

PRACE GEOGRAFICZNE

zeszyt 173, 2023, 165–197

doi: 10.4467/20833113PG.23.022.19234

Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ

Komisja Geograficzna, Polska Akademia Umiejętności

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego

TYPY RYNKOWE REGIONÓW TURYSTYCZNYCH POLSKI I ICH DYNAMIKA W OKRESIE NIEPEWNOŚCI POSTPANDEMIJNEJ

Ivan Pirozhnik

The market types of tourist regions in Poland and their dynamics in the post-pandemic uncertainty period

Abstract: The aim of the article is to determine the structural and spatial characteristics of the development of the tourism sector in Poland, its economic importance and trends in shaping the spatial structure at the macro-regional level. The main issues are focused on analysing the level of development of tourist functions at the level of Polish voivodeships (NUTS-2 regions) and shaping their market types in the period of evaluation development and changes in the crisis period caused by the COVID-19 pandemic. The basic research assumptions include the analysis of the processes of shaping tourism in the macro-regional system at the level of the national market of 16 voivodeships in the pre-pandemic period (2013–2019) and in the conditions of the pandemic crisis (2020–2022). To assess the level of spatial concentration of tourism development elements in the macro-regional system, the Herfindahl-Hirschman index and the discrete index were used, and when assessing the level of effectiveness of using the tourism potential of regions, a coefficient of the value of the obtained tourist services was developed in relation to the capacity of the accommodation base and the number of employees in the tourist service sections region. Based on methodological approaches to the concept of spatial and functional analysis and considering the types of market regions in the country, an assessment of their tourist functions' rank levels is presented. This evaluation takes into account the characteristics and features of the development processes within the tourist space. The conducted analysis justifies the definition of the spatial organization

of the tourism economy and the recreational development of geographical space as a dynamic process of shaping the internal spatial structures of the tourism sector, the development of its main elements and factors along with a set of external dependencies and links between the functional types of regions of various ranks and the entire socio-economic complex.

Keywords: tourism economy, tourist attractiveness of regions, indicators of tourism development, pre-spatial concentration, tourist traffic, rank of tourist functions, market types of regions, spatial structure

Zarys treści: Celem artykułu jest ustalenie strukturalnych i przestrzennych cech rozwoju sektora turystycznego w Polsce, jego znaczenia gospodarczego oraz tendencji kształtowania się struktury przestrzennej na poziomie makroregionalnym. Główne zagadnienia są ukierunkowane na analizę poziomu rozwoju funkcji turystycznych na szczeblu województw Polski (regionów NUTS-2) oraz kształtowania ich typów rynkowych w okresie ewolucyjnego rozwoju i zmian w okresie kryzysowym, wywołanym pandemią wirusa COVID-19. Podstawowe założenia badawcze obejmują analizę procesów kształtowania się ruchu turystycznego w układzie makroregionalnym na szczeblu rynku ogólnokrajowego 16 województw w okresie przedpandemijnym (2013–2019) oraz w warunkach kryzysu pandemicznego (2020–2022). Dla oceny poziomu koncentracji przestrzennej elementów zagospodarowania turystycznego w układzie makroregionalnym zastosowano indeks Herfindahla-Hirschmana oraz wskaźnik dyskretny. Przy ocenie poziomu efektywności wykorzystania potencjału turystycznego regionów opracowano współczynnik wielkości wartości uzyskanych usług turystycznych w stosunku do posiadanej pojemności bazy noclegowej i liczby zatrudnionych w sekcjach obsługi turystycznej regionu. Na podstawie metodologicznych ujęć koncepcji analizy przestrzenno-funkcyjnej, z uwzględnieniem typów rynkowych regionów kraju, przedstawiono ocenę poziomu rangi ich funkcji turystycznych z uwzględnieniem cech zagospodarowania i procesów rozwoju przestrzeni turystycznej. Przeprowadzona analiza uzasadnia określenie przestrzennej organizacji gospodarki turystycznej i zagospodarowania rekreacyjnego przestrzeni geograficznej jako dynamicznego procesu kształtowania się wewnętrznych struktur przestrzennych sektora turystycznego, rozwoju jego głównych elementów i czynników wraz z zespołem zewnętrznych zależności i powiązań między typami funkcjonalnymi regionów różnej rangi a całym kompleksem społeczno-gospodarczym.

Słowa kluczowe: gospodarka turystyczna, atrakcyjność turystyczna regionów, wskaźniki zagospodarowania turystycznego, koncentracja przestrzenna, ruch turystyczny, ranga funkcji turystycznych, typy rynkowe regionów, struktura przestrzenna

Wprowadzenie

Polska wyróżnia się wielofunkcyjnym systemem obsługi turystycznej, który przechodzi transformację i kształtuje się jako nowoczesny rynek turystyczny, z korzystną relacją ceny do jakości usług turystycznych i ukierunkowaniem na międzynarodowy i regionalny rynek turystyczny. Krajowy rynek turystyczny rozwija się z jednej strony pod wpływem aktywnej polityki władz państwowych i samorządowych, jednak istotną rolę (po przystąpieniu do UE w 2004 r.) odgrywają formy regulacji

i zasady rozwoju usług komercyjnych, polityka regionalna oraz wsparcie UE środkami finansowymi w ramach realizowanych programów rozwoju turystyki. Wprowadzenie mechanizmów rynkowych w regulacji sektora turystycznego, rozbudowa wysokiej jakości infrastruktury turystycznej, wzrost w ostatnim okresie kadry wysoko wykwalifikowanych pracowników, poprawiły jakość świadczonych usług, rozszerzyły gwarancje i prawa klientów, przy zachowaniu konkurencyjnych cen w stosunku do identycznych usług na rynku europejskim.

Nie mając wyłącznej przewagi konkurencyjnej na rynku masowej turystyki nadmorskiej w porównaniu z krajami regionu śródziemnomorskiego, Polska koncentruje swoje wysiłki na atrakcyjności cenowej, unikatowości i wysokiej jakości oraz dostępności szerokiej gamy usług turystycznych i rekreacyjnych. Jednocześnie, w obliczu rosnącej konkurencji w sprzedaży produktów turystycznych na rynkach światowych i europejskich, poszukiwane są obiecujące obszary do wzmocnienia pozycji kraju w stosunku do konkurentów. Globalizacja i postępująca europeizacja stwarzają sprzyjające warunki handlowe do przyciągania do kraju turystów zagranicznych na większą skalę, co pozwala mu zająć stabilną pozycję rynkową.

Tak więc rozwój rynku usług turystycznych z jednej strony działa jako aktywny element dynamiki gospodarczej całego sektora usług i kompleksu gospodarczego, tworząc pojemny segment zatrudnienia siły roboczej (nieodebranej w nowym porządku technologicznym nowoczesnych technologii i przemysłu), z drugiej strony pozostaje wrażliwym komponentem dobrostanu społecznego współczesnego człowieka i jego samooceny – zadowolenia z poziomu i jakości życia. Dynamicznemu rozwojowi branży turystycznej sprzyja niewątpliwie wysoka pozycja Polski wśród krajów regionu Europy Środkowo-Wschodniej pod względem zaangażowania w procesy światowej globalizacji, wysoka ocena marki kraju dla turystyki, a także jej ogólny poziom konkurencyjności sektora turystycznego, który nieznacznie ustępuje niektórym krajom regionu (Czechy, Słowenia, Chorwacja, Estonia) (Pirozhnik 2018).

Ważną rolę w zdobyciu korzystnej pozycji rynkowej kraju na rynku turystycznym odgrywa jego wizerunek – kluczowa kategoria, która decyduje o tym, jak miejscowa ludność, przedstawiciele biznesu i turyści postrzegają i oceniają region lub kraj, jakie kluczowe cechy przeważają, jakie skojarzenia wynikają z bezpośredniej znajomości. W związku z tym, aby przyciągnąć inwestycje, poszerzyć geografię ruchu turystycznego i kształtować pozytywne postrzeganie kraju, konieczne jest wdrożenie szerokiego wachlarza działań opartych na wyobrażeniach o czynnikach geograficznych, etnolingwistycznych, kulturowych, historycznych, religijnych i ekonomicznych (Buczak i in. 2022).

Okres dynamicznego wzrostu ruchu turystycznego w pierwszych dekadach XXI w. obejmował zarówno turystykę międzynarodową – której skala wzrosła dwukrotnie od 2000 r. do 1 460 mln turystów rocznie w 2019 r. – jak i krajową w poszczególnych sub-regionach i krajach świata. Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski przekroczyły

w 2019 r. 21,1 mln (UNWTO 2020). Przyspieszony rozwój turystyki w Polsce był obserwowany od czasu wstąpienia kraju do UE w 2004 r. w ciągu dwóch dekad (po krótkiej stagnacji w okresie kryzysu finansowego z lat 2008–2009). Udział mieszkańców Polski, którzy co najmniej jeden raz w roku uczestniczyli w wyjeździe turystycznym z noclegiem, wzrósł z 47,8% w 2012 r. do 64,1% w 2019 r., zbliżając się do średniej w Unii Europejskiej (64,8%). Jednak w pierwszym roku pandemii COVID-19 aktywność w wyjazdach turystycznych mieszkańców w Polsce spadła w 2020 r. do poziomu 43,6%, a w całej UE do 52,4% (Eurostat 2022).

W 2020 r. łączną wartość gospodarki turystycznej w Polsce oszacowano na 104,3 mld zł – spadek o 26,4% od 2019 r. Odpowiada to szacunkowo 4,5% PKB Polski (uwzględniając bezpośrednie wpływy i skutki pośrednie). W 2020 r. w sektorze noclegowo-gastronomicznym zatrudnionych było 195,5 tys. osób, a spadek wyniósł 6,1% w stosunku do 2019 roku. Po osiągnięciu rekordowego poziomu 21,2 mln międzynarodowych przyjazdów turystycznych w 2019 r., Polska odnotowała zaledwie 8,4 mln przyjazdów w 2020 r. (spadek o 60,2%). W ostatnim okresie według Raportu OECD turystyka zanotowała ożywienie w 2022 r., napędzana odłożonym popytem i zniesieniem ograniczeń w podróżowaniu. To ożywienie jest jednak nietrwałe i nierówne w poszczególnych krajach. Nową niepewność gospodarczą, spowolnienie i niestabilność geopolityczną, spowodował konflikt zbrojny Rosji z Ukrainą.

Podczas gdy turystyka krajowa okazała się ważnym sektorem dla wielu miejsc pracy i firm, i można już zauważyć powrót aktywności do poziomu sprzed pandemii, pełne ożywienie turystyki i odbudowa rynków międzynarodowych może trwać do 2025 r. lub dłużej (OECD 2022). W wyniku kryzysu spowodowanego pandemią COVID-19 na rynku krajowym najbardziej ucierpiały przedsiębiorstwa związane z sektorem turystycznym. Zamknięcie części sektora turystycznego, a także wprowadzenie licznych ograniczeń w działalności gastronomicznej, handlu detalicznym i pozostałych usługach, w połączeniu z poważnymi międzynarodowymi ograniczeniami dotyczącymi podróży i kontaktów społecznych, istotnie wpłynęły w 2021 r. na kryzys całego sektora usług. Największy spadek odnotowały przedsiębiorstwa sektora hotelarsko-gastronomicznego (blisko 70%), znaczące spadki odnotowała również branża transportowa (spadek wynosił 38%) oraz usługi kulturalne, sportowe i rekreacyjne (Dominiak 2022).

Wpływ pandemii był także zróżnicowany w układzie przestrzennym polskiego rynku turystycznego – podatność województw była tu zróżnicowana, co w dużym stopniu wynika z wewnętrznej struktury gałęziowej świadczonych usług, pojemności bazy noclegowej, sezonowości migracji turystycznych. Dynamika rynku turystycznego kraju była uzależniona od osiągniętego poziomu rozwoju gospodarki turystycznej w poprzednim okresie, dlatego celowe wydaje się podejście do określenia rynkowych typów regionów w okresie przedpandemijnym (2013–2019) oraz w okresie kryzysu pandemijnego (2020–2021) i pierwszej fazy odnowienia (od roku 2022).

W badaniach regionalnego rozwoju gospodarki i regionów turystycznych warto zwrócić uwagę na nowe zadania badań geograficznych, aktualnie wyłaniające się w naukach regionalnych, ukierunkowanych na to „jak najlepiej mierzyć przestrzenne nierówności społeczno-ekonomiczne (jakie są kluczowe wskaźniki); jaki może być akceptowalny poziom nierówności przestrzennych; jakie są jego konsekwencje (nie tylko dla samych miejscowości, ale także dla krajowego systemu politycznego i społeczno-gospodarczego)” (Martin 2021, s. 152–153).

