

Eugenia Panfiluk

Politechnika Białostocka

DETERMINANTY I BARIERY PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ OBSZARÓW PRZYRODNICZO CENNYCH NA PRZYKŁADZIE MIKROREGIONU PUSZCZA BIAŁOWIESKA

Streszczenie: Istniejące międzynarodowe badania związane z osiąganiem pozycji konkurencyjnej obszaru recepcji turystycznej dowodzą, iż czynniki decydujące o osiągnięciu pozycji konkurencyjnej regionu turystycznego różnią się w zależności od czasu rozwoju obszaru turystycznego i posiadanych walorów. Istotnym elementem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej jest możliwość kreowania różnorodnych, wysokiej jakości ofert turystycznych. Zależą one m.in. od przewagi komparatywnej regionów. W artykule omówiono kategorię konkurencyjności regionów turystycznych. Badawczą stroną artykułu jest identyfikacja determinant przewagi konkurencyjnej oraz wskazanie barier utrudniających rozwój obszarów przyrodniczo cennych województwa podlaskiego na przykładzie mikroregionu Puszcza Białowieska.

Słowa kluczowe: konkurencyjność, czynniki konkurencyjności, bariery rozwoju turystyki, walory turystyczne, infrastruktura turystyczna.

1. Wstęp

Turystyka jest nowym, prężnie rozwijającym się sektorem gospodarki narodowej. Szczególnie ważna staje się na obszarach przyrodniczo cennych, gdzie tradycyjne gałęzie gospodarki mają ograniczony zasięg działania. By jednak turystyka mogła się stać istotnym źródłem dochodów miejscowej ludności i wpływać na wzrost ich dobrobytu materialnego, konieczne jest uzyskanie dominującej pozycji wśród innych sektorów gospodarczych regionu. Jednym z czynników decydujących o wzroście zainteresowania turystycznego regionem jest atrakcyjna oferta turystyczna. Szczególnie rozwijające się regiony, by zwiększyć popyt turystyczny i przyciągnąć większą liczbę turystów, muszą zaoferować taki segment podaży, który spełni oczekiwania turystów, zrealizuje ich potrzeby i zwiększy satysfakcję w wyższym zakresie niż inny region turystyczny. Osiąganie celów skierowanych na zróżnicowanie oferty regionu jest jednym z istotnych elementów prowadzących do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej. Artykuł omawia teoretyczne aspekty konkurencyjności obsza-

ru recepcji turystycznej. Badawczą stroną artykułu jest identyfikacja determinant przewagi komparatywnej oraz wskazanie barier utrudniających rozwój obszarów przyrodniczo cennych województwa podlaskiego na przykładzie mikroregionu Puszcza Białowieska.

2. Teoretyczne aspekty konkurencyjności regionu turystycznego

W ogólnym znaczeniu pojęcie konkurencyjności definiowane jest jako zdolność organizacji do efektywnego wykorzystania posiadanych czynników produkcji (zasoby kapitału ludzkiego i kapitału rzeczowo-finansowego). Określana jest również jako proces rozwojowy, charakteryzujący się dynamiką zmian i wagą zmian strukturalnych w gospodarce otwartej. Konkurencyjność w odniesieniu do regionów definiuje się jako przewagę nad innymi regionami będącą wypadkową atrakcyjności oferty usługowej [Stawasz 2004, s. 203]. Postrzegana jest też w kontekście umiejętności adaptowania pozytywnych trendów pojawiających się w otoczeniu, kreujących korzyści wewnętrzne i zewnętrzne [Filipiak i in. 2005, s. 264]. W tym kontekście za region konkurencyjny uznaje się taki, w którym poziom wiedzy ludzkiej, rozumiany jako zdolność do wyprzedzania potrzeb i odkrywania nowej kombinacji i zastosowania istniejących lub nowych zasobów rzeczowych, pozwala na wytworzenie strukturalnej przewagi i skomercjalizowanie wytworów regionu [Bałtromiuk 2003, s. 77]. Obszerną charakterystykę kategorii konkurencyjności przedstawiła I. Ładysz [2009, s. 7-42]. Zawarta tam obszerna analiza czynników konkurencyjności w teoriach makroekonomicznych pozwala na stwierdzenie, iż za najważniejsze czynniki konkurencyjności uznaje się szeroko rozumianą aktywność inwestycyjną, zarówno w inwestycje infrastrukturalne, technologiczne, innowacyjne, jak i kapitał ludzki, oraz aktywność handlową, szczególnie w zakresie wymiany handlu zagranicznego.

W ogólnym rozumieniu pojęcie konkurencyjności odnosi się więc do kreowania sił, które na podstawie posiadanych zasobów potrafią tworzyć nowe wartości, lepsze od innych.

Konkurencyjność obszaru recepcji turystycznej w szerokim rozumieniu została zdefiniowana jako zdolność do uzyskiwania lub utrzymywania przewagi na rynku turystycznym w określonym czasie [Hauteserre 2000, s. 23-32]. W ujęciu socjologicznym konkurencyjność to zdolność obszaru recepcji turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów przez oferowanie usług, towarów i doświadczeń skuteczniej niż inne regiony [Dwyer, Kim 2003, s. 369-414]. W tym ujęciu definiuje się również konkurencyjność jako zdolność do utrzymania przewagi konkurencyjnej przez spełnienie oczekiwań klientów i udziałowców przy stałym eliminowaniu zagrożeń i ciągłym wykorzystaniu nowych możliwości, które powstają w otoczeniu konkurencyjnym. Z ekonomicznego punktu widzenia pojęcie to obejmuje zdolności regionu i podmiotów na nim działających do tworzenia wartości dodanej, która wspiera już istniejące zasoby przy jednoczesnym utrzymaniu dominującej pozycji rynko-

wej w stosunku do konkurentów [Hassan 2000, s. 239-245]. Zdobywanie przewagi konkurencyjnej polega na przekształcaniu zasobów i procesów w nowe wartości ekonomiczne [Crouch, Ritchie 1999, s. 140]. Jest ona uzależniona również od zdolności miejsca turystycznego do radzenia sobie i organizacji swoich zasobów zgodnie z ekonomiczną logiką prowadzoną przez strategię konkurencyjności [Cracolici, Nijkamp 2008, s. 336-344].

