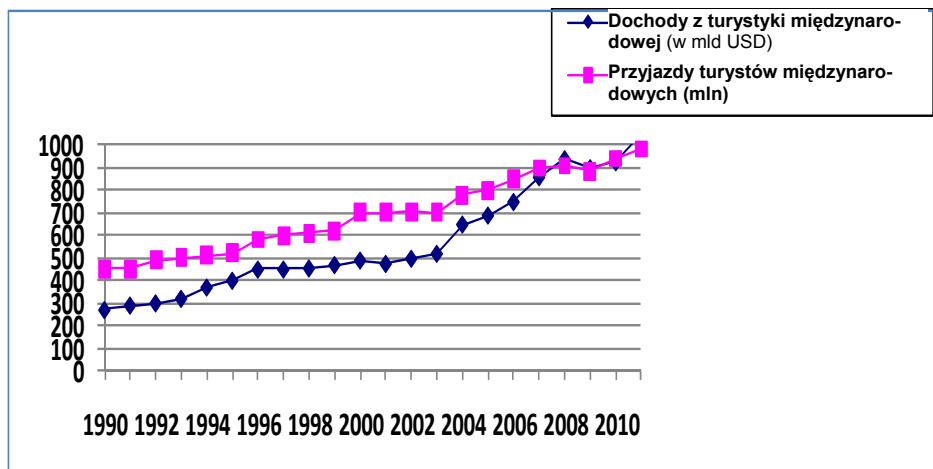
odbywa się w miejscu wytwarzania. W turystyce międzynarodowej oznacza to, że przyjazd turystów do danego kraju, na przykład do Polski, i świadczenie im usług noclegowych, przewodnickich, gastronomicznych itd. jest dla Polski eksportem. Zatem udział w przyjmowaniu międzynarodowego ruchu turystycznego jest udziałem w światowym eksporcie usług turystycznych i generuje określone konsekwencje gospodarczo-społeczne.



Rys. 1. Turyści międzynarodowi według głównych motywów, rok 2011

Źródło: *Tourism Highlights*. WTO 2012.

Wielkość światowego międzynarodowego ruchu turystycznego przedstawia rys. 2. Liczba turystów rośnie bardzo dynamicznie i w 2011 roku wyniosła 980 mln osób, czyli co 7. mieszkańców globu był uczestnikiem tego rynku. Wydatki turystów międzynarodowych także rosną bardzo dynamicznie i w 2011 roku przekroczyły 1 bln (1000 mld) USD. Udział w recepcji międzynarodowego ruchu turystycznego jest dla gospodarek narodowych potencjalnym czynnikiem wzrostu.



Rys. 2. Znaczenie turystyki międzynarodowej w latach 1990-2010

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Tourism Highlights*. WTO 1998-2011.

2. Udział Polski w światowej recepcji turystycznej

Udział regionów świata i pojedynczych gospodarek w „torcie turystycznym”, jak często określa się to w publikacjach, analizowany jest według trzech podstawowych wielkości:

- przychody z turystyki,
- liczba turystów,
- wydatki w przeliczeniu na jednego turystę.

Analizie podlegają wartości bezwzględne, dynamika, udział procentowy, pozycja. Udział Polski¹ w korzyściach z międzynarodowego ruchu turystycznego jest bardzo zmienny. Wydaje się, że można wyodrębnić trzy podstawowe okresy:

- od początku transformacji do końca lat 90. ubiegłego wieku,
- od przełomu wieków do końca pierwszej dekady XXI wieku,
- początek drugiej dekady do dzisiaj.

Pierwszy okres to otwieranie się ideologiczne, społeczne, ekonomiczne, w tym turystyczne, stopniowe „pięcie się” Polski z bardzo dalekich pozycji na 7. miejsce w 1997 roku w skali świata pod względem liczby przyjętych turystów², z udziałem 3,2% w światowej recepcji.

¹ Za początek analizy przyjęto koniec lat 80. XX wieku, czyli początek transformacji, wcześniej Polska w światowym ruchu turystycznym praktycznie nie istniała.

² Zgodnie z metodologią Światowej Organizacji Turystyki (WTO) turystą międzynarodowym jest osoba przyjeżdżająca na co najmniej 24 godziny (jeden nocleg).