Metody i materiały badań

Niniejsze studium dotyczy analizy poziomu rozwoju funkcji turystycznych na szczeblu województw Polski (regionów NUTS-2) oraz kształtowania ich typów rynkowych (regionów turystycznych) w rozwoju ewolucyjnym i zmian w okresie kryzysowym. Podstawowe założenia badawcze są ukierunkowane na zagadnienia: 1) kształtowania się dynamiki ruchu turystycznego w układzie makroregionalnym 16 województw na szczeblu rynku ogólnokrajowego w okresie przedpandemijnym (2013–2019) i warunkach kryzysu pandemicznego (2020–2022); 2) określenia typów rynkowych regionów/województw i ocena poziomu rangi ich funkcji turystycznych z uwzględnieniem cech zagospodarowania i procesów rozwoju przestrzeni turystycznej. Wykorzystano dane analityczne oraz opracowania statystyczne GUS i Banku Danych Lokalnych obejmujące zakres szeroko rozumianej gospodarki turystycznej (pojemność bazy noclegowej, intensywność ruchu turystycznego, udzielone noclegi turystyczne, dochody uzyskiwane z obsługi turystów i in.) w przekrojach przestrzennych województw. Podstawowe materiały statystyczne i empiryczne o rozwoju gospodarki turystycznej w jednostkach administracyjnych pozyskano również z opracowań statystycznych GUS oraz tematycznych opracowań statystycznych (*Rocznik Statystyczny Województw* 2014, 2022; *Turystyka Polski* 2019, 2021; *Potencjał turystyczny i jego wykorzystanie w latach 2014–2018 – ujęcie regionalne* 2019). Przeprowadzona została kwerenda literatury przedmiotu i dokumentów źródłowych oraz obserwacje terenowe i analizy statystyczne.

Badanie funkcji turystycznych jednostek przestrzennych stanowi dość ważną kwestię w zakresie badań polskiej geografii turystyki (Warszyńska, Jackowski 1978; Warszyńska 1985, 1999; Wyrzykowski 1986; Matczak 1989; Kurek, Mika 2007; Liszewski 2009 i in.). Regionalne studia ostatniej dekady obejmowały próby usystematyzowania wskaźników pomiaru rozwoju funkcji turystycznych krajów europejskich (Szromek 2013), makroregionów ekonomicznych kraju (Niemczyk, Załona 2015), województw w zmieniających się warunkach rozwoju (Krukowska, Świeca 2018; Pilichowska, Gładąła 2021) oraz powiatów (Synówka 2022), obszarów wiejskich (Durydiwka 2015) i nadmorskich (Szwichtenberg 2019).

Funkcja turystyczna jest rozumiana przy tym jako wszelka działalność społeczno-gospodarcza w określonej jednostce przestrzennej skierowana na obsługę turystów (Kurek, Mika 2007). Jako cechy charakteryzujące funkcję turystyczną w większości badań wybrano występowanie ruchu turystycznego oraz usług związanych z obsługą turystów. Taki dobór cech jest zgodny z koncepcją funkcji turystycznej, według której to właśnie ruch turystyczny generuje funkcję turystyczną, a jego zwiększające się rozmiary pobudzają rozwój działalności usługowej w zakresie obsługi ruchu turystycznego (Warszyńska 1985; Kurek, Mika 2007; Liszewski 2009). Tak więc ruch turystyczny i zagospodarowanie turystyczne należą do najczęściej stosowanych mierników funkcji turystycznej w badaniach geograficznych.

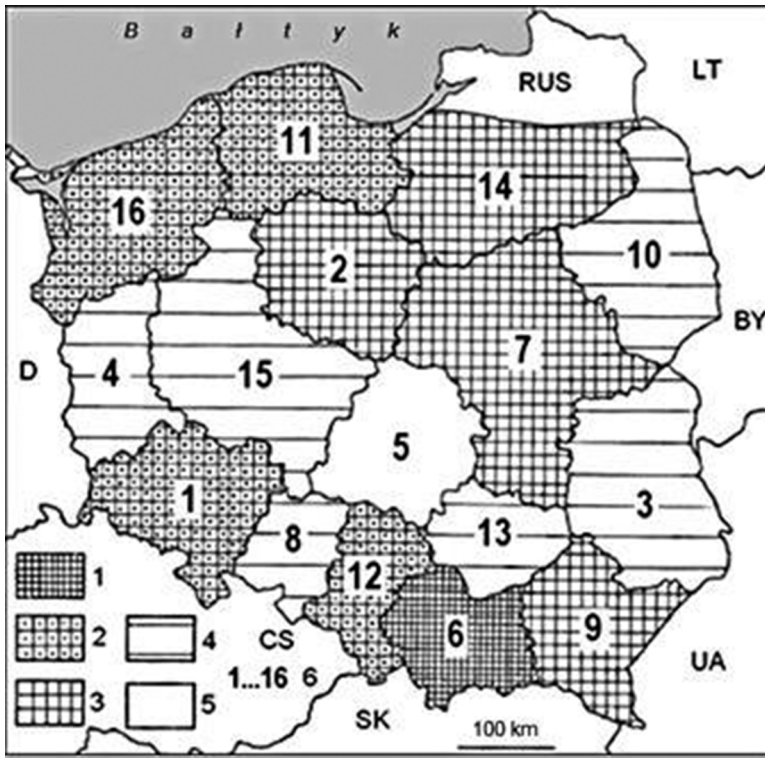
Dla pełniejszej identyfikacji dynamiki rynkowej regionów posłużono się techniką konstrukcji macierzy BCG (*Boston Consulting Group*), na której podstawie możliwe jest uzyskanie czteropolowej klasyfikacji wszystkich regionów (Maliszewski 2007). Do utworzenia macierzy typów rynkowych województw wykorzystano dwa wskaźniki: 1) udział regionu w liczbie noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w badanym okresie w bazie turystycznej (%), 2) wskaźnik dynamiki liczby noclegów w poszczególnych województwach w analizowanym okresie z jego odniesieniem do średniego poziomu dynamiki liczby noclegów w kraju. Dla oceny poziomu koncentracji przestrzennej elementów zagospodarowania turystycznego w układzie województw zastosowano indeks Herfindahla-Hirschmana oraz wskaźnik dyskretny. Przy ocenie poziomu efektywności wykorzystania potencjału turystycznego regionów opracowano współczynnik wielkości wartości uzyskanych usług turystycznych (W_p) w stosunku do posiadanej pojemności bazy noclegowej i liczby zatrudnionych w sekcjach obsługi turystycznej regionu. Przy analizie powiązania stopnia rozwoju funkcji turystycznych z poziomem rozwoju społeczno-ekonomicznego województw wykorzystano wyniki opracowania dynamicznego wskaźnika poziomu rozwoju z lat 2010–2019 (Bożek, Szewczyk, Jaworska 2021).

Wykorzystana została delimitacja regionów stosowana w badaniach statystycznych Polski oraz krajów UE z podziałem na jednostki NUTS-2 (16 województw). Uzględniono przy tym konieczność posiadania profilowanego organu zarządzania w regionach (województwach) dla efektywnego zarządzania układem przestrzennym. W Polsce po reformie samorządowej w 1999 r. jednostki podziału administracyjnego często traktuje się jako regiony turystyczne, stosowane dla analizy przestrzennej rynku turystycznego (GUS 2020a). Powstałe Regionalne Organizacje Turystyczne (ROT), mające za zadanie wspomagać władze regionalne w kreowaniu polityki turystycznej i podejmować efektywne działania dla lepszego wykorzystania walorów turystycznych, w konsekwencji powinny służyć wzrostowi skuteczności zarządzania rynkiem turystycznym, implikując zmiany w logistyce i jakości obsługi ruchu turystycznego w regionach turystycznych (Fedyk i in. 2017).

Dynamika gospodarki turystycznej Polski i kształtowanie typów rynkowych regionów w warunkach ewolucyjnego rozwoju

Polska jest jednym z krajów o potencjalnie dużych, ale nie w pełni wykorzystanych zasobach rozwoju turystyki. Rynek turystyczny w Polsce różni się ilościowo i jakościowo od krajów europejskich o rozwiniętym sektorze turystycznym. Zmniejszanie istniejącego opóźnienia w poziomie rozwoju sektora turystycznego, w stosunku do bardziej rozwiniętych krajów Europy Zachodniej, realizowane jest poprzez kompleks różnorodnych programów rozwoju rynku usług turystycznych, zapewniających bardziej efektywne wykorzystanie czynników atrakcyjności turystycznej i krajobrazowej kraju, a także potencjału kulturowego i historycznego. Sprzyja temu znaczna powierzchnia chronionych obszarów przyrodniczych ze zróżnicowaną roślinnością i fauną (sieć 23 parków narodowych i 122 parków krajobrazowych, 1493 rezerwatów, które wraz z obszarami chronionymi wszystkich typów zajmują 32,5% powierzchni kraju), miasta kulturowe i historyczne z zabytkami kultury i historii różnych epok historycznych (23 obiekty znajdują się na Liście Światowego Dziedzictwa Przyrodniczego i Kulturowego UNESCO). Łącznie z ogólnej liczby około 600 tysięcy obiektów historycznych i kulturowych najatrakcyjniejszych dla ekspozycji turystycznej jest 600 obiektów zlokalizowanych w 390 miastach i innych miejscowościach.

Kompleksowa ocena atrakcyjności regionów dla rozwoju turystyki (z wykorzystaniem czynników środowiskowych – 12 wskaźników, potencjału kulturowego i historycznego – 8 wskaźników oraz bazy hotelowej – 2 wskaźniki) pozwoliła na uszeregowanie wszystkich województw według sumy uzyskanych punktów (Łysoń 2017). Na podstawie przeprowadzonej analizy stwierdzono, że najbardziej atrakcyjne dla rozwoju usług turystycznych są województwa: małopolskie (Kraków), pomorskie (Gdańsk–Sopot–Gdynia) oraz dolnośląskie (Wrocław), za którymi lokuje się śląskie (Katowice) i zachodniopomorskie (Szczecin) (ryc. 1). Analiza całokształtu czynników przyrodniczych i kulturowo-historycznych pozwala stwierdzić, że najbardziej atrakcyjnymi dla rozwoju turystyki regionami są województwa położone w pasie Karpat i Sudetów (Dolny Śląsk, Śląsk, Małopolska i Podkarpacie – z wyjątkiem województwa opolskiego), a także regiony położone w północnej części Polski w strefie przybrzeżnej Morza Bałtyckiego (województwa: zachodniopomorskie, pomorskie) oraz w mniejszym stopniu na obszarze pojeziernym (województwo warmińsko-mazurskie). Z kolei województwa mniej atrakcyjne turystycznie leżą w środkowym płaskim pasie równoleżnikowym kraju: od lubuskiego na zachodzie, przez wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, mazowieckie, świętokrzyskie, po województwa pogranicza wschodniego (podlaskie, lubelskie). Z kolei regionami najmniej atrakcyjnymi pod względem uwarunkowań rozwoju turystyki są województwa łódzkie i opolskie (Łysoń 2017).



Objaśnienia: (liczby przy nazwie regionu oznaczają jego położenie na mapie): Grupy: 1 – najatrakcyjniejsze (woj. małopolskie (6) – powyżej 12 pkt), 2 – wysoko atrakcyjne (pomorskie (11), dolnośląskie (1), zachodniopomorskie (16), śląskie (12) – 7,1–8,6 pkt), średnio atrakcyjne (mazowieckie (7), kujawsko-pomorskie (2), warmińsko-mazurskie (14), podkarpackie (9) – 5,1–6,5 pkt), mniej atrakcyjne (lubuskie (4), wielkopolskie (15), opolskie (8), podlaskie (10), lubelskie (3), świętokrzyskie (13) – 3,5–4,5 pkt), mało atrakcyjne (łódzkie (5) – poniżej <3,1 pkt).

Explanations: (numbers next to the name of the region indicate its location on the map): Groups: 1 – the most attractive (Małopolskie (6) – over 12 points), 2 – highly attractive (Pomorskie (11), Dolnośląskie (1), Zachodniopomorskie (16), Śląskie (12) – 7.1–8.6 points), moderately attractive (Mazowieckie (7), Kujawsko-Pomorskie (2), Warmińsko-Mazurskie (14), Podkarpackie (9) – 5.1–6.5 points), less attractive (Lubuskie (4), Wielkopolskie (15), Opolskie (8), Podlaskie (10), Lubelskie (3), Świętokrzyskie (13) – 3.5–4.5 points), unattractive (Łódzkie Voivodeship (5) – below <3.1 points).

Ryc. 1. Atrakcyjność turystyczna potencjału przyrodniczego i kulturowego regionów Polski
Fig. 1. Tourist attractiveness of the natural and cultural potential of Polish regions

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łysoń 2017.

Source: own study based on Łysoń 2017.

