

Patrycjusz Zarębski

Politechnika Koszalińska

ATRAKCYJNOŚĆ POLSKICH REGIONÓW DLA INWESTYCJI W TURYSTYKĘ*

Streszczenie: Głównym celem niniejszej publikacji była ocena atrakcyjności inwestycyjnej gmin w Polsce dla inwestycji związanych z usługami turystycznymi. Podjęto próbę hierarchizacji gmin i regionów w Polsce pod względem zarówno potencjalnej, jak i rzeczywistej atrakcyjności dla inwestora. Dodatkowo przeprowadzono analizę przestrzennego zróżnicowania wskaźnika potencjalnej atrakcyjności w nawiązaniu do głównych regionów turystycznych w Polsce oraz różnych rodzajów turystyki. Do oceny atrakcyjności inwestycyjnej wykorzystano model wskaźnikowy oraz metodę korelacyjno-wagową, która umożliwiła wyznaczenie syntetycznego wskaźnika PAI oraz RAI. Przeprowadzone badania wskazały, iż potencjalnie atrakcyjne dla inwestorów mogą być głównie województwa: śląskie, zachodniopomorskie, dolnośląskie oraz pomorskie, ze względu zaś na rzeczywistą atrakcyjność województwa mazowieckie oraz warmińsko-mazurskie.

Słowa kluczowe: atrakcyjność inwestycyjna, region turystyczny, metoda korelacyjno-wagowa.

1. Wstęp

Dynamika przemian społeczno-gospodarczych przyczyniła się m.in. do wzrostu zainteresowania turystyką, a co za tym idzie – do wzrostu ruchu turystycznego na całym świecie. Podróżowanie stało się tańsze i przez to bardziej dostępne dla większej liczby gospodarstw domowych. Obserwuje się jednocześnie wzrost dochodów gospodarstw domowych, co zwiększa ich fundusz swobodnej decyzji, a tym samym powoduje wzrost zainteresowania produktami turystycznymi.

Wspomniany wzrost zainteresowania turystyką powoduje wzrost dochodów branży turystycznej na całym świecie, przez co inwestorzy zachęcani dobrymi wynikami finansowymi branży turystycznej szukają nowych możliwości inwestowania. W związku z tym celem niniejszego artykułu jest próba waloryzacji atrakcyjności

* Autor niniejszej publikacji jest członkiem zespołu badawczego Instytutu Przedsiębiorstwa Szkoły Głównej Handlowej kierowanego przez H. Godlewską-Majkowską, który od kilku już lat prowadzi badania nad atrakcyjnością inwestycyjną regionów w Polsce. Opracowany przez zespół model badawczy uwzględnia podstawowe działalności gospodarcze, takie jak: przemysł, handel, edukacja, usługi dla biznesu, pośrednictwo finansowe, a także usługi turystyczne i gastronomiczne, które to są tematem niniejszego opracowania.

Tabela 1. Składowe wskaźnika potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej (PAII H) dla sekcji turystyka