Na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej regionu turystycznego wpływają czynniki wewnętrzne zależne i czynniki zewnętrzne niezależne. Do czynników wewnętrznych zależnych zaliczają się działania przestrzegające czterech głównych zasad: ochrony środowiska, dominującego udziału sektora turystycznego w regionie, wzmocnienie kanałów dystrybucji oraz kreowanie przedsiębiorczości [Poon 1993, s. 24]. Do czynników niezależnych, które decydują o konkurowaniu na rynku światowym, należy zaliczyć: różnice cenowe w połączeniu z wahaniami kursów walut, poziom wydajności różnych komponentów usług branży turystycznej oraz czynniki jakościowe wpływające na atrakcyjność regionu [Dwyer, Forsyth, Rao 2000, s. 9-22]. Istotnym czynnikiem zewnętrznym wpływającym na pozycję konkurencyjną jest też bezpieczeństwo.

W obecnym okresie rozwój badań w zakresie teorii konkurencyjności regionów turystycznych można podzielić na trzy obszary: diagnozy pozycji konkurencyjnej poszczególnych regionów turystycznych względem siebie, pomiaru poziomu konkurencyjności regionu w kategorii celu podróży turystycznej ze względu na położenie miejsca recepcji turystycznej, systemów zarządzania czy konkurencyjności cenowej oraz próby budowy uniwersalnego modelu osiągnięcia pozycji konkurencyjnej [Ritchie, Crouch, Crouch 2000, s. 1-7].

Szczególnie ważne znaczenie dla rozwoju badań nad konkurencyjnością miało opracowanie modelu konkurencyjności obszaru turystycznego przez J.R.B. Ritchiego i G.I. Croucha [2000, s. 1-7]. Ich koncepcja opiera się na połączeniu teorii komparatywnej A. Smitha i D. Ricardo oraz przewagi konkurencyjnej M.E. Portera dostosowanych do specyficznych cech obszarów recepcji turystycznej. Zdobywanie przewagi konkurencyjnej opiera się na uzyskaniu przewagi komparatywnej w zakresie posiadanych zasobów, jak również zdolności do ich przekształcania w nowe wartości [Ritchie, Crouch, Crouch 2000, s. 1-7].

Model konkurencyjności obszaru turystycznego identyfikuje ze sobą środowisko mikro- i makroskali. W mikroskali badania obejmują analizę pozycji komparatywnej z punktu widzenia posiadanych zasobów, wśród których można wyróżnić podmioty turystyczne, system zarządzania, rynek turystyczny, atrakcje turystyczne, zasoby ludzkie i finansowe, a także ich zdolność do tworzenia nowych wartości. W makroskali badania obejmują analizę zewnętrznych czynników otoczenia i ich wpływ na pozycję komparatywną regionu. Do tych elementów zalicza się wzrost zainteresowania środowiskiem naturalnym, demografię rynku, wzrost ilości czasu wolnego, industrializację.

Autorzy modelu wyodrębniają pięć kategorii czynników decydujących o uzyskaniu pozycji konkurencyjnej. Są to: zasoby i atrakcje o kluczowym znaczeniu, zasoby zarówno naturalne, jak i kultury materialnej i niematerialnej (7 zmiennych), czynniki stymulujące, takie jak infrastruktura techniczna, dostępność komunikacyjna, udogodnienia, przedsiębiorczość (5 zmiennych), czynniki kwalifikujące: lokalizacja, bezpieczeństwo, cena (5 zmiennych), polityka i planowanie rozwoju: zarządzanie obszarem recepcji turystycznej (8 zmiennych), sterowanie rozwojem obszaru recepcji turystycznej (8 zmiennych).

Model J.R.B. Ritchiego i G.I. Croucha [2000, s. 1-7] stanowił podstawę teoretyczną analizy pozycji konkurencyjnej obszarów recepcji turystycznej, wyposażonych w zasoby przyrodnicze o kluczowym znaczeniu dla rozwoju specjalistycznych form turystyki (w tym wypadku chodzi o badania pozycji konkurencyjnej turystyki uzdrowiskowej na Tajwanie) [Lee, King 2006, s. 179-197].

Niektórzy badacze twierdzą, że wzorzec ten nie może być uniwersalnie zastosowany do pomiaru pozycji konkurencyjnej wszystkich regionów. Dowodzą, iż kategorie zmiennych będą osiągały różną pozycję i siłę ze względu na czas, etap rozwoju i pozycję przewagi komparatywnej przestrzeni turystycznej. Prowadzi się badania dotyczące określenia zmiennych uniwersalnych, które pozwalałyby pozycjonować konkurencyjność regionów [Enright, Newton 2005, s. 339-350; Dwyer, Kim 2003, s. 369-414]. Hipoteza ta była też podstawą badań prowadzonych w ośrodkach turystycznych Australii dla różnych miejsc recepcji turystycznej, na różnym etapie rozwoju. Wyniki badań dowodzą, iż w ośrodkach turystycznych, które już osiągnęły wysoką pozycję na rynku turystycznym, najwyższą siłę oddziaływania na pozycję konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej mają trzy elementy: zdolność regionu do rozwoju infrastruktury turystycznej i jej różnorodne wykorzystanie, zdolność lokalnej branży turystycznej i władz do współpracy w dążeniu do utrzymania przewagi konkurencyjnej i kreatywność systemów zarządzania, istnienie wizji rozwoju przyszłości turystyki [Wilde, Cox 2008, s. 467-478].

Na obecnym etapie badań uznaje się, iż określanie pozycji konkurencyjnej regionów turystycznych ma istotne znaczenie zarówno dla przemysłu turystycznego, jak i sektora politycznego. Wynika to z praktycznej przydatności badań w zakresie programowania rozwoju regionu [Ritchie, Crouch, Crouch 2000, s. 1-7].

Podsumowując, należy więc stwierdzić, iż osiąganie przewagi konkurencyjnej regionów turystycznych polega na wykorzystaniu czynników wewnętrznych i zewnętrznych w tworzeniu nowych wartości. Kreatorem nowych wartości jest zdolność podmiotów do podejmowania działań innowacyjnych we wszystkich sferach jego działalności [Adamkiewicz-Drwiłło 2002, s. 26]. To dzięki innowacyjności technicznej, technologicznej i organizacyjnej przedsiębiorstwa mogą utrzymać długotrwały rozwój obserwowany przez zyskowność produkcji [Ładysz 2009, s. 9].