Tabela 1

Kraje najczęściej odwiedzane przez turystów zagranicznych

Kolejność			Kraje	Przyjazdy (w mln osób) 1997	% zmiana 1997/96	% udział w całości
1985	1990	1997				
1	1	1	Francja	66,864	7,1	10,9
4	2	2	Stany Zjednoczone	48,409	4,1	7,9
2	3	3	Hiszpania	43,378	7,0	7,1
3	4	4	Włochy	34,087	3,8	5,6
6	7	5	Wielka Brytania	25,960	2,6	4,2
13	12	6	Chiny	23,770	4,4	3,9
62	27	7	Polska	19,514	0,5	3,2
9	8	8	Meksyk	19,351	-9,6	3,2
7	10	9	Kanada	17,610	1,6	2,9
16	16	10	Czechy	17,400	2,4	2,8
11	5	11	Węgry	17,248	-16,6	2,8
5	6	12	Austria	16,646	-2,6	2,7
8	9	13	Niemcy	15,837	4,2	2,6
18	17	14	Rosja	15,350	5,2	2,5
10	11	15	Szwajcaria	11,077	4,5	1,8
19	19	16	Chiny, Hongkong	10,406	-11,1	1,7
14	13	17	Grecja	10,246	11,0	1,7

Źródło: *Tourism Highlights*. WTO 1997.

Przełom tysiącleci przynosi degradację polskiej pozycji i stopniowy spadek na 20. miejsce w 2008 roku pod względem liczby przyjętych turystów. Udział procentowy spadł do 0,7 (tabela 2).

Tabela 2

Pozycja Polski w świecie pod względem przyjętych turystów w latach 1985-2011

Rok	1985	1990	1997	2000	2002	2004	2007	2008	2009	2011
Miejsce Polski	62	27	7	13	16	15	19	20	18	19
Udział Polski w rynku w %	bd	bd	3,2	2,2	2,1	2,2	0,8	0,7	1,3	1,3

Tourism Highlights. WTO 1998-2012.

Biorąc pod uwagę udział w dochodach z turystyki międzynarodowej, najgorszy był rok 2007, Polska znalazła się dopiero na 26. pozycji z udziałem 0,8%. Kolejne lata przynoszą nieznaczną, ale względnie stabilną poprawę – 18.-19. miejsce jeżeli chodzi o liczbę przyjętych turystów – 1,3% udziału w rynku oraz 1,0% udziału w dochodach, ale dość odległą pozycję.

Tabela 3

Pozycja Polski w świecie pod względem przychodów z turystyki międzynarodowej w latach 1985-2011

Rok	1985	1990	1997	2000	2002	2004	2007	2008	2009	2011
Miejsce Polski	77	65	12	18	18	23	26	20	27	34
Udział Polski w przychodach w %	bd	bd	2,0	1,3	0,9	1,0	0,8	1,2	1,0	1,0

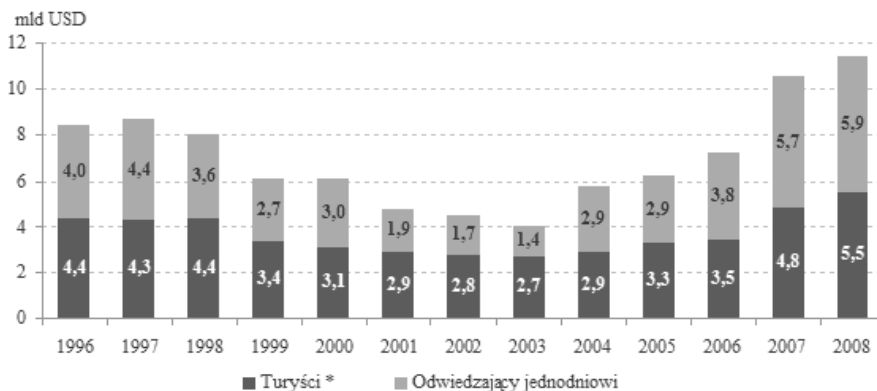
Źródło: Ibid.

3. Konkurencyjność polskiej turystyki na arenie międzynarodowej

Utrata wysokiej pozycji w rynku przyjazdów międzynarodowych wiąże się ze spadkiem zatrudnienia w branży turystycznej, spadkiem przychodów przedsiębiorstw turystycznych, zmniejszeniem wpływów podatkowych (budżetu państwa i jednostek samorządowych) itd.