Zmienna	Charakter zmiennej	Waga
MIKROKLIMAT ZASOBY PRACY		
Ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 os. w wieku produkcyjnym	D	0,5
Wskaźnik aktywności zawodowej – liczba osób pracujących w przeliczeniu na 100 os. w wieku produkcyjnym	S	1
Saldo migracji stałej wewnętrznej na 1000 mieszkańców	S	0,5
Saldo migracji zagranicznej na 1000 mieszkańców	S	0,5
Ludność w wieku poprodukcyjnym na 100 osób w wieku przedprodukcyjnym	D	0,5
MIKROKLIMAT INFRASTRUKTURA TECHNICZNA		
Udział ludności obsługiwanej przez wodociąg [%]	S	1
Udział mieszkań z podłączeniem do gazociągu [%]	S	1
Udział ludności obsługiwanej przez kanalizację [%]	S	1
Gęstość sieci wodociągowej w km na 100 km ²	S	0,333
Gęstość sieci gazociągowej w km na 100 km ²	S	0,333
Gęstość sieci kanalizacyjnej w km na 100 km ²	S	0,333
Osady dotychczas składowane (nagromadzone) na terenie [w tonach masy suchej/1000 mieszkańców]	D	0,333
Udział odpadów wytworzonych w ciągu roku – unieszkodliwionych w odpadach wytworzonych w ciągu roku [%]	S	0,333
Udział ścieków oczyszczonych w ściekach wymagających oczyszczenia [%]	S	0,333
MIKROKLIMAT INFRASTRUKTURA SPOŁECZNA		
Praktyki lekarskie na wsi i w mieście na 100 tys. mieszkańców	S	0,333
Liczba zakładów opieki zdrowotnej ogółem na 100 tys. mieszkańców	S	0,333
Liczba aptek na 100 tys. mieszkańców	S	0,333
Powierzchnia użytkowa na 1 mieszkańca [m ² /mieszkańca]	S	1
Liczba widzów w kinach stałych na 100 mieszkańców	s	0,5
Liczba zwiedzających muzea z oddziałami na 1000 mieszkańców	S	0,5
MIKROKLIMAT RYNKOWY		
Dochody budżetów gmin z podatku PIT na 1 mieszkańca na [zł/mieszkańca]	S	1
Dochody budżetów gmin z podatku CIT na tysiąc pracujących [zł/pracujący]	S	1
Udział wpływów z podatku rolnego w dochodach podatkowych [%]	D	1
Liczba korzystających z noclegów w obiektach noclegowych I-XII dzielona przez liczbę miejsc w obiektach noclegowych	S	1
Udzielone noclegi w obiektach noclegowych dzielone przez liczbę mieszkańców	S	1
Udzielone noclegi w obiektach noclegowych dzielone przez liczbę pracujących	S	1
Udział turystów zagranicznych korzystających z noclegów w obiektach noclegowych w ogólnej liczbie korzystających z noclegów w obiektach noclegowych [%]	S	1
MIKROKLIMAT ADMINISTRACJA		
Powierzchnia objęta planem zagospodarowania przestrzennego odniesiona do powierzchni gminy [%]	S	1
Środki na dofinansowanie własnych zadań pozyskane z innych źródeł na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1

Dochody własne bez podatków na wydatki bieżące na administrację na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki majątkowe ogółem na wydatki bieżące ogółem na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na transport i łączność na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na gospodarkę komunalną i ochronę środowiska na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na gospodarkę mieszkaniową na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na ochronę zdrowia na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na kulturę fizyczną i sport na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na turystykę na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
Wydatki na bezpieczeństwo publiczne i ochronę przeciwpożarową na 1 mieszkańca [zł/mieszkańca]	S	1
MIKROKLIMAT PRZYRODNICZY		
Dostęp do morza [metoda zero-jedynkowa]	S	0,333
Udział powierzchni jezior w powierzchni gminy [%]	S	0,333
Wskaźnik rzeźby terenu	S	0,333
Parki spacerowo-wypoczynkowe na 1000 mieszkańców [ha/mieszkańcy]	S	1
Liczba miejsc noclegowych w zakładach uzdrowiskowych na 1000 mieszkańców	S	0,5
Udział powierzchni wszystkich gruntów leśnych w powierzchni gminy [%]	S	0,5
Liczba pomników przyrody w gminie	S	1

Źródło: opracowanie własne.

inwestycyjnej polskich regionów różnych szczebli taksonomicznych dla przedsięwzięć turystycznych. Zostanie podjęta próba odpowiedzi na pytania: jakie jest przestrzenne zróżnicowanie atrakcyjności inwestycyjnej dla turystyki gmin oraz województw, czym to zróżnicowanie jest determinowane, jakie regiony można uznać za atrakcyjne i co wpływa na ich atrakcyjność inwestycyjną oraz jaka jest rzeczywista opłacalność inwestycji już realizowanych w zakresie turystyki?

Atrakcyjność inwestycyjna jest zjawiskiem złożonym, na które składa się wiele odrębnych czynników. Po pierwsze, model atrakcyjności inwestycyjnej musi uwzględniać cechy typowe dla badanego rodzaju przedsiębiorczości, a w przypadku turystyki są to walory turystyczne, które są jednocześnie główną składową większości produktów turystycznych. Przez pojęcie „walory turystyczne” według T. Lijewskiego, B. Mikułowskiego i J. Wyrzykowskiego [1985] należy rozumieć specyficzne cechy i elementy środowiska naturalnego oraz przejawy działalności człowieka, które stanowią przedmiot zainteresowania turystów. Wśród nich wyróżnia się walory wypoczynkowe, krajoznawcze i specjalistyczne. Pierwsze z wymienionych służą regeneracji sił i odpoczynku, czemu sprzyjają odpowiednie elementy środowiska przyrodniczego, takie jak: wody (morze, rzeki, jeziora), czyste powietrze, lasy, rzeźba terenu itp. Walory krajoznawcze są natomiast przedmiotem