Tab. 1. Baza i ruch turystyczny wg województw w latach 2013–2019

Table 1. Tourist infrastructure and traffic by voivodeships in the years 2013–2019

Lp No	Województwa Voivodeships	Liczba miejsc noclegowych w 2019 r. w tys. The number of accommodation facilities in 2019 in thousands.	Liczba udzielonych noclegów, w 2013 r. w tys. Number of overnight stays provided in 2013 in thousands	Liczba udzielonych noclegów, w 2019 r. w tys. Number of overnight stays provided in 2019 in thousands	Udział regionu w noclegach turystycznych 2019 r. w % Region's share in tourist accommodation facilities in 2019 in %	Dynamika liczby noclegów 2019/2013, 2013=100% Dynamics of the overnight stays 2019/2013, 2013=100%
1	Dolnośląskie	70 955	5 921,1	9 617,9	10,3	162,4
2	Kujawsko-pomorskie	31 876	3 167,3	4 570,1	4,9	144,3
3	Lubelskie	27 953	1 593,9	2 381,0	2,6	149,4
4	Lubuskie	19 818	1 195,6	1 480,0	1,6	123,8
5	Łódzkie	24 153	2 035,6	2 726,7	2,9	133,9
6	Małopolskie	104 921	9 678,9	14 855,5	15,9	153,5
7	Mazowieckie	64 402	6 256,0	9 709,9	10,4	155,2
8	Opolskie	9 769	595,4	938,2	1,0	157,6
9	Podkarpackie	35 705	297,1	3602,1	3,9	156,8
10	Podlaskie	15 035	1 018,6	1 315,5	1,4	129,1
11	Pomorskie	119 521	6 546,6	10 333,3	11,1	157,8
12	Śląskie	51 639	4 557,1	6 520,3	7,0	143,1
13	Świętokrzyskie	18 447	1 342,2	1 940,1	2,0	144,5
14	Warmińsko-mazurskie	42 998	2 691,6	3 379,5	3,6	125,6
15	Wielkopolskie	42 916	2 840,9	3 887,8	4,2	136,8
16	Zachodnio-pomorskie	145 414	11 221,4	16 084,7	17,2	143,3
	Polska	825 522	62,959,5	93 342,7	100,0	148,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own elaboration based on Central Statistical Office.

W celu określenia typów rynkowych regionów oraz ich dynamiki w okresie ewolucyjnego rozwoju wykorzystano konstrukcję macierzy BCG (*Boston Consulting Group*), na podstawie której możliwe jest uzyskanie czteropolowej klasyfikacji wszystkich województw (tab. 3). Do utworzenia macierzy typów rynkowych województw posłużyły dwa wskaźniki statystyczne (tab. 2): 1) udział regionu w liczbie noclegów

udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w 2019 r. w bazie turystycznej (%), 2) wskaźnik dynamiki liczby noclegów w poszczególnych województwach w latach 2013–2019 z jego odniesieniem do średniego poziomu wzrostu noclegów w kraju w badanym okresie.

Otrzymane wyniki potwierdzają przejawy regionalnej polaryzacji układu województw i ich grupowania, dokonanego pod względem wielkości i dynamiki całkowitej sprzedaży usług turystycznej, pojemności bazy noclegowej, noclegów udzielonych turystom krajowym i zagranicznym w 2019 r. w porównaniu z 2013 r. (tab. 1, 2; ryc. 2). Grupę I regionów-liderów tworzą województwa o wysokim udziale w udzielonych noclegach (10–16%) i wysokich wskaźnikach dynamiki ich wzrostu (153–158%, przy średniej dla kraju 148%) – małopolskie, pomorskie, mazowieckie i dolnośląskie, gdzie ranga funkcji turystycznych zbliżała się do rangi międzynarodowej. Wiodące

Tab. 2. Typologia województw Polski pod względem rynkowej dynamiki ruchu turystycznego w latach 2013–2019

Table 2. Typology of Polish voivodeships in terms of market dynamics of tourist traffic in the years 2013–2019

Tempo wzrostu liczby noclegów turystycznych w latach 2013–2019 w % (oś Y) (Polska 148,2 % = 1,0) Growth rate of the number of tourist overnight stays in the years 2013–2019 in % (Y-axis) (Poland 148.2% = 1.0)	Udział województw w liczbie noclegów turystycznych krajowych i zagranicznych turystów w 2019 r. w %) średni poziom 6,0 % Share of voivodeships in the number of domestic and foreign tourist overnight stays in 2019 in %, average level 6.0%	
	Wysoki udział w rynku (7–17%) >1,0 High market share (7–17%) >1.0	Niski udział w rynku (1–5%) <1,0 Low market share (1–5%) <1.0
> 1,0 (149–162 %)	Małopolskie (15,9/153,5) Mazowieckie (10,4/155,2) Pomorskie (11,1/157,8) Dolnośląskie (10,2/152,6)	Podkarpackie (3,9/156,8) Lubelskie (2,6/149,4) Opolskie (1,0/157,6)
< 1,0 (125–145 %)	Zachodniopomorskie (17,2/143,3) Śląskie (7,0; 143,1)	Kujawsko-pomorskie (4,9/144,3) Wielkopolskie (4,2/136,8) Warmińsko-mazurskie (4,2/125,6) Łódzkie (2,9/123,9) Świętokrzyskie (2,0/144,5) Podlaskie (1,4/129,1) Lubuskie (1,6/119,6)

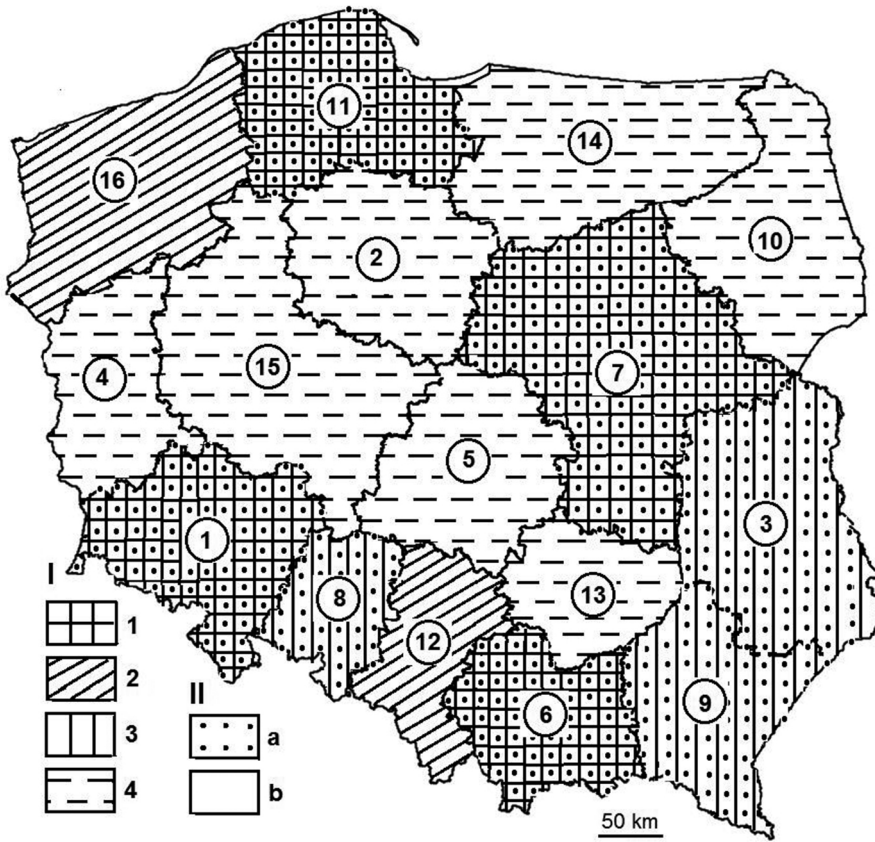
18%

6%

Udział w rynku w % (oś X)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 1.

Source: own elaboration based on table 1.



Objaśnienia: Nazwy województw 1–16 jak w tab. 2: I – udział regionów w rynku noclegów turystycznych (%): 1 – liderzy, 2 – donatory, 3 – problemowe, 4 – outsiderzy; II – dynamika rocznej liczby udzielonych noclegów turystycznych w latach 2013–2019: a) powyżej średniej krajowej, b) poniżej średniej.

Explanations: Names of voivodeships 1–16 as in table 2: I – share of regions in the market of tourist accommodations (%): 1 – leaders, 2 – donors, 3 – problematic, 4 – outsiders; II – dynamics of the annual number of tourist overnight stays offered in the years 2013–2019: a) above the national average, b) below the average.

Ryc. 2. Typy rynkowe regionów Polski pod względem wielkości i dynamiki ruchu turystycznego (2013–2019)

Fig. 2. Market types of Polish regions in terms of the size and dynamics of tourist traffic (2013–2019)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 2.

Source: own elaboration based on table 2.

regiony są obiecującym stabilnym źródłem dochodów z sektora turystycznego. Inwestycje, wysoko wykwalifikowana kadra i innowacyjne technologie powinny być kierowane właśnie do tych regionów. Zapewniają one wysoki wzrost sprzedaży produktów turystycznych oraz wysoki udział w rynku, który powinien być utrzymywany i zwiększany, co wymaga znacznych inwestycji dla utrzymania wysokich wskaźników wzrostu. Tak więc regiony-liderzy są rozwojowe i konkurencyjne, a inwestowanie w nich daje dużą gwarancję zysków przedsiębiorcom.

W grupie II regionów-donatorów znajdują się dwa duże regiony turystyczne kraju – zachodniopomorskie (17% udzielonych noclegów przy dynamice wzrostu w badanym okresie poniżej średniej krajowej – 143%) oraz województwo śląskie (7% udzielonych noclegów przy porównywalnej dynamice (tab. 1, ryc. 2). W pierwszym regionie tego typu funkcje turystyczne nabierają znaczenia międzynarodowego, które tworzą duże kurorty: Kołobrzeg i Świnoujście oraz liczne nadmorskie tereny turystyczno-rekreacyjne, a w drugim – znaczenia krajowego, gdzie rozwijają się regionalne ośrodki tu-rystyczne turystyki górskiej i uzdrowskiej (pasmo górskie Beskidów). Regiony-donatory wyróżniają się wysokim względnym udziałem w rynku, ale pojawiają się na nim zjawiska stagnacji. Są głównymi generatorami dochodów dla krajowego sektora turystycznego, ale także częściowo wymagają inwestycji w celu utrzymania poziomu sprzedaży produktów turystycznych i modernizacji infrastruktury turystycznej. Przy zaniechaniu podejść innowacyjnych, aktywnego marketingu i wprowadzenia nowych produktów turystycznych mogą w przyszłości utracić swoją pozycję.

Niewielką liczebnie grupę III kształtują 3 regiony problemowe (1–4% w ogólnej liczbie udzielonych noclegów i przy tempie wzrostu 149–157%) – podkarpackie, lubelskie, opolskie, wypełniające selektywne nisze w ofercie turystycznej, gdzie w niektórych z nich może wzrosnąć w najbliższych latach ranga funkcji turystycznych z regionalnych na ogólnopolskie (podkarpackie). Grupa problemowa obejmuje regiony z dynamicznie rozwijającą się ofertą turystyczną w wybranych segmentach rynku, ale – jak widać – mają one jeszcze niski udział w rynku. Takie regiony wymagają znacznych nakładów inwestycyjnych dla dalszego rozwoju i umocnienia swojej pozycji na rynku. Inwestycje powinny być ukierunkowane przede wszystkim na rozwój produktów turystycznych mających przewagę konkurencyjną na rynku regionalnym. W przyszłości mogą stać się zarówno liderami (przy wzroście udziałów w rynku usług noclegowych oraz zachowaniu wysokiego tempa ich wzrostu), jak i outsiderami (przy stagnacji udziałów w rynku noclegów oraz spadku tempa wzrostu).

Grupa IV regionów outsiderów obejmuje dwie nieco różniące się podgrupy, gdzie w pierwszej – wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie – obserwuje się wyższy udział w rynku noclegów turystycznych (4,2–4,9%) oraz 4 województwa, w których udział w rynku noclegów nie przekracza 2–4% (łódzkie, świętokrzyskie, podlaskie, lubuskie), a tempo wzrostu kształtuje się poniżej średniej

krajowej (120–144%) w całej grupie. Oczywiście ranga funkcji turystycznych w tych regionach znajduje się w fazie przejściowej od rangi lokalnej do regionalnej (tab. 2).