Innowacja to funkcja składająca się z kreatywnego myślenia i działania [Mizgaj-ska 2002, s. 44]. Określa się ją jako:

- wprowadzenie nowego produktu,

- wprowadzenie nowej metody produkcji (innowacja procesowa),
- otwarcie nowego rynku sprzedaży,
- otwarcie nowego rynku zaopatrzenia,
- wprowadzenie nowej organizacji (innowacja związana z zarządzaniem).

W turystyce należy też uznać, że istotnym elementem innowacyjności jest umiejętność kreowania atrakcyjności oferty usługowej. Podobne wnioski formułują na podstawie wyników badań S. Wilde i C. Cox [2008, s. 467-478]. Ich zdaniem jednym z istotnych czynników wpływających na konkurencyjność regionu turystycznego jest innowacyjne kreowanie oferty turystycznej. Prowadzi to do rozwoju działań umożliwiających uzyskanie przewagi komparatywnej. Jej zróżnicowanie może przyczynić się do wyzwalań sił innowacyjnych i realizacji różnorodnych potrzeb turystycznych. Z punktu widzenia ekonomicznych czynników konkurencyjności działania skierowane na rozwój walorów turystycznych i infrastruktury turystycznej należą do działań inwestycyjnych. Za najistotniejsze w tym zakresie należy uznać inwestycje infrastrukturalne podnoszące jakość walorów przyrodniczych i kulturowych, wspierające rozwój walorów kultury niematerialnej oraz inwestycje w kapitał ludzki. Do inwestycji wpływających na wzrost jakości walorów przyrodniczych i kulturalnych należy zaliczyć inwestycje zarówno *stricte* turystyczne, takie jak remonty i renowacje obiektów będących świadectwem kultury materialnej społeczności regionu, inwestycje współczesnych obiektów rekreacyjno-rozrywkowych, inwestycje w bazę noclegową i gastronomiczną, jak i inwestycje w zakresie ochrony środowiska zapewniające utrzymanie wysokiej jakości kapitału przyrodniczego oraz inwestycje z zakresu dostępności komunikacyjnej wewnętrznej i zewnętrznej wpływające bezpośrednio na penetrację turystyczną.

3. Konkurencyjność dóbr turystycznych województwa podlaskiego w ujęciu przestrzennym

Szczegółowe badania przydatności przestrzeni województwa podlaskiego na potrzeby rozwoju turystyki pozwoliły na stwierdzenie, iż:

- 46,56% powierzchni województwa ma średnią i wysoką przydatność struktury przyrodniczej do rozwoju turystyki, w tym 9,44% powierzchni województwa cechuje wybitnie wysoka przydatność struktury przyrodniczej do rozwoju turystyki,
- 32,15% powierzchni województwa ma wybitnie wysoką przydatność struktury środowiska kulturowego,
- 27,3% powierzchni województwa ma wysoki i wybitnie wysoki poziom rozwoju wewnętrznej infrastruktury turystycznej,
- 7,18% powierzchni województwa ma średni i wysoki poziom rozwoju bazy noclegowej i gastronomicznej¹.

¹ Badania przeprowadzono na poziomie gmin metodą taksonomii numerycznej. Do ujednoczenia wartości zmiennych zastosowano narzędzie unitaryzacji, zsumowano zmienne unitaryzowane w po-

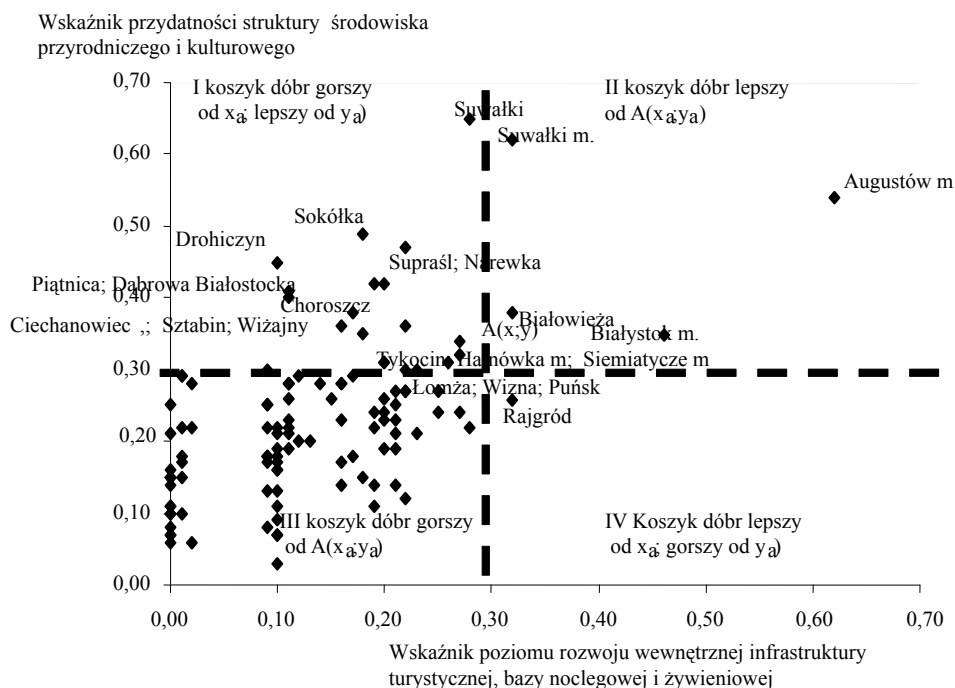
Porównując te wyniki z poziomem ruchu turystycznego, wyznaczono pięć mikroregionów turystycznych. Jest to mikroregion północny: augustowsko-suwalski, mikroregion centralny: białostocki obejmujący obszar metropolitalny Białegostoku, w tym Dolinę Narwi, Dolinę Biebrzy oraz Puszcę Knyszyńską, mikroregion południowo-wschodni: białowieski, mikroregion południowy: drohiczyński oraz mikroregion zachodni – łomżyński. Trzy pierwsze z wyodrębnionych regionów cechuje wysoki wskaźnik przydatności struktury przestrzeni przyrodniczej i kulturowej i położone są one wokół ośrodków centralnych mających wysoki wskaźnik poziomu rozwoju infrastruktury turystycznej, bazy noclegowej i żywniowej.