zainteresowań poznawczych turysty i wśród nich wymienia się najczęściej walory przyrodnicze, powstałe bez ingerencji człowieka lub przy niewielkim jego wpływie (np. parki narodowe i krajobrazowe) oraz walory kulturowe czy stworzone przez człowieka obiekty materialnej i niematerialnej kultury. Całość uzupełniają walory specjalistyczne, które dają możliwość uprawiania różnych specjalistycznych form turystyki, np. żeglarstwa, wspinaczki górskiej, jeździectwa itp.

Model atrakcyjności inwestycyjnej według G. Gołębskiego powinien uwzględniać również elementy ważne dla inwestorów, związane z infrastrukturą usługową, infrastrukturą techniczną, stosunkami ludnościowymi oraz finansami gmin [*Wyodrębnianie...* 2002, s. 330]. Są to elementy, które odnoszą się zarówno do zagospodarowania przestrzennego, jak i warunków rynkowych panujących na danym obszarze. Wspomniana infrastruktura stwarza możliwość korzystania z walorów turystycznych i jest ważnym elementem rozwoju regionów turystycznych.

W nawiązaniu do powyższych oczekiwanych składowych modelu potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej (PAII) dla turystyki przyjęto, że potencjalną atrakcyjność inwestycyjną gmin oraz województw w Polsce charakteryzować będą grupy wskaźników tworzące 6 głównych mikroklimatów inwestycyjnych: zasobów pracy, infrastruktury technicznej, infrastruktury społecznej, rynkowy, administracji oraz przyrodniczy (tab. 1).

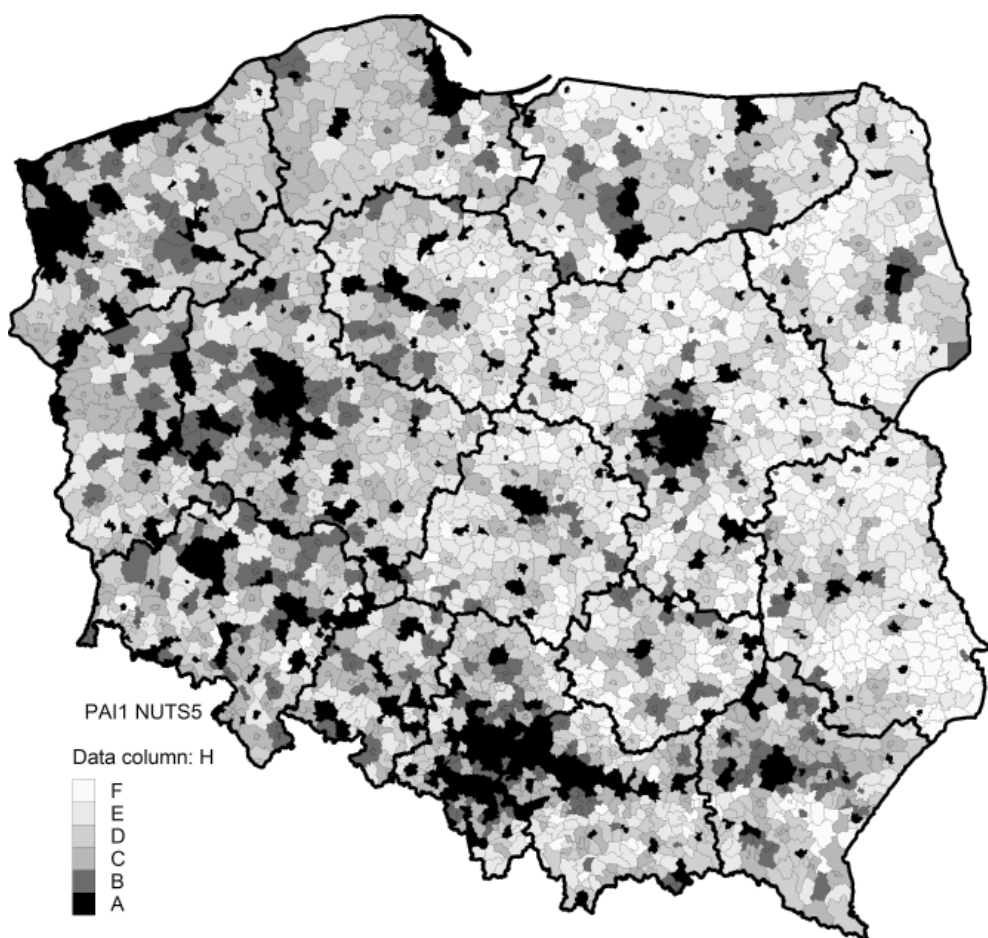
Ocenę przestrzennego zróżnicowania atrakcyjności przeprowadzono przy wykorzystaniu metody korelacyjno-wagowej. Za jej pomocą następuje sprowadzenie dowolnej liczby zmiennych pseudojednocechowych wyrażających kluczowe dla danego rodzaju działalności uwarunkowania (mikroklimaty inwestycyjne) do wektora syntetycznego¹. Każdy z przyjętych w modelu mikroklimatów inwestycyjnych zgodnie z przyjętą procedurą obliczeniową uzyskał wagę, która określa jego udział w ogólnym wskaźniku syntetycznym². Mikroklimatom inwestycyjnym przyznano kolejno następujące wagi: zasoby pracy 0,540, infrastruktura techniczna 0,951, infrastruktura społeczna 0,360, rynkowy 0,805, administracyjny 0,580, przyrodniczy 0,154.