Regiony pierwszej podgrupy (wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie) mają stosunkowo wysoki udział w rynku noclegów (ponad 4%). Z uwzględnieniem statystyk ruchu turystycznego w małych obiektach noclegowych (do 9 miejsc) oraz wynajmu kwater prywatnych na platformach internetowych (Airbnb i in.), po odbudowie rynku w okresie popandemijnym, mogą przejść do grupy regionów-dawców z wysokim udziałem w rynku i nieco niższą dynamiką ich wzrostu. Jest to istotny segment rynku turystycznego, ponieważ w 2021 r. w pokojach gościnnych i kwaterach agroturystycznych, zaliczanych przez GUS do małych obiektów noclegowych (do 9 miejsc), udzielono 3,1 mln noclegów, z tego 2,9 mln turystom krajowym (93,5%), co wynikało z poszukiwania miejsc o mniejszej koncentracji turystów w warunkach pandemii. Najwięcej noclegów w małych obiektach posiadających mniej niż 10 miejsc noclegowych udzielono turystom w województwie zachodniopomorskim – 24,4%, a następnie w województwach: pomorskim (16,9%), dolnośląskim (15,8%) i małopolskim (9,1%) oraz warmińsko-mazurskim (GUS 2021).

Warta uwagi jest również rosnąca na rynku turystycznym baza „niewidocznych” w statystykach miejsc noclegowych, którą stanowią domy i mieszkania wynajmowane krótkoterminowo turystom, nazywane mieszkaniami turystycznymi na platformach internetowych. W Polsce w lipcu 2021 r. istniała baza informacyjna o 31,8 tys. ofert mieszkań turystycznych, w których znajdowało się łącznie 150,9 tys. miejsc noclegowych, w tym około 88% na platformie Airbnb, 7% na Vrbo (Adamiak 2022). Przeważnie były one skoncentrowane w największych miastach kraju oraz pasach: nadmorskim, górskim oraz pojezierzy. Regiony nadmorskie koncentrowały w lipcu-wrześniu 2022 r. 40% z 9 135,2 tys. noclegów udzielonych w mieszkaniach wynajmowanych, pas górski – 34,3% (małopolskie, śląskie, dolnośląskie), region stołeczny (mazowieckie) – 10,4%, strefa pojezierzy – 8,3% (warmińsko-mazurskie, kujawsko-pomorskie, wielkopolskie) (Eurostat 2022). Taki układ koncentracji przestrzennej małych obiektów noclegowych oraz mieszkań turystycznych podkreśla rangę funkcji turystycznej regionów liderów i częściowo wzmacnia pozycję regionów problemowych strefy pojezierzy w ich strategii przejścia do grupy liderów czy donatorów.

W pozostałych regionach IV typu, które zaczęły wdrażać nowe produkty i programy turystyczne później niż w regionach-liderach, występuje stosunkowo niski udział sektora turystycznego oraz wolno rosnący lub stagnacyjny rynek sprzedaży produktów turystycznych o niskim poziomie rentowności. Konieczna jest dogłębna analiza istniejącego potencjału i popytu na ich produkty, a w przypadku zidentyfikowania negatywnych trendów i niejasnych perspektyw należy przekierować środki na rozwój w innych sektorach usługowych tych regionów. Regiony-outsiderzy, nie mające wysokiego udziału w rynku noclegów turystycznych przy niewysokich tempach ich wzrostu, mają możliwości zwiększenia swojej pozycji rynkowej

przy wyjściu ze stanu kryzysowego po okresie pandemii, realizując nowe produkty rehabilitacji zdrowotnej i odnowy biologicznej. Potencjał priorytetowych produktów turystycznych dla rynku krajowego i zagranicznego zawiera w województwach, według diagnozy Polskiej Organizacji Turystycznej, ponad 350 produktów (tab. 3), co może służyć aktywizacji rynku w okresie popandemijnym (Buczak i in. 2022).

Tab. 3. Poziom rozwoju czynników gospodarczych rynku turystycznego Polski
Table 3. The level of development of economic factors in the Polish tourist market

Lp No	Województwa Voivodeships	Poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego regionów w 2019 r., WPR ^a Level of socio-economic development of regions in 2019, WPR ^{a)}	Wartość usług turystycznych w mln PLN ^b w 2018 r. Value of tourist services in mil PLN ^b in 2018	Przeciętne zatrudnienie w sekcji zakwaterowanie i gastronomia, liczba osób ^c w 2018 r. Average employment in the accommodation and catering section number of persons ^c in 2018	Wskaźnik atrakcyjności turystycznej województw ^d w 2016 Tourist attractiveness index of voivodeships ^d in 2016	Potencjał priorytetowych produktów turystycznych ^e (rynek krajowy/ zagraniczny) Potential of priority tourist products ^e (domestic/ foreign market)
1	Dolnośląskie	0,683	6 421,6	22 919	7,956	21/6
2	Kujawsko-pomorskie	0,425	1 844,3	6 642	5,194	6/1
3	Lubelskie	0,489	1 838,7	5 327	3,564	26*/12*
4	Lubuskie	0,486	1 075,5	3 442	4,549	8/12
5	Łódzkie	0,491	1 593,6	8 901	3,041	12/10
6	Małopolskie	0,566	14 703,0	21 918	12,112	22/17
7	Mazowieckie	0,767	7 666,0	46 603	5,202	10/7
8	Opolskie	0,457	3 208,3	3 259	3,684	12/2
9	Podkarpackie	0,462	3 620,2	6 553	6,368	21/16
10	Podlaskie	0,317	1 412,8	3 537	4,173	12/13
11	Pomorskie	0,622	7 341,1	13 927	8,163	19/15
12	Śląskie	0,684	4 027,2	18 238	7,190	19/15
13	Świętokrzyskie	0,351	930,2	3 959	3,795	11/11
14	Warmińsko-mazurskie	0,342	2 303,8	5 266	5,973	9/11
15	Wielkopolskie	0,621	4 039,0	13 059	4,034	11/7
16	Zachodnio-pomorskie	0,518	5 588,6	12 129	7,075	8/9
	Polska	x	67 514, 0	195 675	x	201/152

Źródło: opracowanie na podstawie danych GUS oraz: a) Bożek, Szewczyk, Jaworska 2021; b) Ślusarz i in. 2019; c) Rocznik Statystyczny Województw 2019; d) Łysoń 2017; e) Buczak i in. 2022; *Tylko produkty określone jako występujące (bez oznaczenia rangi).

Source: study based on Central Statistical Office data and: a) Bożek, Szewczyk, Jaworska 2021; b) Ślusarz et al. 2019; c) Statistical yearbook of voivodeships 2019; d) Łysoń 2017; e) Buczak et al. 2022;

*Only products specified as occurring (no rank).

Ocena poziomu rozwoju funkcji turystycznych regionów w warunkach gospodarki rynkowej powinna uwzględniać poziom efektywności wykorzystania kapitału i siły roboczej. Oprócz wskaźników ruchu turystycznego (liczba turystów, noclegów udzielonych w obiektach zakwaterowania turystycznego), obliczanych w stosunku do liczby stałych mieszkańców lub powierzchni regionów, warto przy takiej analizie uwzględniać uzyskane dochody gospodarki turystycznej regionu w stosunku do posiadanej w regionie bazy noclegowej i liczby zatrudnionych w sekcjach obsługi turystycznej (zakwaterowanie i gastronomia, kultura, rozrywka i rekreacja, działalność agencji turystycznych). Dla oceny poziomu efektywności wykorzystania potencjału regionów w ogólnym zarysie, może być wykorzystany, opracowany przez autora, współczynnik wielkości wartości uzyskanych usług turystycznych (W_t) w stosunku do posiadanej pojemności bazy noclegowej i liczby zatrudnionych w sekcjach obsługi turystycznej regionu:

$$W_t = Q/\sqrt{K \times Z} \quad [1]$$

gdzie:

Q – roczna wartość wydatków turystów w regionie (województwie) (mln zł. PLN),
 K – pojemność bazy noclegowej obiektów turystycznych (tys. miejsc), Z – przeciętna liczba zatrudnionych w sekcjach zakwaterowania i gastronomia (tys. osób) w analizowanym roku.

W okresie stosunkowo stabilnego rozwoju rynku Polski w latach 2014–2018 wydatki turystów związane z podróżami wynosiły średnio w roku 57 mld zł, przekraczając w 2018 r. 67,5 mld zł. Największe wydatki w 2018 r., jak pokazały ogólnokrajowe badania statystyczne (Ślusarz i in. 2019), ponieśli turyści odwiedzający województwa małopolskie – ponad 14,7 mld zł oraz mazowieckie – 7,7 mld zł (tab. 2). Województwa nadmorskie uzyskały wysokie dochody: pomorskie – 7,3 mld zł, zajmując trzecią pozycję, a zachodniopomorskie – 5,6 mld zł, zajmując piątą pozycję po woj. dolnośląskim (6,4 mld zł). Analiza współczynnika efektywności ekonomicznej wykorzystania potencjału gospodarki turystycznej wszystkich regionów pokazała, że w 2018 r. do grupy liderów (współczynnik efektywności powyżej średniej krajowej $>1,1$) należało 6 regionów (małopolskie, pomorskie, wielkopolskie, podkarpackie, opolskie, podlaskie). Do grupy ze średnimi współczynnikami efektywności (0,8–0,95 średniego poziomu krajowego) weszło 7 województw – dolnośląskie, mazowieckie, śląskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie, lubelskie i lubuskie, a najniższe wartości współczynnika efektywności (0,65–0,75 średniego poziomu krajowego) miały województwa: kujawsko-pomorskie, łódzkie i świętokrzyskie. Regionalny układ analizowanego współczynnika wskazuje, że koncentracja bazy noclegowej i liczby zatrudnionych w branży turystycznej, przy oddziaływaniu czynnika wysokiej sezonowości i niewystarczającym poziomie działalności marketingowej, nie gwarantuje wyższej efektywności ekonomicznej działalności branży.

Zmiany podstawowych trendów rozwoju regionów turystycznych w okresie niepewności pandemicjnej

Trzyletni okres po wybuchu koronawirusa COVID-19 w Chinach i okresie jego rozprzestrzenienia się w większości krajów świata, cechował się znacznym wpływem na gospodarkę krajów i regionów, dynamikę branży turystycznej, zdrowie i życie społeczne. W zależności od sytuacji krajowe systemy turystyczne zostały dotknięte ograniczeniami w podróżowaniu, blokadami, kwarantannami i obowiązkowymi testami, tworząc niestabilne i nieprzewidywalne środowisko biznesowe i podróżnicze (Gössling, Schweiggart 2022). Badania procesu oddziaływania pandemii COVID-19 na turystykę międzynarodową Europy wykazały wyraźnie, że kryzys w 2020 r. dotknął w większym stopniu kraje śródziemnomorskie (w tym najmocniej Hiszpanię i Grecję). Z drugiej strony pandemia najmniej dotknęła kraje skandynawskie, kraje bałtyckie oraz położone w centralnej części Europy. Ogólnie okazało się, że relatywnie najlepsza sytuacja na arenie turystyki międzynarodowej istniała w krajach o mniejszym znaczeniu turystyki w gospodarce (np. Polska) (Korinth, Wendt 2021). Przy badaniach przestrzennych zróżnicowań dynamiki rynku turystycznego trzeba brać pod uwagę, że stan zagospodarowania turystycznego i atrakcyjność turystyczna regionów są dość wyraźnie zróżnicowane przestrzennie w ramach poszczególnych krajów. W okresie przedpandemijnym pod względem liczby udzielonych noclegów w 2019 r. na 1000 mieszkańców największe znaczenie miała turystyka we Francji (ponad 6 tys. noclegów), wysoką pozycję zajmowały Republika Czeska i Niemcy, nie ustępując jej znacząco (odpowiednio około 5,3 i 5,2 tys. noclegów). Liczba noclegów per capita na Węgrzech była znacznie niższa (ok. 3,4 tys.), a Polska zajmowała ostatnie miejsce (2,5 tys. noclegów na 1000 mieszkańców) w zestawieniu wybranych krajów (Smętkowski i in. 2021). W 2022 r., w okresie zniesienia większości ograniczeń wywołanych pandemią, wskaźnik ten w kraju dało się przywrócić do 2,4 tys. noclegów/1000 mieszkańców.

W 2021 r. zniesienie szeregu ograniczeń pandemicjnych w kraju, przy obecności na rynkach międzynarodowych, spowodowało częściową odbudowę konsumpcji turystycznej przy osiągnięciu blisko 70% przedpandemijnego poziomu noclegów turystycznych na rynku krajowym (ryc. 3, tab. 3). Warto zwrócić uwagę, że w typologii rynkowej województw I grupa liderów liczyła dwa regiony poprzedniej typologii (pomorskie, dolnośląskie) z okresu przedpandemijnego lat 2013–2019 (bez województwa mazowieckiego oraz małopolskiego, które zachowały wysokie udziały w rynku, ale nie osiągnęły wysokiego tempa rocznego wzrostu liczby noclegów, w warunkach ograniczeń pierwszego kwartału w okresie turystyki zimowej). Pierwsza grupa regionów liderów (z wejściem do grupy regionu zachodniopomorskiego) utrzymywała wiodącą pozycję na rynku noclegów turystycznych (42%) oraz razem z grupą II regionów-donatorów (mazowieckie, śląskie, małopolskie) stanowiła jego zdecydowaną większość (ponad 71%) noclegów turystycznych.