Wskaźniki przydatności struktury przestrzeni w poszczególnych mikroregionach pozwoliły na określenie koszyków podaży dóbr turystycznych. Za wartość podziału koszyków dóbr przyjęto średnią wartość wskaźników badanych cech $A(x; y)$. Ze względu na mierniki badań dobra te mogą znacznie wskazywać na osiągnięcie przewagi komparatywnej w części oferowanych dóbr materialnych (rys. 1). Przyjęte założenia pozwoliły na wyznaczenie czterech koszyków dóbr:

- koszyk I o wysokiej i wybitnie wysokiej przewadze komparatywnej dóbr środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz niskiej i średniej pozycji dóbr infrastruktury turystycznej,
- II koszyk o wysokiej i wybitnie wysokiej przewadze komparatywnej dóbr środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz o wysokiej i wybitnie wysokiej przewadze w zakresie dóbr infrastruktury turystycznej,
- III koszyk o niskiej i średniej przewadze komparatywnej dóbr środowiska przyrodniczego i kulturowego i niskiej i średniej przewadze dóbr infrastruktury turystycznej,
- IV koszyk o niskiej i średniej przewadze komparatywnej dóbr środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz wysokiej i wybitnie wysokiej przewadze dóbr wewnętrznej infrastruktury turystycznej.

Na podstawie struktury udzielonych noclegów można szacunkowo określić, iż wyodrębnione regiony skupiają 91,2% ruchu turystycznego województwa podlaskiego. Zatem preferencje turystyczne skupiają się na oferowanych dobrach w ramach I i II koszyka. Koszyki te cechuje wysoka przewaga komparatywna dóbr przyrodniczych i kulturowych (I koszyk) oraz wysoka przewaga komparatywna dóbr przyrodniczych i kulturowych wraz z rozwiniętą infrastrukturą turystyczną (II koszyk).

szczególnych obszarach i obliczono miary rozwoju dla każdej jednostki diagnostycznej. Ocenę przydatności określono w pięciostopniowej skali skonstruowanej narzędziem bonitacji punktowej, gdzie za poziom średni przyjęto średnią wartość wskaźników badanych cech [Panfiluk 2009]. Podobne wyniki uzyskał K. Parzych, dokonując oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego metodą bonitacji punktowej, przy czym w obu podejściach do oceny walorów przyrodniczych i kulturowych zastosowano te same cechy diagnostyczne; niewielkie różnice badawcze występują w przyjętych cechach diagnostycznych przy ocenie zagospodarowania turystycznego. Ponadto autor obliczył tylko dwie zmienne: koncentrację walorów turystycznych i elementów zagospodarowania turystycznego, co prowadzi do zawężenia problemu [Parzych 2010, s. 173-182].



Rys. 1. Poziom przewagi komparatywnej dóbr turystycznych województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań prowadzonych w latach 2008-2009.

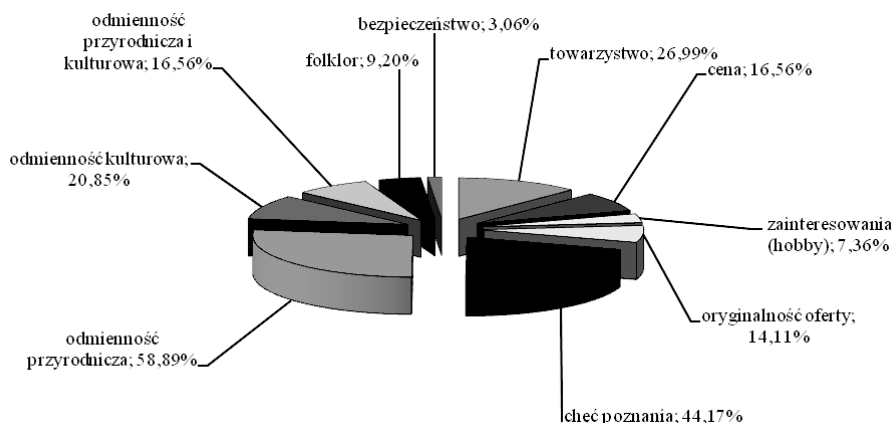
Analiza liczby turystów odwiedzających Białowiecki Park Narodowy (140 000 rocznie) oraz turystów korzystających z noclegów (30 644 turystów) wskazuje na tranzytowy ruch turystyczny. Podobne zjawisko występuje w przypadku wszystkich wyodrębnionych obszarów województwa.

4. Stymulatory i bariery osiągnięcia pozycji konkurencyjnej obszarów przyrodniczo cennych na przykładzie badań w mikroregionie Puszcza Białowiecka

Do zidentyfikowania stymulatorów i barier osiągnięcia pozycji konkurencyjnej wybrano obszar mikroregionu Puszcza Białowiecka. Jest to obszar, na którym wskaźnik przydatności struktury walorów przyrodniczych i walorów kulturowych osiąga zbliżone wartości do wskaźnika rozwoju infrastruktury turystycznej. Ponadto zgodnie ze Strategią rozwoju województwa podlaskiego do 2020 r. jest to obszar, na którym koncentruje się międzynarodowy ruch turystyczny, i zaliczany jest on do I kategorii atrakcyjności turystycznej województwa. Badania przeprowadzono metodą ankietową z zastosowaniem kwestionariusza pogłębionego wywiadu. Badaniami objęto

grupę 165 turystów przebywających w mikroregionie Puszcza Białowieska w okresie od lipca do października 2010 r. w ramach badań własnych². Zdecydowana większość badanych to aktywni zawodowo, posiadający średnie i wyższe wykształcenie, zamieszkujący średnie i duże miasta Polski, w wieku od 26 do 60 lat, z przewagą wiekową 25-44 lata, zamieszkujący gospodarstwa dwuosobowe i rodziny z dziećmi. 35% badanych przebywało w mikroregionie w trakcie wypoczynku weekendowego, w wypadku 20% badanych pobyt trwał do 4 noclegów oraz taka sama grupa przebywała powyżej 4 dni, 8% badanych odbywa wycieczkę z więcej niż jednym noclegiem, 17% zaś wycieczkę jednodniową.