2. Potencjalna atrakcyjność inwestycyjna gmin

Potencjalna atrakcyjność inwestycyjna jest zespołem regionalnych walorów lokalizacyjnych, które mają wpływ na osiągnięcie celów inwestora (np. w postaci kształtowania się kosztów prowadzonej działalności gospodarczej, przychodów ze sprzedaży, rentowności netto oraz konkurencyjności danej inwestycji). Walory te występują w przestrzeni

¹ Zastosowana metoda jest stosowana zgodnie z wypracowaną przez zespół pracowników i współpracowników Instytutu Przedsiębiorstwa Szkoły Głównej Handlowej kierowanym przez H. Godlewską-Majkowską. Więcej na ten temat można przeczytać w: [Godlewska-Majkowska 2008].

² Wskaźniki przyjęte do modelu obliczono na podstawie danych pobranych z Banku Danych Regionalnych, Głównego Urzędu Statystycznego, www.stat.gov.pl.



Rys. 1. Potencjalna atrakcyjność inwestycyjna gmin w Polsce dla turystyki w 2008 r.

Źródło: opracowanie własne.

społeczno-gospodarczej z różnym natężeniem, stąd możemy odnotować również zróżnicowanie przestrzenne względem atrakcyjności inwestycyjnej. Opracowany model potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej pozwolił na wyznaczenie kilku charakterystycznych grup gmin o ponadprzeciętnych wartościach wskaźnika syntetycznego (rys. 1). Przede wszystkim za najbardziej atrakcyjne uznano głównie gminy miejskie, wśród których znalazły się duże miasta pełniące funkcję centr gospodarczych, społecznych i kulturalnych, a także mające bogatą przeszłość historyczną stanowiącą ważny walor poznawczy. W miastach w przeciwieństwie do obszarów wiejskich rozwija się m.in. turystyka biznesowa. Jak podaje Instytut Turystyki, w roku 2009 cele służbowe stanowiły 11% wszystkich krajowych wyjazdów tury-