Tab. 4. Typologia województw Polski pod względem rynkowej dynamiki ruchu turystycznego w okresie pandemicznym (2019–2021)

Table 4. Typology of Polish voivodeships in terms of market dynamics of tourist traffic during the pandemic period (2019–2021)

Tempo liczby noclegów turystycznych w latach 2019–2021 w % (oś Y) (Polska 67%=1,0) Growth rate of tourist overnight stays in the years 2019–2021 in % (Y-axis) (Poland 67%=1.0)	Udział województw w liczbie noclegów turystycznych krajowych i zagranicznych turystów w 2021 r. w %, średni poziom 6,0% Share of voivodeships in the number of tourist overnight stays of domestic and foreign tourists in 2021 in % average level 6.0%	
	Wysoki udział w rynku (6,5–19,0%) >1,0 High market share (6.5–19.0%) >1.0	Niski udział w rynku (0,8–4,9%) <1,0 Low market share (0.8–4.9%) <1.0
> 1,0 (67–78%)	Zachodniopomorskie (19,0/74,2) Pomorskie (12,7/77,3) Dolnośląskie (10,3/67,1)	Kujawsko-pomorskie (4,9/67,5) Wielkopolskie (4,1/66,9) Warmińsko-mazurskie (4,1/75,8) Podkarpackie (3,8/67,0) Lubelskie (2,7/71,8) Świętokrzyskie (2,2/72,3) Lubuskie (1,8/78,1) Podlaskie (1,6/77,7)
< 1,0 (54–63%)	Małopolskie (14,0/59,4) Mazowieckie (8,7/56,4) Śląskie (6,5/62,9)	Łódzkie (2,5/58,5) Opolskie (0,8/54,6)

18%

6%

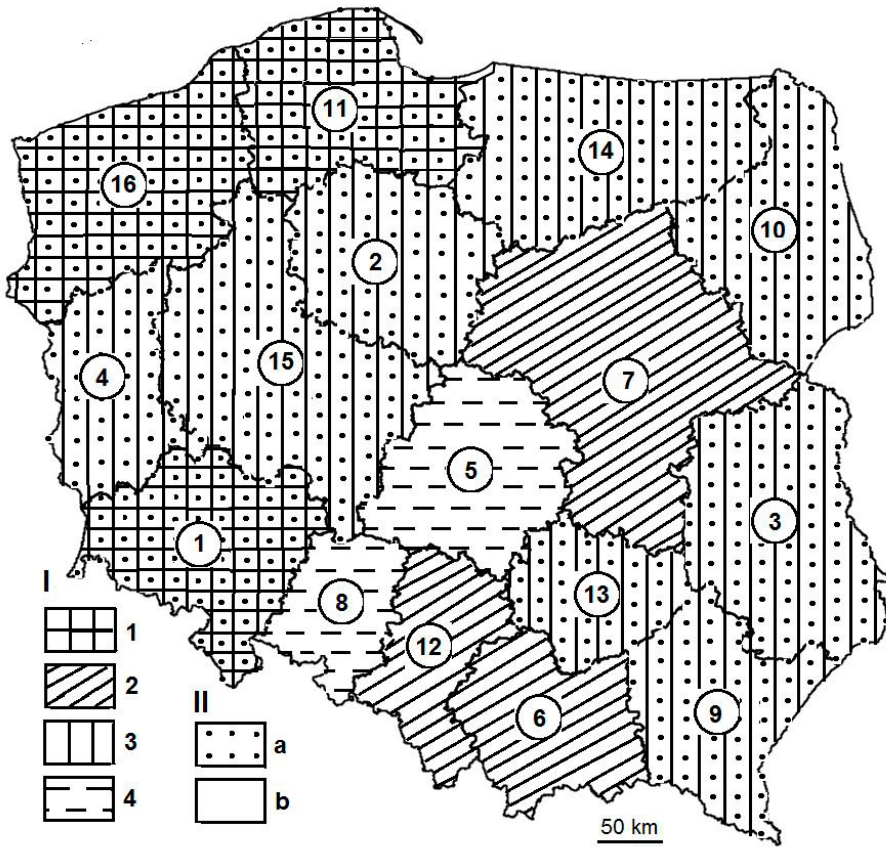
Udział w rynku w % (oś X)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own study based on data from the Central Statistical Office.

W warunkach niepewnego rozwoju wzrosła grupa III regionów problemowych, w której do poprzedniego składu 3 województw (z niewysokim udziałem w rynku, ale przy dynamice nieco wyższej od średniej krajowej) dołączyły kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie, wielkopolskie z udziałami w rynku na poziomie około 4%). Grupa IV regionów-outsiderów była nieliczna (łódzkie, opolskie), wskaźniki udziałów w rynku noclegów spadły w stosunku do 2019 r., a dynamika wzrostu była poniżej 60% (tab. 3).

W 2022 r. przy mniejszej liczbie ograniczeń pandemicznych w kraju i utrzymującej się niepewności rynków zagranicznych udało się odbudować rynek turystyki krajowej pod względem udzielonych noclegów, którego dynamika wyniosła 96,4% w skali krajowej i niewielkim wzroście (102–104% w nielicznych województwach (tab. 5). Udziały w rynku noclegów turystów zagranicznych, stanowiące w okresie przedpandemicznym 20% (2019 r.), które utrzymały się na tym poziomie w 2020 r., w wyniku konfliktu zbrojnego za wschodnią granicą Polski spadły do 16,4% (2022 r.).



Objasnienia: I – udział regionów w rynku noclegów turystycznych (%): 1 – liderzy, 2 – problemowe, 3 – donatorzy, 4 – outsiderzy; II – dynamika rocznej liczby udzielonych noclegów turystycznych w latach 2019–2021: a) powyżej średniej krajowej, b) poniżej średniej.

Explanations: I – share of regions in the tourist accommodation market (%): 1 – leaders, 2 – problematic, 3 – donors, 4 – outsiders; II – dynamics of the annual number of tourist overnight stays offered in the years 2019–2021: a) above the national average, b) below the average.

Ryc. 3. Typy rynkowe regionów Polski w okresie pandemijnym pod względem wielkości i dynamiki ruchu turystycznego (2019–2021)

Fig. 3. Market types of Polish regions during the pandemic period in terms of the volume and dynamics of tourist traffic (2019–2021)

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 4.

Source: own elaboration based on table 4.

Tab. 5. Typologia województw Polski pod względem rynkowej dynamiki ruchu turystycznego w okresie postpandemijnym (2019–2022)

Tab. 5. Typology of Polish voivodships in terms of market dynamics of tourist traffic in the post-pandemic period (2019–2022)

Tempo liczby noclegów turystycznych w latach 2019–2022 w % (oś Y) (Polska 96,4%=1,0) Growth rate of tourist overnight stays in the years 2019–2022 in % (Y-axis) (Poland 96,4%=1.0)	Udział województw w liczbie noclegów turystycznych krajowych i zagranicznych turystów w 2022 r. w %, średni poziom 6,0 % Share of voivodships in the number of tourist overnight stays of domestic and foreign tourists in 2022 in %, average level 6.0%	
	Wysoki udział w rynku (6,8–17,0%) >1,0 High market share (6.8–17.0%) >1.0	Niski udział w rynku (0,8–4,9%) <1,0 High market share (0.8–4.9%) <1.0
> 1,0 (77–106 %)	Mazowieckie (11,4/106,0) Dolnośląskie (10,7/100,2) Pomorskie (11,1/97,0)	Kujawsko-pomorskie (5,0/98,5) Lubelskie (2,7/101,9) Podlaskie (1,4/97,6)
< 1,0 (76–96 %)	Zachodniopomorskie (17,0/94,3) Małopolskie (15,2/92,1) Śląskie (6,8/94,4)	Wielkopolskie (4,2/96,2) Warmińsko-mazurskie (3,4/91,3) Podkarpackie (3,8/94,9) Łódzkie (2,9/94,2) Świętokrzyskie (2,0/95,1) Lubuskie (1,6/94,5) Opolskie (0,8/76,5)

18%

6%

Udział w rynku w % (oś X)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own study based on data from the Central Statistical Office.

Skład grupy I regionów-liderów i grupy II regionów-donorów rynku nie doznał istotnych zmian po odbudowie rynku w 2022 r. Województwo małopolskie przeszło z I do II grupy z niższym tempem wzrostu liczby noclegów i potrzebuje nieco dłuższego czasu dla odbudowania długości sezonów turystyki letniej i zimowej. Liczebność III grupy regionów problemowych spadła do poziomu z 2019 r. (3 województwa – kujawsko-pomorskie z udziałem w rynku około 5% oraz lubelskie i podlaskie). Do najliczniejszej IV grupy regionów-outsajderów weszło 7 regionów (województwa: podkarpackie, warmińsko-mazurskie oraz wielkopolskie z udziałem w rynku noclegów około 4%, przy realizacji nowych programów i produktów turystycznych mogą w najbliższych latach zasilić grupę donatorów).

Istotnym zagadnieniem rozwoju układu przestrzennego regionów turystycznych jest analiza poziomu koncentracji przestrzennej badanych elementów na różnych poziomach hierarchii. Do analizy stopnia i zmian poziomu koncentracji przestrzennej ruchu turystycznego można zastosować indeks Herfindahla-Hirschmana (HHI), obliczany jako suma kwadratów wielkości udziałów wszystkich podmiotów działających na danym rynku (Kwiatkowska 2014). Przy uzyskaniu wartości HHI poniżej 1000

w badaniach rynkowych przyjmuje się niski stopień koncentracji, poziom od 1000 do 1800 wskazuje na umiarkowanie wysoką koncentrację, zaś powyżej 1800 – na bardzo wysoką koncentrację (wzór 2):

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2 \quad [2]$$

gdzie:

S_i^2 – udział rynkowy regionu w analizowanym zjawisku (kwadrat procentu /% udziałów w liczbie udzielonych noclegów turystycznych w analizowanym roku),
 n – liczba regionów analizowanych na krajowym rynku turystycznym (16 województw).

W celu określenia znaczenia jednostek-liderów przestrzennego układu można wykorzystać też wskaźnik dyskretny (CR_N) pokazujący stopień koncentracji badanego zjawiska. Jest on obliczany jako suma udziałów regionów z największymi wskaźnikami sumując udziały S_i pierwszych 3–5 regionów badanej zbiorowości z największymi wskaźnikami udziału (wzór 3).

$$CR_N = \sum_{i=1}^N S_i \quad [3]$$

gdzie:

S_i – udział i -tego regionu w badanym układzie rynku. Wybór N jest arbitralny i z reguły wynosi 3–5 pierwszych jednostek dla badanego roku. Otrzymane wyniki typologii rynkowej regionów z trzech okresów czasowych wykazują ich pewną stabilizację po okresie pandemicznym, przy czym ogólny poziom wskaźnika HHI (powyżej 1000 do 1800) wskazuje na umiarkowanie wysoką koncentrację układu przestrzennego noclegów turystycznych w układzie krajowym (tab. 6).

Z drugiej strony analiza wskaźników stabilności struktury przestrzennej regionów pokazuje, że poziom koncentracji bazy turystycznej w kraju nieznacznie wzrósł (102% w okresie 2005–2022) przy stabilnym układzie noclegów turystycznych. Pod względem wysokości wskaźnika dyskretnego (tab. 6) poziom koncentracji bazy noclegowej w 5 regionach-liderach w tymże okresie wzrósł z 58,9% do 62,7% (106,4%), przy nieco mniejszej dynamice poziomu koncentracji liczby udzielonych noclegów (103,5%).

Tab. 6. Zmiany poziomu koncentracji parametrów rynku turystycznego Polski w latach 2005–2022

Tab. 6. Changes in the level of concentration of the parameters of the Polish tourism market in 2005–2022

	2005	2013	2019	2022
Indeks HHI / HHI index				
– Liczba miejsc w bazie turystycznej Number of facilities in the tourist database	983,3	959,4	977,5	1 004,7
– Noclegi udzielone turystom Overnight stays provided to tourists	1 032,8	1006,5	1029,6	1 027,4
Wskaźnik dyskretny CR5 Discrete CR5 indicator				
– Liczba miejsc w bazie turystycznej Number of facilities in the tourist database	58,9	59,3	61,3	62,7
– Noclegi udzielone turystom Overnight stays provided to tourists	63,2	62,9	64,9	65,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own study based on data from the Central Statistical Office.