Uwzględniając efekt mnożnikowy w turystyce, straty – nieosiągnięte korzyści – w skali całej gospodarki są o wiele większe. Według WTTC³ w państwach Unii Europejskiej co ósme miejsce pracy generuje szeroko rozumiana turystyka. Jedno miejsce pracy w przemyśle turystycznym generuje trzy miejsca pracy w skali całej gospodarki. O realnych stratach polskiej gospodarki z tytułu spadku liczby przyjeżdżających turystów świadczą dobitnie dane przedstawione na rys. 3. Oficjalna (według danych NBP) różnica wpływów dewizowych z tytułu turystyki przyjazdowej między rokiem 1997 a rokiem 2003 to 4,1 mld USD. W skali polskiej gospodarki jest to istotna kwota. Łączny spadek odwiedzających Polskę (turyści z noclegiem plus odwiedzający jednodniowi) między najlepszym – 1997 a najgorszym – 2003 rokiem wyniósł około 40 mln osób. O tyle mniej klientów pojawiło się w hotelach, restauracjach, atrakcjach turystycznych, ale także w sklepach czy na targowiskach.

³ World Travel & Tourism Council.



Rys. 3. Wpływy dewizowe z turystyki w Polsce w latach 1996-2008

Źródło: Instytut Turystyki, Warszawa.

Wydaje się zatem, że ważne jest analizowanie przyczyn tego stanu rzeczy. Poznanie przyczyn pozwoli, poprzez odpowiednią politykę turystyczną, zapobiegać takim załamaniom w przyszłości i budować pozytywne trendy. Jedną z metod poznawczych może być badanie konkurencyjności turystycznej. Rozwój infrastruktury transportowej w świecie i w Europie i relatywne tanienie kosztów przemieszczania się turystów sprawiają, że dla dowolnej destynacji turystycznej istotnym zagrożeniem jest konkurencyjne otoczenie. Analizując motywy podróży, stwierdzić można, że w zbliżony, a może lepszy sposób turyści „zrealizują się” nie w Polsce, a w Czechach, na Słowacji, w Chorwacji czy na Węgrzech – wymieniając tylko najbliższe konkurencyjne otoczenie.

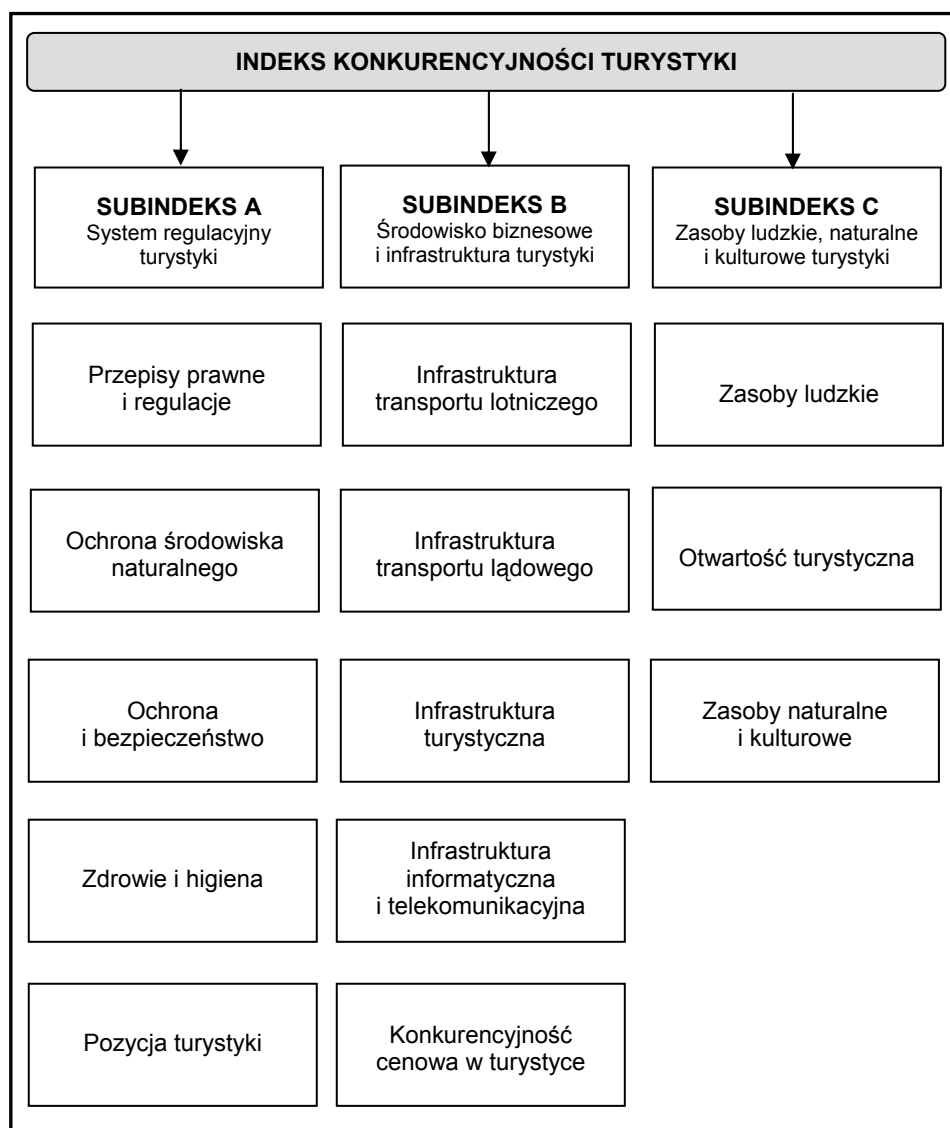
Publikowany przez WTTC The Travel & Tourism Competitiveness Index dostarcza istotnych informacji pozwalających oceniać sytuację Polski.