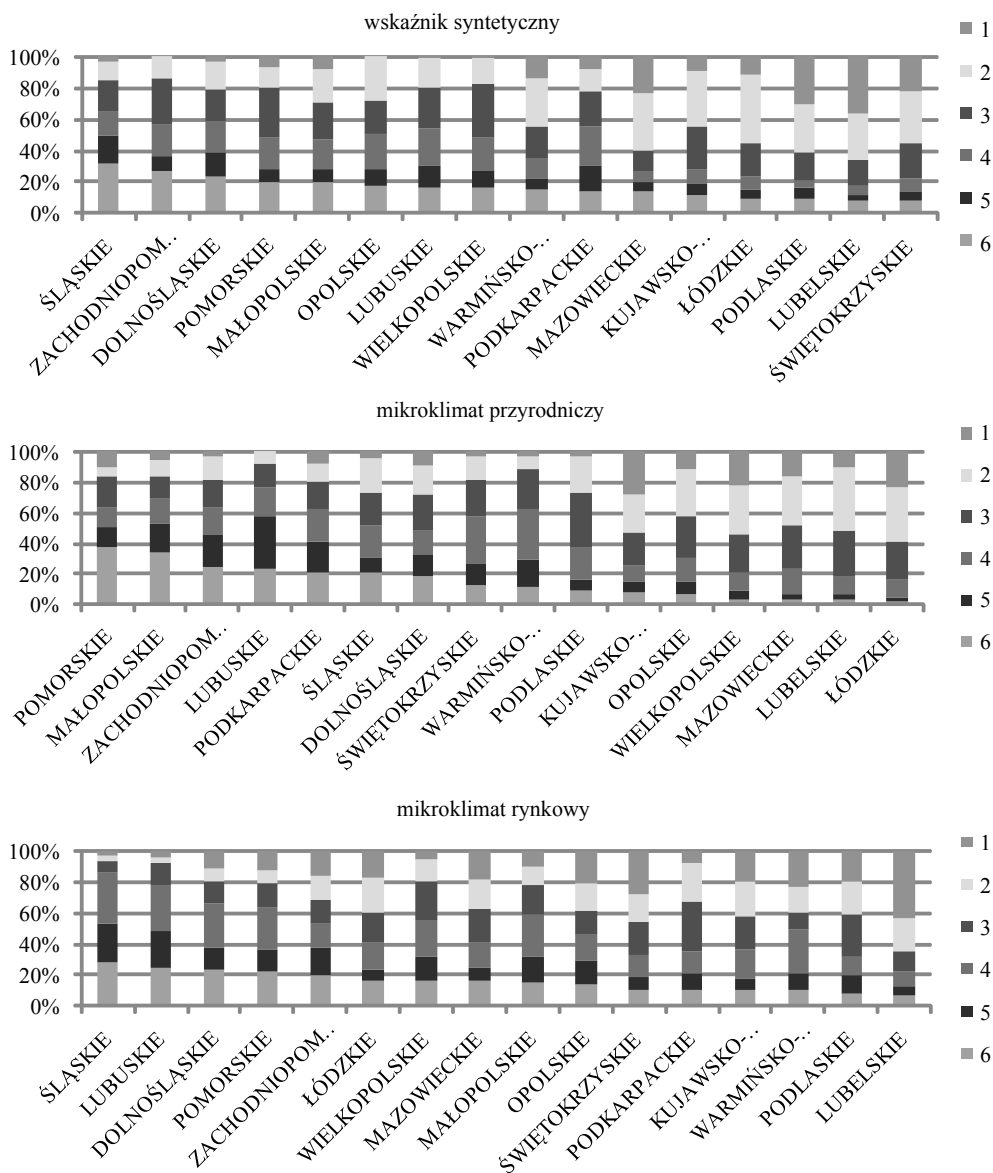
stycznych [*Krajowe i zagraniczne wyjazdy...* 2009]. Miasta ze względu na wysoką gęstość zaludnienia odnotowują również wysoką liczbę przyjazdów związanych z odwiedzinami u krewnych i znajomych (według IT cel tych wyjazdów stanowi 41% wyjazdów turystycznych Polaków) [*Krajowe i zagraniczne wyjazdy...* 2009].

Zaznacza się również wyraźny podział Polski na obszary zachodnie o wysokich i bardzo wysokich wartościach wskaźnika oraz obszary wschodnie znacznie słabsze gospodarczo, które osiągnęły już niższe noty. Występuje jednak pewna grupa gmin wschodnich, która odbiega od tej oceny. Są to głównie miasta wojewódzkie, jak również były siedziby województw, a także miasta średnie i małe. Warto dodać, iż gminy województw wschodnich otrzymały bardzo niskie średnie noty prawie wszystkich analizowanych mikroklimatów inwestycyjnych.