Dyskusyjność procesów kształtowania funkcji turystycznych regionów

Gospodarka turystyczna jest sferą aktywnych interakcji międzysektorowych, podatną na różne formy własności i rynkowy mechanizm rozwoju. W nowej sytuacji społeczno-gospodarczej okresu postpandemijnego należy dokonać ponownej oceny teoretycznych i metodologicznych podstaw organizacji przestrzennej branży turystycznej oraz dodatkowo dostosować je do mechanizmów zarządzania rynkowego. W kontekście przejścia od gospodarki scentralizowanej do rynkowej, zmiany priorytetów polityki społecznej państwa, w krajach Europy Środkowo-Wschodniej i w Polsce, spowodowały pewne zmiany w strukturze przestrzennej i funkcjonalnej turystyki. Głównymi kryteriami identyfikacji obszarów turystyczno-rekreacyjnych w badaniach geograficznych są zazwyczaj miejsce i ranga regionu zajmowana w hierarchicznej strukturze przestrzennej, specjalizacja funkcji turystycznych, struktura wewnętrzna regionu oraz charakter relacji z innymi obszarami i zespołem gospodarczym jako integralnym systemem. Istnieje pogląd, że regionotwórczy charakter mają jedynie funkcje egzogeniczne (zewnętrzne) realizowane w stosunku do innych obszarów. Przy takim podejściu podejmuje się próby zdefiniowania obszarów turystyczno-rekreacyjnych jako obszarów o dominującej funkcji turystycznej, a także stawia się tezę o ich przestrzennej dyskretności (Liszewski 2009; Rak, Pstroka-Rak 2011).

Należy zwrócić uwagę na fakt, że regiony o różnej randze hierarchicznej różnią się rodzajem powiązań wewnętrznych. Na poziomie makroregionalnym (strefowym) główną rolę odgrywają czynniki jednorodności warunków przyrodniczych, wspólności warunków społeczno-gospodarczych oraz poziomu rozwoju ekonomicznego, a wybrane obszary mają cechy obszarów jednorodnych. Na poziomie regionalnym większe znaczenie mają przejawy wzajemnych powiązań poszczególnych podsystemów (elementów) regionu, gdzie rolę decydującą odgrywają funkcje organizacyjne centrum regionu, struktura wewnętrzna oraz relacje sektora turystycznego z elementami przestrzeni społeczno-gospodarczej. Na poziomie lokalnym istotną rolę odgrywają czynniki ogólnego zagospodarowania przestrzennego (infrastruktura społeczna i transportowa), struktura morfologiczna różnych stref funkcjonalnych oraz obszarów turystycznych (Pirozhnik 2008, 2015). Trzeba też wziąć pod uwagę, że różnorodność kategorii obszarów i regionów recepcji ruchu turystycznego skłania do przeniesienia punktu ciężkości rozważań wokół zrównoważenia w turystyce na poziom regionalny i lokalny oraz konkretne warunki, w jakich przebiega rozwój turystyki. W wymiarze przestrzenno-funkcyjnym analiz geograficznych niezbędne jest odejście od interpretacji zrównoważonego rozwoju obszarów recepcyjnych, jako ich „idealnego” stanu (w praktyce często niemożliwego do określenia), na rzecz ewolucyjnego procesu zmian, który opiera się na racjonalnych przesłankach ekonomicznych i nie zmierza do z góry ustalonego modelu (Mika 2015).

Pojęcie regionów turystycznych i metody regionalizacji w Polsce ma półwieczną historię i bogate podstawy teoretyczne i metodologiczne (Warszyńska, Jackowski 1978; Wyrzykowski 1986; Kowalczyk 2001 i in.). Jedną ze znanych koncepcji definiuje region turystyczny jako obszar pełniący funkcję turystyczną w oparciu o jednorodność właściwości środowiska geograficznego oraz system powiązań wewnętrznych sektora usług. Polega ona na funkcjonowaniu w regionie systemu organizacji przestrzennej z zespołem elementów usługowych dostosowanych do warunków środowiskowych i relacji społecznych (Warszyńska, Jackowski 1978). Z tego punktu widzenia region turystyczny utożsamiany jest z jednostką administracyjną, w której ukształtowała się specjalizacja w funkcji turystycznej i zazwyczaj charakteryzuje się nierównomiernym rozkładem walorów i potencjału środowiska geograficznego. Następnie do koncepcji regionu turystycznego i regionalizacji wprowadzono wskaźniki natężenia ruchu turystycznego oraz ujęcie funkcjonalne, oparte na czynnikach potencjału geograficznego i stopniu rozwoju bazy noclegowej, z uwzględnieniem etapów kształtowania się przestrzeni turystycznej (Liszewski 2009).

Definicja regionu turystycznego jako części wspólnej przestrzeni geograficznej oraz konieczność spojrzenia na region, opartego w warunkach gospodarki rynkowej na czynniku popytowym, czyli ruchu turystycznym (z uwzględnieniem jego wielkości, charakteru i sezonowości) i na typie kształtowanej przez niego przestrzeni turystycznej, w której koncentruje się ruch turystyczny o różnym stopniu natężenia-

nia, stawiają kryteria funkcjonalne na pierwszym miejscu w regionalizacji przestrzeni turystycznej, nie negując roli potencjału geograficznego (Liszewski 2009). W wyniku takiego podejścia region turystyczny nabiera charakteru uniwersalnego, jako zjawisko gospodarcze, przestrzenne i społeczne. Głównym przejawem jego delimitacji jest poziom rozwoju funkcji turystycznych, mierzony intensywnością ruchu turystycznego, jego sezonowość oraz cechy społeczno-demograficzne. Zauważono również, że w nowych warunkach region turystyczny reprezentuje strukturę gospodarczą o różnym stopniu rozwoju funkcji turystycznych, co w zmieniającym się otoczeniu rynkowym stanowi pewien układ przestrzenno-funkcjonalny (Zmysłony, 2003). Podejście to nie stoi w sprzeczności, zdaniem autora tej pracy, z założeniami przestrzenno-funkcjonalnej koncepcji analizy struktury terytorialnej gospodarki turystycznej, określonymi wcześniej dla innych krajów (Pirozhnik 2008, 2015).

Dla efektywnego zarządzania układami przestrzennymi, którymi są regiony turystyczne, istotnym elementem jest organ zarządzania. W Polsce po reformie samorządowej w 1999 r. jednostki podziału administracyjnego często traktuje się jako regiony turystyczne, stosowane dla analizy przestrzennej rynku turystycznego (Szajt 2018 i in.). Nowe cechy charakterystyczne regionów turystycznych, jako struktur przestrzennych ukierunkowanych na zaspokojenie egzogenicznego popytu turystycznego, wzmacniają ich pozycję jako kategorii ekonomicznej, co odzwierciedla również efekt wtórnego efektu mnożnikowego sektora turystyki generującego konsumpcję pośrednią i indukowaną w innych sektorach regionów (Gryszel 2010).

Propozycje zastąpienia kategorii „region turystyczny” terminem „destynacja turystyczna” (zapożyczonym z teorii marketingu) w praktyce zarządzania konkurencyjnością regionów nie wzmocnią strony metodologicznej analizy, gdyż nie ujawnia ona w pełni mnożnika multiplikacji w granicach miejsca przeznaczenia. Należy zgodzić się z opinią (Kruczek 2017), że destynacja turystyczna opisuje docelowe miejsce migracji i pobytu turystów. Pojęcie to stosowane jest głównie do analizy zjawisk turystycznych w wymiarze lokalnym lub regionalnym na poziomie miasta, dzielnicy lub obszaru turystycznego. Bardziej produktywnie jest poszerzenie wykorzystania innych podejść badawczych – koncepcji klastrów i ogólnej teorii systemów – co pozwala na pogłębienie wewnętrznej analizy funkcjonowania regionu poprzez podkreślenie współzależności i specjalizacji poszczególnych podmiotów go tworzących. Syntetycznym modelem poziomu rozwoju funkcji turystycznych i ich roli w układzie społeczno-gospodarczym różnych hierarchicznych jednostek przestrzennych jest funkcjonalna typologia (obszarów turystycznych, ośrodków, regionów), rozumiana jako usystematyzowany obraz struktury przestrzennej, oraz kierunków rozwoju jej terytorialnej organizacji. Takie podejście pozwala na zdefiniowanie typu funkcjonalnego regionu jako kategorii dynamicznej, zmieniającej się w procesie rozwoju.

Stosując wyżej podane podejście można określić stopień rozwoju funkcji turystycznych regionów Polski i ich rangę funkcjonalną, cechy ich typów rynkowych, a także wyłaniających się cech rozwoju przestrzeni turystycznej (tab. 7).

Pierwsza grupa regionów obejmuje pięć województw (dwa nadmorskie – pomorskie, zachodniopomorskie, stołeczne metropolitalne – mazowieckie, dwa górskie południowe – małopolskie, dolnośląskie), gdzie koncentruje się prawie $\frac{2}{3}$ noclegowej bazy turystycznej kraju oraz ruchu i noclegów turystycznych. Regiony tej grupy odgrywają kluczową rolę w obsłudze turystów zagranicznych ($\frac{3}{4}$ ogółu noclegów turystów zagranicznych), co świadczy o wysokiej randze międzynarodowej funkcji turystycznych, mają stabilną dynamikę wzrostu ruchu turystycznego w większości województw tej grupy, bardziej rozwiniętą strukturę przestrzenną zagospodarowania turystycznego.

Do drugiej grupy należą trzy województwa wielkowiejskie (śląskie, wielkopolskie, kujawsko-pomorskie), w których poziom koncentracji bazy turystycznej, ruchu turystycznego i noclegów turystów nie przekracza $\frac{1}{5}$ całkowitego potencjału gospodarki turystycznej kraju o średnim poziomie dynamiki i kształtowaniu się struktur węzłowo-pasmowych w niektórych częściach regionów (tab. 5). Do typu rynkowego donatorów, oprócz województwa śląskiego, przy zwiększeniu udziałów w rynku noclegów turystycznych w najbliższych latach mogą dołączyć województwa wielkopolskie i kujawsko-pomorskie.

Trzecia grupa województw ustępuje nieznacznie poprzedniej pod względem wszystkich wskaźników rozwoju sektora turystycznego (porównywalnych w stosunku do regionów o randze krajowej z wyjątkiem noclegów turystów, w tym i turystów zagranicznych), wyróżnia się sezonową dynamiką ruchu turystycznego oraz ogniskowo-rozproszonym układem rozwoju przestrzennego zagospodarowania turystycznego najbardziej atrakcyjnych obszarów. Realizacja nowych priorytetowych programów obsługi ruchu turystycznego w okresie popandemijnej odbudowy rynku turystycznego w niektórych regionach (podkarpackie, warmińsko-mazurskie) pozwoli na podniesienie ich rangi rynkowej.

Regiony o randze lokalnej funkcji turystycznych mają dwukrotnie mniejszy udział w zagospodarowaniu turystycznym w porównaniu z trzecią grupą i spolaryzowany punktowy charakter struktury przestrzennej elementów zagospodarowania turystycznego. W typologii rynkowej tworzą one grupę outsiderów przy niewysokich udziałach w rynku ruchu turystycznego i ustępujących średnim krajowym wskaźnikom jego dynamiki.