Indeks budowany jest w oparciu o trzy podstawowe obszary konkurencyjności i 13 zasadniczych filarów (używając terminologii raportu).

Obszar pierwszy – subindeks A (rys. 4) analizuje szeroko rozumiany system regulacji prawnych związanych (oddziaływających) z turystyką. Są to ogólne przepisy prawa, ustawy odnośnie do działalności turystycznej, regulacje w kwestii ochrony środowiska naturalnego, regulacje dotyczące ochrony i bezpieczeństwa (poczucia bezpieczeństwa) turystów, sytuacji zdrowotnej i ochrony zdrowia, sytuacji higieniczno-sanitarnej. W tym obszarze uwzględnia się także pozycję, rangę, jaką ma turystyka w instytucjach formalnych, jak i nieformalnych.

Obszar drugi – subindeks B obejmuje środowisko biznesowe oraz infrastrukturę turystyczną, m.in. infrastrukturę transportu lotniczego i lądowego (gęstość sieci, jej dostępność, jakość itd.), infrastrukturę bezpośrednio turystyczną, kwestie konkurencyjności cenowej w świadczeniu usług turystycznych, a także dostępność i „nasylenie” internetem, telefonami, ich używanie w biznesie (społeczeństwo informatyczne).

Obszar trzeci – subindeks C zawiera zasoby istotne dla rozwoju i funkcjonowania turystyki: zasoby ludzkie, dostępność kadr dla turystyki, ich poziom, system kształcenia kadr dla turystyki – formalny i uzupełniający, zasoby kulturowe – zabytki, ich liczbę i klasę (lista UNESCO), zasoby naturalne – obszary i formy przyrody chronionej. Znalazł się także w tym obszarze miernik oceny stosunku społeczeństwa do turystyki.



Rys. 4. Komponenty indeksu konkurencyjności turystycznej

Źródło: Travel & Tourism Competitiveness Index, WTTC 2011.

Najnowszy raport TTCI⁴ obejmuje 124 kraje, 90% ludności świata i 98% światowego PKB. W tym rankingu Polska została sklasyfikowana na 49. miejscu. W roku 2006 byliśmy na 63. miejscu, w 2007 na 56., w 2008 na 56., w 2009 na 59. miejscu.

Tabela 4

Pozycja Polski w rankingu konkurencyjności turystycznej
w wybranych obszarach

Lata	2007	2009	2011
Obszar analizy			
Przepisy prawa i regulacje	66	75	61
Ochrona środowiska naturalnego	65	63	37
Ochrona i bezpieczeństwo	71	91	50
Zdrowie i higiena	89	67	44
Pozycja turystyki	42	82	98
Infrastruktura transportu lotniczego	96	79	88
Infrastruktura transportu lądowego	46	68	78
Infrastruktura turystyczna	41	59	52
Telekomunikacja i informatyka	43	41	44
Konkurencyjność cenowa w turystyce	83	105	66
Zasoby ludzkie	44	56	43
Otwartość turystyczna	122	107	132
Zasoby naturalne i kulturowe	19	54/21	54/17

Źródło: Travel & Tourism Competitiveness Index, lata 2007-2011, WTTC.