Otrzymane wyniki wpisują się również w charakterystyczne regiony turystyczne Polski. Gminy zlokalizowane w regionie wybrzeża, które stanowi wąski pas ziemi przylegający do Morza Bałtyckiego, mają niezaprzeczalny walor w postaci plaż z dostępem do morza. Rozwija się tutaj turystyka wypoczynkowa, głównie w sezonie letnim (poza uzdrowiskami nadmorskimi, które funkcjonują przez cały rok) z szeroką gamą możliwości spędzania aktywnie czasu wolnego. Inwestycje w tym obszarze są lokalizowane w bliskim sąsiedztwie plaż, a duży ruch turystyczny daje możliwości inwestowania w paraturystyczne rodzaje działalności. Obok typowej bazy noclegowej rozwija się również m.in. gastronomia, lokale rozrywkowe oraz usługi transportowe. Stąd często gminy nadmorskie o wysokim wskaźniku funkcji turystycznej są uważane za jedne z najlepiej rozwiniętych gmin wiejskich w Polsce. Podatki i opłaty lokalne zasilające budżety jednostek samorządowych dają duże możliwości inwestowania, co mocno podnosi jakość infrastruktury, a co za tym idzie – również poziom atrakcyjności inwestycyjnej.

Kolejną grupą gmin o ponadprzeciętnych warunkach dla inwestycji turystycznych są gminy Pojezierzy Pomorskiego, Mazurskiego oraz Wielkopolskiego. W tym przypadku głównym czynnikiem podnoszącym wartość inwestycyjną tych gmin jest krajobraz polodowcowy, którego głównymi formami są jeziora, wzgórza morenowe oraz kompleksy leśne. Gminy zlokalizowane w obrębie omawianych pojezierzy nie mają tak zaawansowanej infrastruktury turystycznej, jak ma to miejsce w przypadku gmin nadmorskich. Na ich obszarze rozwija się głównie turystyka sezonowa w okresie letnim, a głównymi formami są turystyka wypoczynkowa oraz kwalifikowana (żeglarstwo, nurkowanie, kajakarstwo itp.).

Najatrakcyjniejsze gminy południowej części Polski zlokalizowane są w trzech głównych regionach: Wyżyny Małopolskiej obejmującej Góry Świętokrzyskie oraz Jurę Krakowsko-Częstochowską, Regionie Sudetów obejmującym najstarsze pasma górskie w Polsce oraz Karpat. Istotnym walorem inwestycyjnym tych gmin jest dość długi sezon dla ruchu turystycznego, który obejmuje większość dni w roku. W okresie letnim występują tutaj dobre warunki dla turystyki kwalifikowanej (turystyka piesza, trekking, turystyka ekstremalna, rowerowa, speleologiczna), wypoczynkowej oraz poznawczej. Zimą natomiast występują w nich dobre warunki dla uprawiania sportów zimowych, głównie narciarstwa.



Oceny: 1 – bardzo słaba, 2 – słaba, 3 – dość słaba, 4 – dość dobra, 5 – dobra, 6 – bardzo dobra

Rys. 2. Udział procentowy gmin w województwach ze względu na oceny: wskaźnika syntetycznego potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej, mikroklimatu przyrodniczego oraz mikroklimatu rynkowego

Źródło: opracowanie własne.

Województwa w Polsce są mocno zróżnicowane ze względu na możliwości rozwoju turystyki, co potwierdzają oceny wskaźnika potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej. Największy udział gmin o najwyższych ocenach (klasa A, 6 pkt) miał miejsce w województwach: śląskim – 31%, zachodniopomorskim – 27%, dolnośląskim – 24%, pomorskim – 20% oraz małopolskim – 20% (por. rys. 2).

Dodatkowa analiza wskazała te województwa, w których istotną rolę odgrywają walory przyrodnicze reprezentowane w modelu przez mikroklimat przyrodniczy, który zawiera m.in. informacje dotyczące dostępu do morza, powierzchni jezior, lasów oraz ukształtowania powierzchni. Ze względu na wspomniany mikroklimat za najatrakcyjniejsze (największy udział gmin w woj. z najwyższą oceną klasa A, 6 pkt) uznano województwa: pomorskie – 38% (główne walory to: morze, jeziora, lasy), małopolskie – 35% (rzeźba terenu), zachodniopomorskie – 25% (morze, jeziora, lasy), lubuskie – 23% (jeziora, lasy), podkarpackie (rzeźba terenu) – 21%, śląskie – 21% (rzeźba terenu).

W przypadku mikroklimatu rynkowego za najatrakcyjniejsze uznano województwa: śląskie 29%, lubuskie 24%, dolnośląskie 23%, pomorskie 22% oraz zachodniopomorskie 20%. Słabo w tym zestawieniu wypadły województwa wschodnie: lubelskie, podlaskie oraz warmińsko-mazurskie, głównie ze względu na słabą sytuację gospodarczą tych województw. Jest to mikroklimat, który pokazuje przede wszystkim zainteresowanie turystów danym obszarem, uwzględnia popyt turystyczny oraz pośrednio wskazuje na dochody podmiotów gospodarczych w regionie (zob. tab. 1).