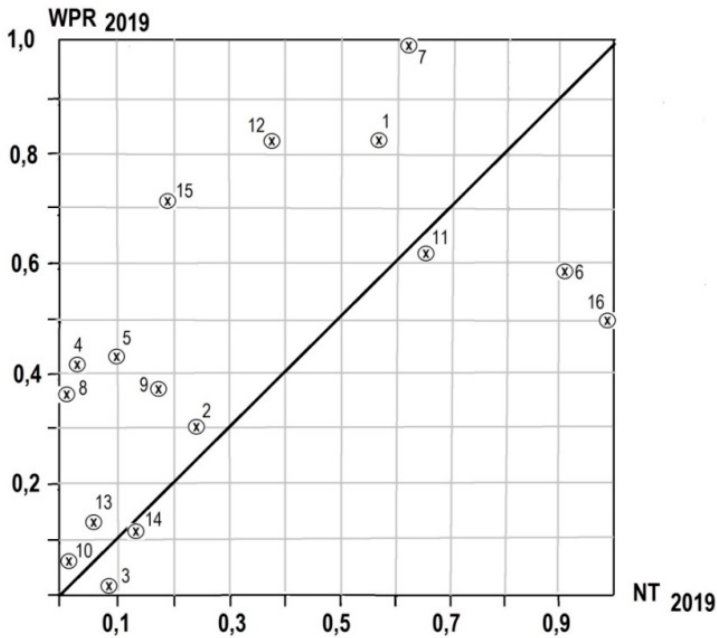
Kształtowanie układu przestrzennego oraz stopnia rozwoju funkcji turystycznych województw w istotny sposób jest uzależnione od ogólnego poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego oraz atrakcyjności potencjału turystycznego (ryc. 4–5). Dwa regiony pierwszej grupy o międzynarodowej randze funkcji turystycznej mają stosunkowo wysoki poziom rozwoju ekonomicznego (mazowieckie, dolnośląskie),

Tab. 7. Ranga stopnia rozwoju funkcji turystycznych województw Polski
 Table 7. Ranking of the level of development of tourist functions in Polish voivodeships

	Ranking poziomu rozwoju funkcji turystycznych regionów Ranking of the level of development of tourist functions in regions			
	Międzynarodowy International	Narodowy National	Regionalny Regional	Lokalny Local
Województwa/Regiony Voivodeships/Regions	Mazowieckie Małopolskie Pomorskie Zachodniopomorskie Dolnośląskie	Śląskie Wielkopolskie Kujawsko-pomorskie	Warmińsko-mazurskie Lubelskie Podkarpackie Łódzkie	Lubuskie Opolskie Podlaskie Świętokrzyskie
Turystyczna baza noclegowa w 2021 r.: Tourist accommodation infrastructure in 2021: – ogółem w tys. miejsc/% total, in thousand places/% – obiekty hotelowe / hotel facilities	491,2/64 176,4/60	112,5/14 53,0/18	119,6/15 45,4/15	55,9/7 21,6/7
Ruch turystyczny w 2022 r.: Tourist traffic in 2022: – ogółem turystów, tys. osób/% tourists in total, in thousand – turyści zagraniczni international tourists	21 371/63 4 327/74	5 934/17 671/11	4 786/14 555/10	2 158/6 294/5
Noclegi turystyczne w 2022 r.: Overnight stays in 2022: – ogółem tys. osobodni/% in total, in thousand person-nights/% – turyści zagraniczni international tourists	58 803/65 11 193/76	14 400/16 1 674/11	11 534/13 1 292/9	5 250/6 601/4
Liczba zatrudnionych w sektorze turystycznym w 2018 r., (sekcje I 55, I 56) w tys. osób/% Number of employees in the tourism sector in 2018, sections I 55, I 56), in thousand persons/%	117,5/60	38,5/20	26,0/13	14,0/7
Ranga funkcji turystycznych w sektorze usługowym Rank of tourism functions in the service sector	Dominująca	Równorzędna	Uzupełniająca	Dodatkowa
Dynamika ruchu turystycznego Dynamics of tourist traffic	Stabilny wzrost	Średni lub umiarkowany	Sezonowy intensywny	Ekstensywny okresowy
Typ struktury przestrzennej Type of spatial structure	Strefowo-sieciowy	Węzłowo-pasmowy	Ogniskowy rozproszony	Punktowy polaryzowany
Stadia rozwoju przestrzeni turystycznej Stages of development of tourist space	Konsolidacji	Rozwoju	Kształowania	Założenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS i analizy układów przestrzennych.

Source: own elaboration based on Central Statistical Office data and analysis of spatial systems.



Objaśnienia: WPR – standaryzowany wskaźnik poziomu rozwoju ekonomicznego regionów, NT – standaryzowany wskaźnik udziału regionów w liczbie udzielonych noclegów turystycznych

Województwa: 1 – dolnośląskie, 2 – kujawsko-pomorskie, 3 – lubelskie, 4 – lubuskie, 5 – łódzkie, 6 – małopolskie, 7 – mazowieckie, 8 – opolskie, 9 – podkarpackie, 10 – podlaskie, 11 – pomorskie, 12 – śląskie, 13 – świętokrzyskie, 14 – warmińsko-mazurskie, 15 – wielkopolskie, 16 – zachodniopomorskie.

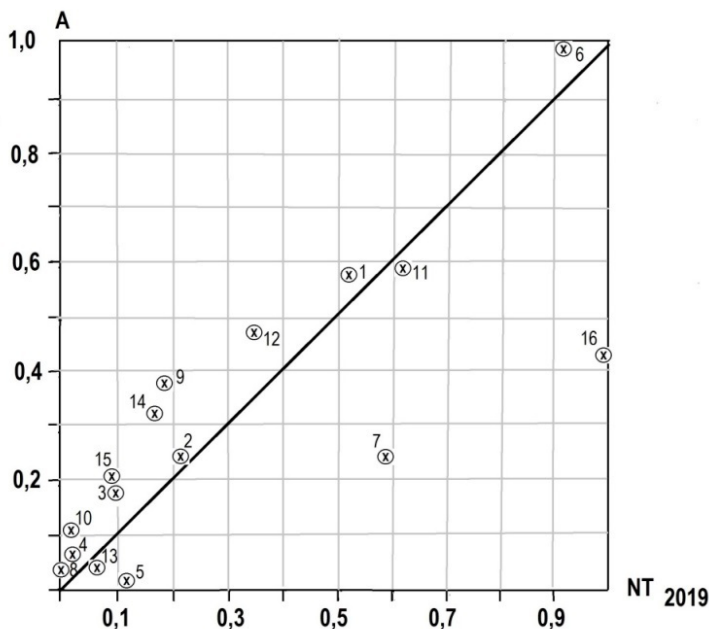
Explanations: WPR – standardized indicator of the level of economic development of regions, NT – standardized indicator of the share of regions in the number of tourist overnight stays

Voivodeships: 1 – dolnośląskie, 2 – kujawsko-pomorskie, 3 – lubelskie, 4 – lubuskie, 5 – łódzkie, 6 – małopolskie, 7 – mazowieckie, 8 – opolskie, 9 – podkarpackie, 10 – podlaskie, 11 – pomorskie, 12 – śląskie, 13 – świętokrzyskie, 14 – warmińsko-mazurskie, 15 – wielkopolskie, 16 – zachodniopomorskie.

Ryc. 4. Powiązania ruchu turystycznego w regionach z poziomem ich rozwoju ekonomicznego
Fig. 4. Links between tourist traffic in regions with the level of their economic development

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 3.

Source: own elaboration based on table 3.



Objaśnienia: A – standaryzowany wskaźnik poziomu atrakcyjności turystycznej regionów, NT – standaryzowany wskaźnik udziału regionów w liczbie udzielonych noclegów turystycznych. Województwa: 1–16 jak na ryc. 4.

Explanations: A – standardized indicator of the level of tourist attractiveness of regions, NT – standardized indicator of the share of regions in the number of tourist overnight stays. Voivodeships: 1–16 as in Fig. 4.

Ryc. 5. Powiązania ruchu turystycznego w regionach z poziomem ich atrakcyjności turystycznej
Fig. 5. Links between tourist traffic in regions with the level of their tourist attractiveness

Źródło: opracowanie własne na podstawie tab. 3.

Source: own elaboration based on table 3.

a regiony o wysokim poziomie noclegów turystycznych (małopolskie, pomorskie, zachodniopomorskie) – średnie wskaźniki rozwoju ekonomicznego. Znaczenie wskaźnika atrakcyjności potencjału turystycznego w tej grupie regionów tylko w województwie małopolskim ma najwyższe parametry, w regionach nadmorskich (pomorskie, zachodniopomorskie) oraz dolnośląskim – średnie, a w mazowieckim nieco poniżej poziomu średniego.

Województwa o krajowym poziomie rozwoju funkcji turystycznej przy wysokim stopniu rozwoju ekonomicznego (śląskie, wielkopolskie) nie dysponują wysoką intensywnością ruchu turystycznego przy średnich parametrach atrakcyjności, a kujawsko-pomorskie – wyróżnia się nieco niższymi parametrami rozwoju ekonomicznego przy wyższym poziomie atrakcyjności potencjału turystycznego. Województwa o regionalnym poziomie rangi funkcji turystycznej przy średnich parametrach rozwoju ekonomicznego (łódzkie, podkarpackie) mają mniejszą dynamikę i poziom ruchu turystycznego, a warmińsko-mazurskie i lubelskie – wyższe parametry ruchu turystycznego przy niższych stopniach rozwoju ekonomicznego, ale wyższych parametrach atrakcyjności potencjału turystycznego. W czwartej grupie województw z lokalnym poziomem rangi funkcji turystycznej obserwują się niewysokie parametry obydwóch wskaźników, przy czym opolskie i lubuskie mają wyższe parametry rozwoju ekonomicznego w stosunku do podlaskiego i świętokrzyskiego (ryc. 5).

Przedstawione wyniki analizy typów rynkowych oraz określenie rangi funkcji turystycznej regionów, przy zastosowaniu dostępnych ocen jakościowych i parametrów ilościowych, wymagają dalszej analizy, w celu określenia cech strukturalnych regionalnej gospodarki turystycznej kraju w okresie niepewności okresu oddziaływania czynników wewnętrznych i zewnętrznych.

Zakończenie

Przeprowadzona analiza w ramach koncepcji analizy przestrzenno-funkcjonalnej, pokazuje, zdaniem autora, że terytorialną organizację gospodarki turystycznej i zagospodarowania rekreacyjnego przestrzeni geograficznej można określić jako dynamiczny proces kształtowania się struktur przestrzennych sektora turystycznego, rozwoju jego głównych elementów i czynników oraz zespół zależności między typami funkcjonalnymi regionów różnej rangi oraz między sektorem turystycznym a całym kompleksem społeczno-gospodarczym (Pirozhnik 2008, 2017).

Przedstawione wyniki klasyfikacji typów regionów turystycznych Polski na etapie ewolucyjnego rozwoju (tab. 2) oraz w warunkach kryzysu pandemijnego (tab. 3–4), zmian sytuacji geopolitycznej, nasilenia zjawisk inflacyjnych w gospodarce, świadczą o pewnym stanie stabilności układu przestrzennego rynku usług turystycznych. Taką tezę potwierdza też porównanie z wynikami wieloczynnikowej analizy zrównoważonego rozwoju turystyki w województwach, gdzie został ustalony podobny skład grupy regionów-liderów (mazowieckie, pomorskie, małopolskie, dolnośląskie), jak i donatorów rynku turystycznego (zachodniopomorskie, śląskie, wielkopolskie) oraz ciężące do tej grupy kujawsko-pomorskie (z rozwiniętym sektorem usług uzdrowiskowych) oraz warmińsko-mazurskie i podkarpackie przy mniejszych udziałach w rynku noclegów turystycznych, ale ze znaczącym potencjałem turystycznym.

Zwraca się przy tym uwagę na fakt, że koncepcja turystyki zrównoważonej jest bardzo nieścisła, co implikuje trudności w doborze właściwych zmiennych do badania rynku oraz w określeniu optymalnego poziomu rozwoju województw (Wiśniewska 2017). Tym niemniej, Polska stanowi duży rynek usług turystycznych w skali europejskiej, gdzie roczna liczba noclegów turystycznych w 2022 r. przekroczyła 103 mln osobodni (ponad 90 mln w obiektach turystycznych, 3,1 mln w małych obiektach turystycznych (do 10 miejsc), ponad 9,1 mln przy wynajmie turystycznym kwater prywatnych na platformach internetowych (GUS 2022; Eurostat 2022). W układzie przestrzennym ruchu turystycznego Polska pozostaje krajem turystyki krajowej (do 80% udzielanych turystom noclegów w ciągu roku), dokonując wymiany turystycznej z rynkami krajów przygranicznych (53% zagranicznego wjazdowego ruchu turystycznego, w tym 34% z krajów UE), rozwiniętymi krajami zachodnioeuropejskimi i skandynawskimi (około 20%), posiadając znaczny potencjał produktów turystycznych we wszystkich typach regionów (tab. 3).

Przy takim ujęciu pojęcie funkcji regionów turystycznych obejmuje ich rozumienie, zarówno w wąskim, jak i szerokim znaczeniu. Pierwsza, tradycyjnie przyjęta w geografii ekonomicznej, związana jest z rolą, jaką region odgrywa w geograficznym podziale pracy przy obsłudze turystyki i migracji turystycznych, ogólnym podziale zadań społecznych odnowy i rozwoju kapitału ludzkiego w strukturze terytorialnej kraju (makroregionalny, lokalny). Jako kategoria przestrzenna „funkcja miejsca” odzwierciedla znaczenie i rolę danej jednostki terytorialnej w określonej formie działalności społeczno-gospodarczej i terytorialnej organizacji przestrzeni turystycznej. Jednocześnie należy uwzględnić jej dynamiczno-czasowy charakter, który powoduje zarówno terytorialny rozwój tej funkcji w różnych miejscowościach, jak i jej przestrzenne przesunięcia w czasie (związane zarówno z rozwojem, jak i degradacją), co pozwala na zdefiniowanie funkcji turystycznej jako kategorii czasoprzestrzennej. Syntetyczny model poziomu rozwoju funkcji turystycznych i ich roli w zespole społeczno-gospodarczym różnych hierarchicznych jednostek terytorialnych (obszarów turystycznych, ośrodków, powiatów) jest funkcjonalną typologią obszarów, rozumianą jako usystematyzowany obraz struktury przestrzennej oraz intensywności i kierunków rozwoju przestrzennej organizacji usług turystycznych. Takie podejście pozwala na zdefiniowanie typu funkcjonalnego regionu jako kategorii dynamicznej, zmieniającej się w procesie rozwoju (Zmysłony 2003; Pirozhnik 2015).