Szczegółowe dane poszczególnych raportów konkurencyjności turystycznej ukazują mało optymistyczny obraz polskiej turystyki. Słabe lub bardzo słabe pozycje uświadamiają, że bardzo wysoki udział Polski w światowym rynku turystycznym pod koniec lat 90. był raczej zbiegiem okoliczności, a prawdziwy obraz kondycji turystycznej Polski oddają pozycje w następnych latach. Dopuszczyć można też tezę, że to pozycja w pierwszej dekadzie była adekwatna do polskiego potencjału turystycznego, a nieudolne tego potencjału wykorzystanie skutkowało przesuwaniem się Polski na dalsze pozycje. W 2010 roku nasz udział w przyjęciach międzynarodowych turystów jest mniejszy w samej Unii Europejskiej niż wcześniej w skali świata.

⁴ Travel & Tourism Competitiveness Index.

Analizując obszary konkurencyjności turystycznej Polski stwierdzić można, że zdecydowanie wysoką pozycję mamy w obszarach, które są osnową dominujących motywów turystyki. W 2010 roku byliśmy na 19. miejscu w skali świata pod względem „nasylenia” obiektami dziedzictwa kulturowego, a na 22. miejscu pod względem proporcji obszarów przyrody chronionej do całej powierzchni. W tym samym roku zajęliśmy 44. miejsce pod względem obiektów światowego dziedzictwa natury. Zdecydowanie słabsze pozycje zajmuje Polska w obszarach szeroko rozumianego zarządzania turystyką w skali makro, czyli polityki turystycznej państwa, marketingu turystycznego. Rankingi WTTC potwierdzają także niską świadomość turystyczną. Niedostrzeżenie znaczenia społeczno-ekonomicznego turystyki, co znajduje odzwierciedlenie w sferze instytucjonalnej, jak i w świadomości – mentalności społeczeństwa i „decydentów”, marginalizacja turystyki w administracji centralnej i administracji samorządowej (w większości przypadków), „pożółkłe” strategie rozwoju turystyki – to systemowe negatywne uwarunkowania niskiej konkurencyjności turystycznej Polski⁵.

Podsumowanie

W procesie globalizacji gospodarek i społeczeństw turystyka postrzegana nie tylko od strony popytowej – przyjemności turysty, ale także od strony podażowej, jej miejsca w gospodarce – ma coraz większe znaczenie. Turystyka międzynarodowa jest ‘wschodzącym’ działem światowych stosunków ekonomicznych. Może być dla wielu obszarów alternatywą w związku ze swoistym procesem deindustrializacji. Polska, mając potencjał istotny dla wykorzystania tej możliwości – znaczące zasoby kulturowe i naturalne, nie potrafi efektywnie z tej szansy skorzystać. Przewaga Polski może także wynikać z jej położenia, graniczymy (bezpośrednio fizycznie – na przykład z Niemcami, Rosją lub komunikacyjnie – 2-3 godziny lotu – na przykład z Francją) z połową z dziesięciu państw, których obywatele wydają najwięcej na turystykę zagraniczną. Pośrednio o niewykorzystaniu potencjału turystycznego Polski może świadczyć pozycja w rankingach ogólnej konkurencyjności gospodarki i w rankingach konkurencyjności turystycznej. W tych ogólnych rankingach jesteśmy notowani od kilku do kilkunastu pozycji wyżej niż w turystycznych.

⁵ Ciekawe propozycje metodologiczne w kwestii determinant konkurencyjności znaleźć można m.in. w: L. Dwyer, R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, C.W Kim: *Attributes of Destination Competitiveness: a Factor Analysis Tourism Analysis* 2004, Vol. 9, No. 1-2, s. 91-102; J.A. Mazanec, K. Wöber, A.H. Zins: *Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?* „Journal of Travel Research” 2007, No. 46; 86.

POLAND IN GLOBAL TOURISM SYSTEM

Summary

Tourism is becoming more and more important part of economy in most developed countries. The range of tourism has impact not only in interior relation but also in exterior. Receipts from international tourism exceed nearly one billion dollars. Individual countries can and should extract as big benefits as it possible from it. Poland in a small degree make use of resources and location to exercise from tourism as one of possibilities of social and economical development and gives „field” to countries with smaller tourism potential.