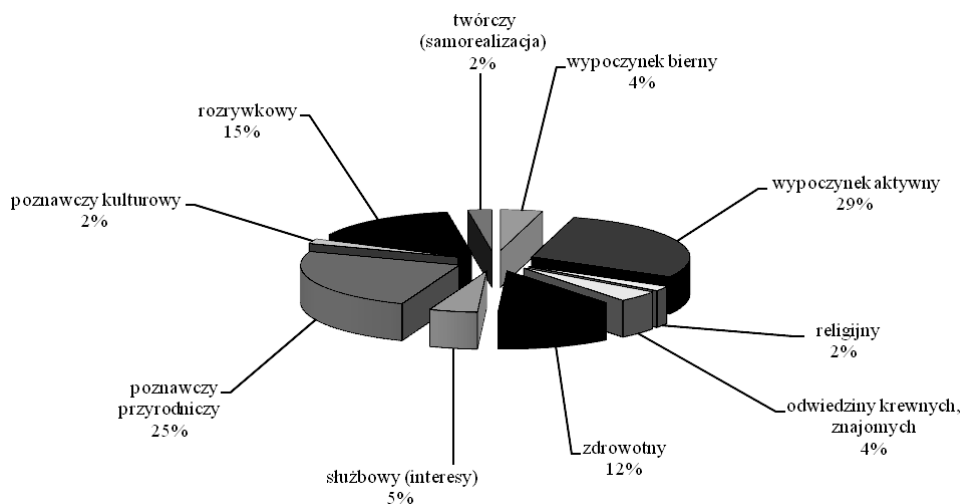
Na podstawie badań należy stwierdzić, iż o atrakcyjności turystycznej tego obszaru decydują określone przestrzennie wybrane miejsca przyrodniczo cenne, wśród których dominują walory objęte ochroną rezerwatową (60%), mniejsze znaczenie przypisuje się walorom Białowieskiego Parku Narodowego oraz dwóm ścieżkom edukacyjnym: Żebra Żubra oraz Miejsce Mocy. O atrakcyjności tych obiektów decyduje unikatowość walorów oraz ich estetyka rozumiana w szerokim ujęciu jako piękno przyrody, świeże powietrze, cisza i spokój. Tylko nieliczna grupa badanych twierdzi, że na atrakcyjność tych walorów wpływa czynnik ludzki tkwiący w umiejętnościach przekazywania wiedzy na temat zwiedzanych obiektów i obszarów, wzbudzania zainteresowania. Tylko jedna czwarta badanych wskazuje na muzeum przyrodniczo-leśne jako główną atrakcję kulturową mikroregionu, pozostałe obiekty są w znikomej liczbie wskazywane przez turystów.



Rys. 2. Główne czynniki decydujące o wyborze miejsca przyjazdu turystycznego do mikroregionu

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

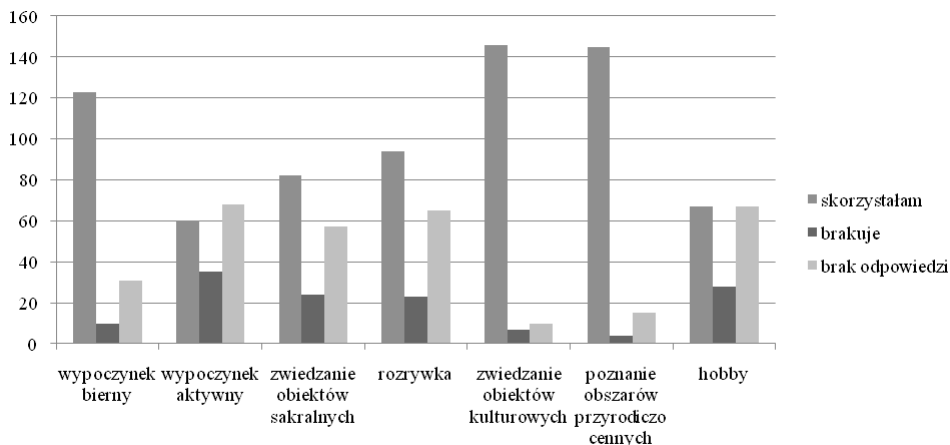
² Wielkość próby badawczej obliczono metodą statystyczną, przyjęto poziom ufności w granicach od 0,95 do 0,99, szacowaną wielkość frakcji na poziomie wskaźnika wielkości 0,5 oraz błąd maksymalny na poziomie 0,076. Dla tak przyjętych wskaźników przy wielkości populacji 30 644 (liczba korzystających z noclegów) wielkość próby badawczej wynosi 165 turystów, podobną wielkość próby badawczej uzyskano dla wielkości populacji 140 000 (odwiedzający BPN) i wynosi ona 166 turystów. Dobór badanych przeprowadzony został na zasadzie dobrowolności. Badaniu poddano wszystkich chętnych.



Rys. 3. Główny motyw decyzji podróży turystycznej do mikroregionu Puszcza Białowieńska

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Główne czynniki decydujące o wyborze miejsca przyjazdu turystycznego i motyw wpływający na decyzję o przyjeździe do mikroregionu Puszcza Białowieńska przedstawiają rys. 1 i 2.



Rys. 4. Formy spędzania czasu wolnego w mikroregionie Puszcza Białowieńska

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Z przeprowadzonych badań wynika, że główne czynniki decydujące o podjęciu decyzji przyjazdu do mikroregionu Puszcza Białowieska to odmienność przyrodnicza recepcji turystycznej, tylko co piąty odwiedzający identyfikuje odmienność kulturową odwiedzanego obszaru, a jeszcze mniejsza grupa turystów postrzega obie kategorie łącznie. Czynnikiem wpływającym na wybór obszaru dla co trzeciego turysty była chęć poznania tego terenu, a co czwarta osoba zdecydowała się na przyjazd z powodu czynników towarzyskich (rys. 2). Z kolei jako główny motyw przyjazdu turystycznego badani wskazują aktywny wypoczynek (29%) i cel poznawczy (25%) (rys. 3).

Formy spędzania czasu wolnego w obszarze recepcji turystycznej przedstawia rys. 4.