Z przeprowadzonej analizy wynika, że zastosowanie metod analizy przestrzennej i funkcjonalnej, ukierunkowanych zarówno na badanie stanu wewnętrznego i interakcji sektora turystycznego, jak i całokształtu sieci relacji zewnętrznych przemysłu turystycznego, pozwala ujawnić cechy strukturalne głównego obiektu badań geografii turystyki – regionów turystyczno-rekreacyjnych, a także określić ich funkcje w geograficznym podziale pracy i regionalnym zespole gospodarczym. Na takiej podstawie terytorialną organizację gospodarki turystycznej i zagospodarowanie

rekreacyjne przestrzeni geograficznej można określić jako dynamiczny proces kształtowania się struktur przestrzennych sektora turystycznego, rozwoju jego głównych elementów i czynników oraz zespołu zależności między typami funkcjonalnymi regionów różnej rangi oraz między sektorem turystycznym a całym kompleksem społeczno-gospodarczym regionu lub kraju. Przy takim ujęciu pojęcie funkcji terenów turystyczno-rekreacyjnych obejmuje ich rozumienie zarówno w wąskim, jak i szerokim znaczeniu. Pierwsza, tradycyjnie przyjęta w geografii ekonomicznej, związana jest z rolą, jaką region odgrywa w geograficznym podziale pracy przy obsłudze rekreacji i migracji turystycznych, ogólnym podziale zadań odbudowy i rozwoju siły roboczej w strukturze terytorialnej kraju (makroregionalny, powiatowy, lokalny). Druga, jako kategoria przestrzenna „funkcja miejsca” odzwierciedla znaczenie i rolę danej jednostki terytorialnej w określonej formie działalności społeczno-gospodarczej i terytorialnej organizacji przestrzeni turystycznej. Jednocześnie należy uwzględnić jej dynamiczno-czasowy charakter, który powoduje zarówno terytorialny rozwój tej funkcji w różnych miejscowościach, jak i jej przestrzenne przesunięcia w czasie (związane zarówno z rozwojem, jak i degradacją), co pozwala na zdefiniowanie funkcji turystycznej jako kategorii czasoprzestrzennej. Syntetyczny model poziomu rozwoju funkcji turystycznych i ich roli w zespole społeczno-gospodarczym różnych hierarchicznych jednostek terytorialnych (obszarów turystycznych, ośrodków, regionów) jest funkcjonalną typologią obszarów, rozumianą jako usystematyzowany obraz struktury przestrzennej oraz intensywność i kierunki rozwoju terytorialnej organizacji usług turystycznych. Takie podejście pozwala na określenie typu funkcjonalnego regionów jako kategorii dynamicznej, zmieniającej się w procesie rozwoju.

Literatura

- Adamiak C., 2022, *Najem krótkoterminowy w Polsce w czasie pandemii COVID-19*, Czasopismo Geograficzne, 93(1), 9–32. DOI:10.12657/czageo-93-01.
- Bożek J., Szewczyk J., Jaworska M, 2021, *Poziom rozwoju gospodarczego województw w ujęciu dynamicznym*, Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, 57, 11–24. DOI:10.14746/rrpr.2021.57.02.2021.
- Buczak T., Węglarczyk J., Cichońska A., Krawczyński P., 2022, *Diagnoza strategiczna dla potrzeb komunikacji marketingowej Polski w turystyce do roku 2030*, POT, Warszawa, <https://www.pot.gov.pl/attachments/article/1804/Diagnoza%20strategiczna%20dla%20potrzeb%20komunikacji%20marketingowej%20Polski%20w%20turystyce.pdf> (dostęp: 12.05.2023).
- Domiński, J. 2022, *Wpływ pandemii COVID-19 na zmiany w sektorze usług w Polsce*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 36(2), 126–136. DOI:10.24917/20801653.362.8.
- Durydiwka M., 2015, *Funkcja turystyczna obszarów wiejskich w województwie pomorskim: zróżnicowanie i zmiany*, Turyzm, 25(1), 39–45. DOI:10.18778/0867-5856.25.1.05.

- Eurostat, 2021, *Participation in tourism for personal purposes*, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_totot/default/table?lang=en (dostęp: 15.12.2022).
- Eurostat, 2022, *Short-term accommodation offered through shared economy platforms by month, guest residence, and NUTS1 and NUTS2 regions – experimental statistics*, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230403-3> (dostęp: 19.10.2023).
- Fedyk W., Meyer B., Potocki J., 2017, *Nowa koncepcja zarządzania regionami turystycznymi*. Studia Oeconomica Posnaniensia, 5(4), 50–81. DOI: 10.18559/SOEP.2017.4.3.
- GUS, 2018, *Turystyka w 2017 roku. Analizy statystyczne*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/> (dostęp: 24.03.2022).
- GUS, 2020a, *Turystyka w 2019 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kulturaturystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html> (dostęp 5.06.2021).
- GUS, 2020b, *Rocznik Statystyczny Województw*, D. Rozkrut (red.), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 94–95.
- GUS, 2021, *Wykorzystanie „małych” turystycznych obiektów noclegowych w 2021 roku. GUS, Informacje sygnałne*, Urząd Statystyczny, Rzeszów, [https:// stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/wykorzystanie-malych-turystycznych-obiektow-noclegowych-w-2021-r-,16,1.html](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/wykorzystanie-malych-turystycznych-obiektow-noclegowych-w-2021-r-,16,1.html) (dostęp: 4.11.2022).
- GUS, 2022, *Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2022 roku. Informacje sygnałne*, Urząd Statystyczny, Rzeszów, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/wykorzystanie-turystycznych-obiektow-noclegowych-w-2022-roku,18,1.html?pdf=1> (dostęp: 5.05.2023).
- Gössling S., Schweiggart N., 2022, *Two years of COVID-19 and tourism: what we learned, and what we should have learned*, Journal of Sustainable Tourism, 30(4), 915–931. DOI: 10.1080/09669582.2022.2029872.
- Gryszel P., 2010, *Destination management company a kształtowanie konkurencyjności obszaru turystycznego*, [w:] J. Sala (red.), *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, PWE, Warszawa, 637–653.
- Janczak K., Patelak K., 2017, *Gospodarka turystyczna w Polsce w układzie wojewódzkim w latach 2012–2015*, Activ Group, Łódź.
- Korinth B., Wendt J.A., 2021, *The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries*. Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 35(3), 186–204. DOI:10.24917/20801653.353.11.
- Kowalczyk A., 2001, *Geografia turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kruczek Z., 2017, *Regiony czy destynacje turystyczne. Kontrowersje wokół definiowania i nazywania*, Ekonomiczne Problemy Turystyki, 1(37), 39–47. DOI:10.18276/ept.2017.1.37-03.
- Krukowska R., Świeca A., 2018, *Tourism function as an element of regional competitiveness*, Polish Journal of Sport and Tourism, 25, 32–43. DOI:10.2478/pjst-2018-0012.
- Kurek W., Mika M., 2007, *Turystyka jako przedmiot badań naukowych*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, PWN, Warszawa, 38–49.

- Kwiatkowska E.M., 2014, *Miary koncentracji – teoria a praktyka ich wykorzystania przez organy regulacyjne na rynkach telekomunikacyjnych*, *Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych*, 15(3), 189–198, <https://qme.sggw.edu.pl/article/view/3719/3346> (dostęp: 10.03.2023).
- Liszewski S., 2009, *Przestrzeń turystyczna Polski, koncepcja regionalizacji turystycznej*, *Folia Turistica*, 21, 17–30.
- Łysoń P., 2017, *Analiza watorów turystycznych powiatów i ich bezpośredniego otoczenia*, Notatka informacyjna, GUS, Warszawa.
- Maliszewski E., 2007, *Marketing*, Format-AB, Warszawa.
- Martin R., 2021, *Rebuilding the economy from the Covid crisis: time to rethink regional studies?* *Regional Studies, Regional Science*, 8(1), 143–161. DOI:10.1080/21681376.2021.1919191.
- Mika M., 2015, *Turystyka zrównoważona – pytania o naukową użyteczność koncepcji*, *Turyzm*, 25(1) 9–18. DOI:10.18778/0867-5856.25.1.02.
- Matczak A., 1989, *Problemy badania funkcji turystycznej miast Polski, Funkcja turystyczna*, *Turyzm*, 5, 27–39.
- Niemczyk A., Załona T., 2015, *Funkcja turystyczna polskich makroregionów w aspekcie społeczno-ekonomicznym pierwszej dekady członkostwa w UE*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 379, 13–22. DOI:10.15611/pn.2015.379.01.
- OECD, 2022, *Tourism Trends and Policies 2022*, OECD Publishing, Paris. DOI:10.1787/8dd3019-en.
- Pilichowska P., Gładąła A., 2021, *Ocena poziomu rozwoju funkcji turystycznej w województwach Polski*, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 24–40. DOI:10.24917/20801653.353.2.
- Pirozhnik I., 2008, *Functional features the recreational space and formation of a tourist product of Belarus*, [w:] J. Wyrzykowski (red.), *Conditions of the foreign tourism development in Central and Eastern Europe*, *Tourism in geographical environment*, 10, University of Wrocław, Wrocław, 121–131.
- Pirozhnik I.I., 2015, *Stadial the Formation of the Recreational Space and Regional Structure of Tourist Market of Belarus*, *Tourism and Hospitality: Scientific and Practical Journal*, 2, 38–53, <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/9831/1/7.pdf> (dostęp: 20.10.2022).
- Pirozhnik I., 2017, *Geography of Tourism of the Republic of Belarus*, [w:] K. Widawski, J. Wyrzykowski (red.), *The Geography of Tourism of Central and Eastern European Countries*, Springer International Publishing, Cham, 19–70.
- Pirozhnik I., 2018, *Structural and territorial disproportions of the tourist sector of Belarus*, *Acta Geographica Silesiana*, 12/3(31), 17–35, https://www.ags.wnoz.us.edu.pl/download/wydawnictwa/ags/ags_31_3.pdf (dostęp: 20.10.2022).
- Rak G., Pstrocka-Rak M., 2011, *Analiza przestrzennego zróżnicowania rozwoju turystyki w Polsce*, *Wiadomości Statystyczne*, 54–70.
- Synówka E., 2022, *Klasyfikacja powiatów pod względem stopnia rozwoju funkcji turystycznej*, *Wiadomości Statystyczne*, 67(4), 18–40. DOI:10.5604/01.3001.0015.8262.
- Szromek A., 2013, *Pomiar funkcji turystycznej obszarów za pomocą wskaźników funkcji turystycznej na przykładzie obszarów państw europejskich*, *Studia Ekonomiczne, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 132, 91–103.

- Szajt M., 2018, *Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym*, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 32(1), 85–95. DOI:10.24917/20801653.321.7.
- Szwichtenberg A., 2019, *Gospodarka turystyczna na polskim wybrzeżu w drugiej połowie XX w. i na początku XXI w.*, [w:] A. Cedro (red.), *Polska Geografia Morza. Przyrodnicze i społeczno-ekonomiczne badania morza i obszarów nadmorskich*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 7–27.
- Ślusarz G., Cierpiał-Wolan M., Gierczak-Korzeniowska B., Uchman J., Żegleń P., 2019, *Potencjał turystyczny i jego wykorzystanie w latach 2014–2018 – ujęcie regionalne*, Urząd Statystyczny w Rzeszowie – Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów.
- Warszyńska J., 1985, *Funkcja turystyczna Karpat polskich*, Folia Geographica. Series Geographica–Oeconomica, 18, 79–104.
- Warszyńska J., 1999, *Główne problemy badawcze geografii turystyki*, Turyzm, 9(1), 37–50.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Wiśniewska A., 2017, *Ocena rozwoju turystyki zrównoważonej w polskich regionach*, Gospodarka w praktyce i teorii, 49(4), 83–92. DOI:10.18778/1429-3730.49.06.
- Wyrzykowski J., 1986, *Geograficzne warunki rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, Acta Universitatis Wratislaviensis, 935, Studia Geograficzne, 44.
- Zmysłony P., 2003, *Region turystyczny w ujęciu ekonomicznym*, Turyzm, 13(1), 105–115.

Ivan Pirozhnik
Akademia Pomorska w Słupsku
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Turystyki
Zakład Turystyki i Rekreacji
ul. Partyzantów 27, 76-200 Słupsk
ivan.pirozhnik@apsl.edu.pl
ORCID: 0000-0003-1667-8644