3. Rzeczywista atrakcyjność inwestycyjna województw

Rzeczywista atrakcyjność inwestycyjna (RAI) jest wskaźnikiem, który pozwala ocenić, na ile zaangażowany kapitał jest w stanie wypracować zadowalające właściciela i kadre zarządzającą zyski z inwestycji. Ukazuje również ważny aspekt związany z poziomem inwestycji, który odnosi się do przyszłości branży w danym regionie.

Model RAI uwzględnia 5 mikroklimatów tworzonych na podstawie wskaźników, takich jak:

- mikroklimat produktywność majątku trwałego:
 - zysk brutto na wartość brutto środków trwałych w sekcji H,
 - wartość dodana brutto w sekcji H na wartości brutto środków trwałych w sekcji H;
- mikroklimat produktywność pracy przedsiębiorstw:
 - wartość dodana brutto w sekcji H na 1 pracującego w sekcji H,
 - zysk brutto na 1 pracującego w sekcji H;
- mikroklimat samofinansowanie JST:
 - różnica dochodów własnych gmin z majątku oraz wydatków majątkowych podzielone na dochody własne gmin,
 - dochody własne budżetów gmin do wydatków ogółem;

- mikroklimat nakłady inwestycyjne:
- zysk brutto na nakłady inwestycyjne podmiotów sekcji H,
- nakłady inwestycyjne w sekcji H na 1 mieszkańca,
- nakłady inwestycyjne w sekcji H na pracujących w sekcji H.

Tabela 2. Rzeczywista atrakcyjność inwestycyjna województw w 2008 r.

Województwo	RAI	RAI	Produktywność majątku trwałego	Produktywność pracy przedsiębiorstw	Samofinansowanie JST	Nakłady inwestycyjne	Podmioty sekcja H
Mazowieckie	0,586	A	A	A	A	A	14 604
Warmińsko-mazurskie	0,401	A	B	A	C	A	3 379
Dolnośląskie	0,394	A	A	B	B	B	9 264
Śląskie	0,285	C	C	D	A	D	14 152
Lubuskie	0,264	C	D	D	B	D	3 163
Łódzkie	0,259	C	A	C	D	E	6 032
Zachodniopomorskie	0,258	C	F	F	B	B	12 765
Małopolskie	0,250	C	F	D	D	A	11 374
Opolskie	0,218	D	F	E	A	D	2 811
Świętokrzyskie	0,210	D	D	C	E	D	2 851
Wielkopolskie	0,176	E	D	D	D	E	8 426
Pomorskie	0,162	E	F	E	D	D	11 503
Kujawsko-pomorskie	0,158	E	D	D	E	E	4 772
Podlaskie	0,151	E	C	D	E	F	1 996
Podkarpackie	0,135	E	D	E	F	D	3 981
Lubelskie	0,094	F	B	D	F	F	4 063

Źródło: opracowanie własne.

W budowie wskaźnika rzeczywistej atrakcyjności inwestycyjnej (RAI) uwzględniono mikroklimaty, które weszły w skład wskaźnika końcowego z następującymi wagami: produktywność pracy przedsiębiorstw 0,860, nakłady inwestycyjne 0,832, samofinansowanie JST 0,731 oraz produktywność majątku trwałego 0,435.

Zdecydowanym liderem omawianego wskaźnika jest województwo mazowieckie, które dodatkowo otrzymało najwyższe oceny ze wszystkich mikroklimatów inwestycyjnych (tab. 2). Kolejnym jest województwo, które ma prawie czterokrotnie mniej podmiotów sekcji H, przy czym osiąga wysokie wartości wskaźników związanych z rentownością podejmowanych działań gospodarczych. Dwa pierwsze województwa pokazują dwa odmienne uwarunkowania dla inwestycji. W przypadku

woj. mazowieckiego mamy do czynienia z dobrze wykształconymi strukturami podaży usług turystycznych i gastronomicznych, przy czym pomimo dużego nasycenia rynku nadal podmioty uzyskują zadowalające wyniki finansowe. W przypadku woj. warmińsko-mazurskiego liczba podmiotów jest już znacznie niższa, przez co niski poziom konkurencji powoduje prawdopodobnie korzystną sytuację i rentowność inwestycji.