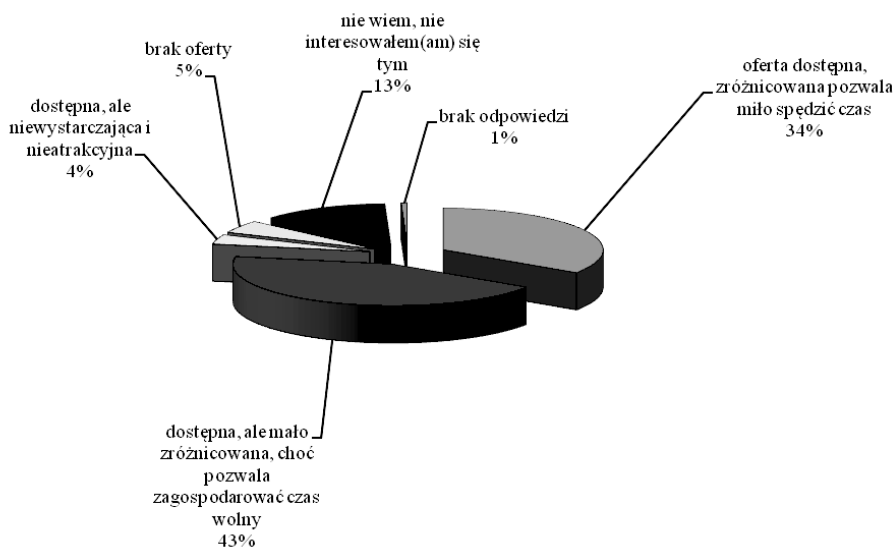
W miejscu recepcji turystycznej odwiedzający przede wszystkim zajmują się korzystaniem z oferty pozwalającej na poznanie obszarów przyrodniczo cennych i obiektów kulturowych (większość badanych w tym miejscu wskazuje na muzeum przyrodniczo-leśne), a zdecydowanie mniejsza liczba badanych zwiedza obiekty sakralne. Ponadto większość turystów w obszarze recepcji turystycznej wskazuje, iż częścią ich wypoczynku jest wypoczynek bierny (70%). W tej kategorii na uwagę zasługują wyniki w zakresie oferty skierowanej do turystów preferujących aktywny wypoczynek, gdzie 22% badanych wskazuje na jej brak, podobne braki w ofercie turystycznej odwiedzający dostrzegają w zakresie oferty kulturowej, szczególnie pod względem zwiedzania obiektów sakralnych, wskazując na takie defekty, jak brak tablic informacyjnych umożliwiających samodzielne zwiedzanie obiektów, często zamknięcie obiektów dla zwiedzających oraz ich małe zróżnicowanie. Ponadto należy stwierdzić, że ponad 15% badanych wskazuje na brak oferty w zakresie rozrywki. Odwiedzający hobbyści wskazują na występowanie braków w ofercie specjalistycznej (rys. 4). Około połowa badanych stwierdziła brak imprez kulturowych w czasie swojego pobytu, a jedna czwarta nie była zainteresowana taką formą spędzania wolnego czasu. Tylko co piąta osoba wzięła udział w imprezie kulturowej w celu urozmaicenia swojego pobytu, a głównym czynnikiem decydującym o udziale była niska cena.

Zdecydowana większość turystów (43,55%) stwierdza, że istniejąca oferta spędzania czasu wolnego jest co prawda dostępna, ale mało zróżnicowana, prawie co dziesiąta osoba ofertę turystyczną ocenia negatywnie, wskazując na jej brak lub niewystarczające zróżnicowanie i nieatrakcyjność (rys. 5).

Opinię tę podtrzymuje 46% odwiedzających mikroregion po raz pierwszy i ponad 56% odwiedzających, dla których jest to kolejna wizyta.

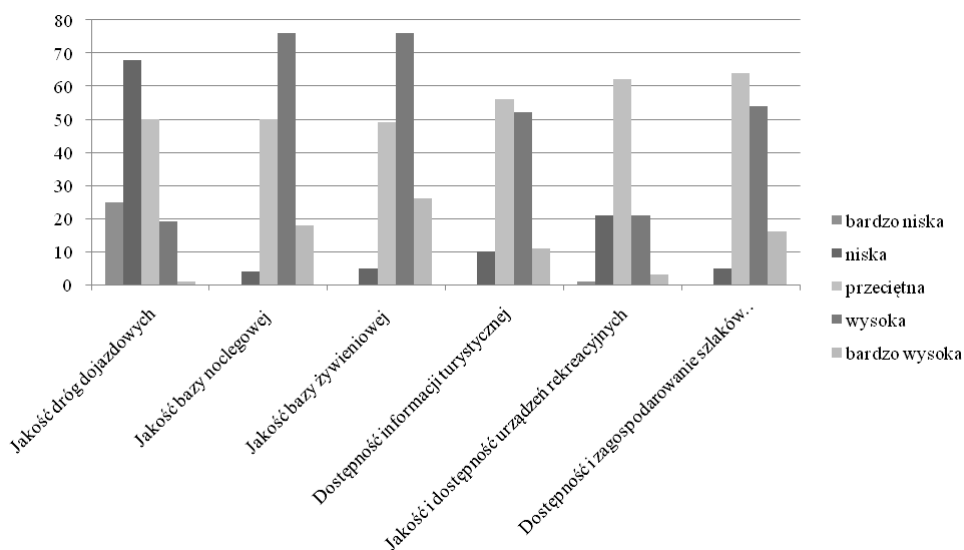
Ponad dwie trzecie respondentów stwierdziło, że również oferta pamiątkarska jest mało zróżnicowana i nieinteresująca.

Analizując związki pomiędzy występującymi walorami mikroregionu a wskazaniami atrakcji turystycznych mikroregionu i oceną oferty turystycznej, należy stwierdzić, że zdecydowaną barierą w kreowaniu rozwoju turystyki, mimo tkwiących w mikroregionie walorów, jest niski poziom wykorzystania walorów mikro-



Rys. 5. Ocena oferty spędzania czasu wolnego w miejscu recepcji turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

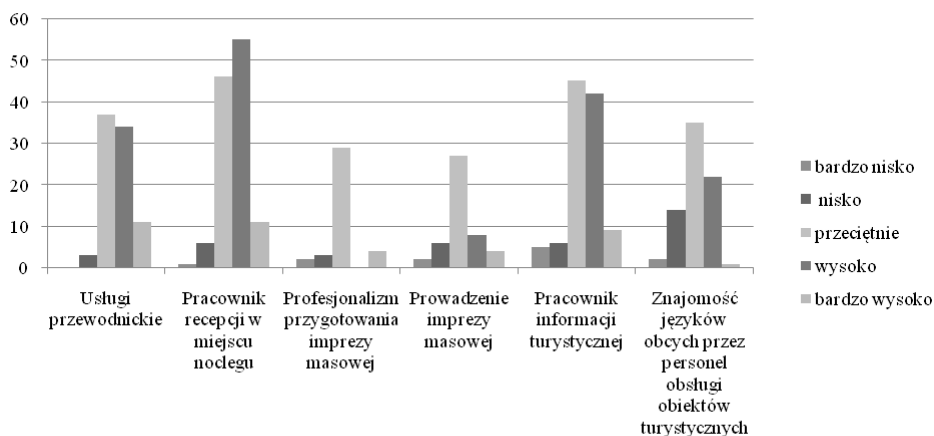


Rys. 6. Ocena standardu i dostępności infrastruktury turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

regionu w ofercie turystycznej. Oferta jest nastawiona na kreowanie form turystyki z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i tylko skupionych wokół ośrodka Białowieża. Ponadto uboga i mało zróżnicowana jest oferta spędzania czasu wolnego, poza zwiedzaniem mikroregionu. Niedostatecznie rozwinięta jest oferta kulturowa i pamiątkarska.

W dalszej procedurze badań ocenie poddano jakość i dostępność infrastruktury turystycznej (rys. 6). Wysoką i średnią jakością cechuje się baza noclegowa i gastronomiczna. Na podobnym poziomie oceniono dostępność informacji turystycznej i zagospodarowanie szlaków turystycznych. Zdecydowanie na niższym poziomie w porównaniu z powyższymi kategoriami oceniono dostępność i jakość urządzeń rekreacyjnych. Bardzo niską i niską jakość mają drogi dojazdowe do mikroregionu. Na podstawie wyników badań należy wskazać, iż zdecydowane bariery rozwoju turystyki tkwią w niskiej jakości dostępności komunikacyjnej i przeciętnej jakości i dostępności urządzeń rekreacyjnych.



Rys. 7. Ocena jakości i profesjonalizmu pracowników obsługi turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

51% badanych wskazuje, iż sposób eksponowania okazów w muzeum przyrodniczo-leśnym w Białowieży można uznać za innowacyjny. Z kolei 46% badanych (są to odwiedzający mikroregion więcej niż jeden raz) stwierdziło, iż na tym terenie nie występują żadne obiekty, procesy czy też usługi, które można by uznać za innowacyjne. Ich propozycje obejmują zarówno usługi innowacyjne, takie jak: warsztaty rzeźbiarskie, rękodzieła ludowego, jak i innowacyjne elementy infrastruktury typu:

kręgielnia, park linowy, tablice multimedialne z informacją o obłożeniu obiektów noclegowych czy telebimy z informacją turystyczną.

Na podstawie wyników badań w kategorii oceny infrastruktury turystycznej i oceny oferty turystycznej spędzania czasu wolnego można mniemać, iż barierą w różnicowaniu oferty turystycznej przedsiębiorców mikroregionu jest niski poziom jakości i zróżnicowania infrastruktury towarzyszącej, na podstawie której można byłoby różnicować i wzbogacać ofertę turystyczną. Ponadto szczególnie widoczny jest niski poziom innowacyjności mikroregionu.

Odrębną kategorią poddaną ocenie była jakość obsługi ruchu turystycznego. W obszarze obsługi infrastruktury noclegowej 54% badanych oceniło obsługę we wszystkich kategoriach obiektów zakwaterowania w pięciostopniowej skali na poziomie dobrym, 24% na poziomie bardzo dobrym – jako profesjonalną, 17% jako przeciętną, a 5% badanych jako obsługę budzącą szczególne zastrzeżenia. W podobnych proporcjach oceniona została jakość obsługi w obiektach gastronomicznych różnych kategorii. Wyższą jakość przyznano obsłudze gastronomicznej w miejscu noclegu, nad obiektami hotelowymi, restauracjami i sklepami spożywczymi. Ponadto przeciętna i wysoka jakość oraz profesjonalizm obsługi turystycznej cechuje pracowników recepcji, informacji turystycznej i przewodników. Na przeciętnym poziomie sklasyfikowano profesjonalizm przygotowania i prowadzenie imprezy masowej. Zastrzeżenie budzi niska znajomość języków obcych personelu obsługi obiektów turystycznych (rys. 7).

5. Podsumowanie

W celu zidentyfikowania czynników stymulujących osiągnięcie pozycji konkurencyjnej mikroregionu Puszcza Białowieska oraz identyfikacji barier analizie poddano pięć kategorii. Ich szczegółowa charakterystyka została przedstawiona w tab. 1.

Szczegółowa analiza powyższych kategorii pozwala stwierdzić, iż o konkuro-waniu mikroregionu na rynku turystycznym decydują wybitne walory przyrodnicze wpływające na motyw podróży turystycznej, dostosowana do odwiedzających zróżnicowana baza noclegowa o wysokiej i średniej jakości, w której turyści są obsługiwani przez profesjonalny personel.

Niestety, znacznie więcej zidentyfikowano barier hamujących rozwój turystyki. Przede wszystkim należy do nich niska jakość dróg dojazdowych, niska jakość i dostępność infrastruktury rekreacyjnej uniemożliwiającej zróżnicowanie oferty pobytu turystycznego. Zidentyfikowano niskie zainteresowanie turystów obiektami kulturowymi, w tym obiektami sakralnymi mikroregionu, które wpływają na odmienną kulturę tego obszaru. Niski jest poziom innowacyjności oraz niedostateczna jakość obsługi ruchu turystycznego w kategorii usług przewodnickich, informacji turystycznej i znajomości języków obcych.