Na uwagę zasługuje porównanie wyników PAII oraz RAI, gdzie w przypadku czterech województw: śląskiego, zachodniopomorskiego, dolnośląskiego oraz pomorskiego, które zostały najwyżej ocenione w ramach potencjalnej atrakcyjności, odnotowano, że rzeczywista atrakcyjność inwestycyjna została wysoko oceniona już tylko w przypadku województw południowej Polski: śląskiego i dolnośląskiego. Województwa pomorskie oraz zachodniopomorskie prawdopodobnie słabiej wypadają w rankingu ze względu na sezonowy charakter produktu turystycznego tych regionów.

Najsłabiej w rankingu wypadły województwa wschodnie, co jest determinowane kilkoma czynnikami. Zdecydowanym elementem o charakterze niekorzystnym jest brak kluczowych inwestycji stanowiących istotne podłoże dla rozwoju typowych produktów wypoczynkowych turystyki. Z drugiej strony województwa te charakteryzują się niską gęstością zaludnienia (zjawisko depopulacji) oraz niekorzystną sytuacją gospodarczą, co znacznie osłabia rynki lokalne oraz możliwości i siłę nabywczą popytu w regionie.

4. Podsumowanie

Przedstawione wyniki badań pozwalają na sformułowanie kilku wniosków odnoszących się do stanu obecnego, jak również przyszłej sytuacji na mapie atrakcyjności inwestycyjnej Polski dla przedsięwzięć gospodarczych o charakterze turystycznym.

1. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę na zróżnicowanie przestrzenne atrakcyjności inwestycyjnej, która ma dość mocno zaznaczający się kierunek malejący z zachodu na wschód, co jest spowodowane głównie przebiegiem dotychczasowych procesów gospodarczych, społecznych oraz skumulowanych korzyści z dotychczasowej infrastruktury.

2. Obok zróżnicowania wartości wskaźników z zachodu na wschód można zaobserwować również koncentrację atrakcyjności inwestycyjnej na obszarach miejskich będących centrum regionów, a także średnich i małych miastach. Jest to zjawisko, które występuje we wszystkich regionach o różnym poziomie atrakcyjności inwestycyjnej.

3. Województwa w Polsce są mocno zróżnicowane ze względu na możliwości rozwoju turystyki, co potwierdzają oceny wskaźnika potencjalnej atrakcyjności inwestycyjnej. Najatrakcyjniejsze obszary dla inwestycji turystycznych zlokalizowane są w województwach: śląskim, zachodniopomorskim, dolnośląskim, pomorskim

oraz małopolskim. Rzeczywista atrakcyjność inwestycyjna została najwyżej oceniona w województwach: mazowieckim, warmińsko-mazurskim oraz dolnośląskim.

4. Prezentowane wyniki PAI i RAI dla województw mają charakter dość ogólny, przez co w województwach, które słabo wypadają w rankingu, można znaleźć takie gminy, które mają ponadprzeciętne wartości atrakcyjności inwestycyjnej.

Literatura

- Godlewska-Majkowska H. (red.), *Atrakcyjność inwestycyjna polskich regionów. W poszukiwaniu nowych miar*, Szkoła Główna Handlowa, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., *Geografia turystyczna Polski*, PWE, Warszawa 1985.
- Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w 2009 roku*, Instytut Turystyki w Warszawie, Warszawa 2009, www.intur.com.pl.
- Wyodrębnianie regionów turystycznych*, [w:] *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.

ATTRACTIVENESS OF POLISH REGIONS FOR THE INVESTMENT IN TOURISM

Summary: The main purpose of this publication is to evaluate the investment attractiveness of communes in Poland for the investment related to tourism services. An attempt of hierarchization of communities and regions in Poland was made in terms of potential and actual attractiveness for investors. In addition, an analysis of the spatial distribution of potential attractiveness index for the main tourist regions in Poland and various forms of tourism was carried out. For the evaluation of investment attractiveness there was used an indicator model and the method of correlation-weighting which allowed the determination of the synthetic index of PAI and RAI. The research showed that potentially attractive for investors may primarily be Silesia, West Pomerania, Lower Silesia and Pomerania voivodeships and due to the real attractiveness two other voivodeships: Mazovia and Warmia-Masuria.