Tabela 1. Stymulatory i bariery osiągnięcia pozycji konkurencyjnej mikroregionu Puszcza Białowieska

Kategoria	Stymulator	Bariera
Walory turystyczne	<ul style="list-style-type: none"> • odmienność przyrodnicza 	<ul style="list-style-type: none"> • niska i średnia jakość szlaków turystycznych, • niski poziom umiejętności i zaangażowania przewodników w kreowanie zainteresowań walorami przyrodniczymi, • mały zasięg przestrzenny poziomu penetracji Puszczy Białowieskiej
	<ul style="list-style-type: none"> • odmienność kulturowa 	<ul style="list-style-type: none"> • niski poziom wiedzy turystów na temat walorów kulturowych regionu, • niskie zainteresowanie obiektami kulturowymi świadczącymi o odmienności kulturowej regionu, • niewielka ilość informacji w ofercie turystycznej o zróżnicowaniu kulturowym mikroregionu, • niskie zainteresowanie ofertą imprez kulturalnych, • słaby poziom przygotowania imprez kulturalnych
Oferta turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> • chęć poznania walorów mikroregionu przez turystów 	<ul style="list-style-type: none"> • brak możliwości aktywnego wypoczynku, • niedostatecznie udostępnione do zwiedzania obiekty sakralne, • niedostatecznie rozwinięte możliwości realizowania własnego hobby oraz oddawania się rozrywkom, • dostępna, ale mało zróżnicowana oferta spędzania czasu wolnego,
Infrastruktura turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> • wysoka jakość części bazy noclegowej i gastronomicznej 	<ul style="list-style-type: none"> • średnia jakość części bazy noclegowej i gastronomicznej, • dostępność i jakość urządzeń rekreacyjnych, • niska jakość dróg dojazdowych
Innowacyjność	<ul style="list-style-type: none"> • sposób eksponowania okazów w muzeum przyrodniczo-leśnym 	<ul style="list-style-type: none"> • niski poziom innowacyjności w zakresie obiektów, procesów i usług
Jakość obsługi ruchu turystycznego	<ul style="list-style-type: none"> • na dobrym poziomie obsługa obiektów noclegowych i gastronomicznych, w tym pracowników recepcji 	<ul style="list-style-type: none"> • niewielki odsetek przewodników i pracowników informacji turystycznej świadczących usługi na najwyższym poziomie, • niska znajomość języków obcych przez personel obsługi obiektów turystycznych, • niska jakość prowadzenia imprezy kulturalnej

Źródło: opracowanie własne.

W kontekście powyższych analiz należy stwierdzić, że podaż dóbr obszarów przyrodniczo cennych województwa jest mało atrakcyjna dla turystyki pobytowej. Zatem mikroregiony turystyczne województwa podlaskiego mają niską pozycję konkurencyjną. Wynika to z niskiego i jednorodnego poziomu wykorzystania zasobów komparatywnych regionu, małej aktywności innowacyjnej i częściowych braków kapitału ludzkiego w sferze obsługi ruchu turystycznego.

Literatura

- Adamkiewicz-Drwiłło H.G., *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Bołtromiuk A., *Regiony peryferyjne w perspektywie polityki strukturalnej UE*, Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2003.
- Cracolici M.F., Nijkamp P., *The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions*, „Tourism Management” 2008 no. 30.
- Crouch G.I., Ritchie J.R.B., *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*, „Journal of Business Research” 1999.
- Crouch G.I., Ritchie J.R.B., *Destination Competitiveness*, [w:] *International Handbook on the Economics of Tourism*, red. L Dwyer, P Forsyth, Edward Elgar Publishing, Inc., Northampton, MA, 2006.
- Dwyer L., Forsyth P., Rao P., *The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 Destinations*, „Tourism Management” 2000 no. 21.
- Dwyer L., Kim Ch., *Destination competitiveness: determinants and indicators*, „Current Issues in Tourism” 2003 no. 6.
- Enright M.J., Newton J., *Determinants of tourism destination competitiveness in asia pacific: comprehensiveness and universality*, „Journal of Travel Research” 2005 no. 43.
- Filipiak B., Kogut M., Szewczuk A., Ziolo M., *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse procedury*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005.
- Hassan S.S., *Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry*, „Journal of Travel Research” 2000 no. 38(3).
- Hauteserre A.M., *Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort*, „Tourism Management” 2000.
- Lee C.F., King B., *Assessing destination competitiveness. an application to the hot springs tourism sector*, „Tourism Plannig and Development” 2006 no. 3.
- Ładysz I., *Konkurencyjność obszarów metropolitalnych w Polsce*, Wydawca: CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2009.
- Mizgajaska H., *Aktywność innowacyjna polskich małych i średnich przedsiębiorstw w procesie integracji z Unia Europejska*, Prace habilitacyjne 4, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu.
- Panfiluk E., *Przydatność przestrzeni województwa podlaskiego na potrzeby rozwoju turystyki*, [w:] *Innowacyjność w turystyce*, red. M. Jalinik, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2009.
- Parzych K., *Uwarunkowania i ocena potencjału turystycznego województwa podlaskiego*, [w:] *Potencjał turystyczny, Zagadnienia przestrzenne*, red. B. Mayer, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 590, Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, 2010.
- Poon A., *Tourism, Technology, and Competitive Strategy*, CAB International, Wallingford 1993.
- Ritchie J.R., Crouch B., Crouch G.I., *The competitive destination: a sustainability perspective*, „Tourism Management” 2000 no. 21 (1).
- Stawasz A., *Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2004.
- Wilde S., Cox C., *Linking Destination Competitiveness and Destination Development: Findings from a Mature Australian Tourism Destination*, Conference Paper presented at the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference – Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives, Helsinki (Finland) 2008.

DETERMINANTS AND BARRIERS OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE ENVIRONMENTALLY VALUABLE REGIONS OF THE BIAŁOWIEŻA FOREST

Summary: Existing international research concerning the competitive position of tourist destinations shows that the factors crucial to achieve such a position differ depending on the period of the tourist region development and on the available assets. An essential element of achieving the competitive position is the opportunity to create varied high quality tourist offers, which, among other things, depend on the comparative advantage of regions. The article describes the category of the competitiveness advantage of tourist regions. The research section of the article aims to identify the determinants related to the competitive advantage and to indicate the barriers impeding the development of the environmentally valuable regions in Podlaskie Voivodeship on the example of the Białowieża Forest microregion.