

DOI: 10.18559/SOEP.2017.4.4

Eugenia Panfiluk

Politechnika Białostocka w Białymstoku, Wydział Zarządzania,
Katedra Gospodarki Turystycznej
e.panfiluk@pb.edu.pl

**WPLYW ŚRODKÓW UNIJNYCH
NA ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNĄ
REGIONU – CASE STUDY**

Streszczenie: Celem artykułu jest analiza wpływu inwestycji współfinansowanych ze środków z EFRR wydatkowanych na rozwój sektora turystycznego z wykorzystaniem modelu atrakcyjności turystycznej Gunn. Opracowano teoretyczny model oceny wpływu inwestycji współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu i poddano go weryfikacji empirycznej. Materiał do badań empirycznych zebrano metodą ankietową. Badaniu poddano turystów odwiedzających region podlaski. Wnioski końcowe pozwoliły na uogólnienia, że opracowany model oceny wpływu inwestycji współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu może służyć do oceny skuteczności systemu zarządzania EFRR na poziomie regionu, a także do identyfikacji słabych i mocnych stron systemu sterowania turystyką na poziomie regionalnym w kierunku kreowania atrakcyjności turystycznej przestrzeni, a także do ustalania przyczyn odchyień i ewaluacji kierunków rozwojowych regionalnych programów i planów politycznych w obszarze rozwoju turystyki. Może też mieć zastosowanie w procesie planowania rozwoju turystyki regionu na etapie zarówno ewaluacji, jak i dalszego programowania, realizacji lub wprowadzania zmian w odniesieniu do rozwoju destynacji turystycznej.

Słowa kluczowe: fundusze europejskie, atrakcyjność turystyczna, dotacje publiczne, system zarządzania.

Klasyfikacja JEL: O22, H71, R51.

THE IMPACT OF EU FUNDS ON THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF A REGION – A CASE STUDY

Abstract: This article aims to analyse the impact of the investments co-financed by the ERDF, spent on the development of the tourism sector, using the Gunn model of tourist attractiveness. A theoretical model for assessing the impact of the investments, co-financed by the ERDF, on the tourist attractiveness of a region was developed and subjected to empirical verification. The material for empirical research was collected with the use of a questionnaire. The study involved tourists visiting the Podlaskie voivodeship. The final conclusions allowed the generalization that the developed model for assessing the impact of investments co-financed by the ERDF on the tourist attractiveness of a region can be used to assess the effectiveness of the ERDF management at the regional level, is used for the identification of the strengths and weaknesses of the tourism control system at the regional level towards creating a more attractive tourist area, is used for the determination of the causes of deviations and the evaluation of developmental directions of regional policy plans, and programmes in the area of tourism development, may be used in the planning process of tourism development of a region at the stage of evaluation, as well as further programming, implementation or introduction of changes in relation to the development of a tourist destination.

Keywords: European funds, tourist attractiveness, public subsidies, system management.

Wstęp

Jednym z najważniejszych instrumentów finansowych wsparcia rozwoju regionalnego, w tym podniesienia atrakcyjności turystycznej regionów, są środki unijne. Spośród wielu dostępnych programów określających zasady ich wydatkowania największe środki przeznaczone na realizację celów polityki regionalnej asygnowane są z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR). Środki wydatkowane z tego funduszu mają na celu wyrównywanie dysproporcji pomiędzy regionami. W regionach, w których turystyka jest jednym z celów rozwojowych, instrument ten ma istotny wpływ na rozwój tego sektora. Znaczenie tego programu wskazują wyniki badań ewaluacyjnych. Między innymi w województwie podlaskim wartość inwestycji zrealizowanych w obszarze turystyki i kultury w okresie programowania 2007–2013 stanowiła 10% wartości wszystkich zrealizowanych inwestycji, które w części były dotowane z EFRR.

Przegląd badań z zakresu analizy wyników ekonomicznych oddziaływania funduszy unijnych pozwala na stwierdzenie, że wyodrębniły się co najmniej trzy zasadnicze nurty badawcze. Ze względu na zasięg przestrzenny badania prowadzone są na poziomie makroekonomicznym, w odniesieniu do analiz całych gospodarek, sektorów i regionów. Na poziomie mikroekonomicznym analizy prowadzone są w odniesieniu do przedsiębiorstw i ich pozycji rynkowej uzyskanej w wyniku bezzwrotnej dotacji. Ze względu na przedmiot badań, prowadzone badania obejmują analizy skuteczności zarządzania funduszami unijnymi z punktu widzenia instytucji zarządzającej oraz identyfikacji wskaźników oceny systemów zarządzania funduszami unijnymi. Problem ten jest szczególnie ważny, gdyż prowadzone przez instytucje zarządzające badania ewaluacyjne ograniczają się tylko do oceny poziomu osiągnięcia celów określonych przyjętymi w programach wskaźnikami. Na przykład osiągnięcie celu wzrost atrakcyjności turystycznej regionu jest mierzone liczbą zrealizowanych inwestycji z zakresu turystyki, rekreacji, sportu czy kultury. Nie prowadzi się badań, które pozwoliłyby na stwierdzenie, czy rzeczywiście zrealizowane inwestycje miały wpływ na wzrost atrakcyjności turystycznej regionu i w jakim zakresie. Jak wskazują badania atrakcyjności turystycznej regionów, to nie liczba inwestycji decyduje o atrakcyjności, a raczej ich ranga i rodzaj. To powoduje, że konieczne jest prowadzenie badań w tym obszarze. Uzyskane wyniki pozwalają również na ocenę skuteczności zarządzania funduszami unijnymi z punktu widzenia instytucji. Celem artykułu była analiza wpływu inwestycji współfinansowanych ze środków z EFRR wydatkowanych na rozwój sektora turystycznego z wykorzystaniem modelu atrakcyjności turystycznej C.A. Gunn. Materiał badawczy zebrano metodą ankietową. Grupę badawczą stanowili turyści i odwiedzający jednodniowi przebywający w regionie.

1. Inwestycje jako czynnik kreowania atrakcyjności turystycznej

Atrakcyjność turystyczna regionu może być rozumiana w różnych ujęciach:

- w ujęciu ogólnym jako zespół cech [Pearce 1991; Bogucka 1976, s. 25], czynników [Warszyńska i Jackowski 1978, s. 31], właściwości [Kurek 2007, s. 27] czy elementów [Ritchie i Zins 1978; Lijewski, Mikułowski i Wyrzykowski 2010, s. 33] regionu turystycznego,
- w ujęciu ekonomicznym jako zespół zasobów materialnych lub niematerialnych [Lew 1987; Benckendorffer 2006, s. 211] (jak widok [McCan-

nell 2002, s. 64], pogoda [Kruczek 2011, s. 19], usługi [Pearce 1991], wydarzenie kulturalne czy impreza rozrywkowa [Getz 2008; Gibson, Kaplanidou i Kang 2012]),

- w ujęciu marketingowym jako zespół produktów, atrybutów, wizerunku [Lew 1987], które występują w regionie.

Zbadano, że o atrakcyjności turystycznej regionu mogą decydować konkretne obiekty [Jaremen, Rapacz i Gryszeł 2010] lub ogólne wrażenia określane jako klimat miejsca, które wspólnie lub każde z osobna wpływają na zainteresowanie turysty obszarem [Kruczek 2011, s. 19; Cheng-Fei, Hsun-Inn i Huery-Ren 2010] czy też na zaspokojenie materialnych i duchowych jego potrzeb [Kruczek i Sacha 1999, s. 22]. Atrakcyjność miejsca brana jest pod uwagę przy wyborze miejsca wyjazdu i stanowi cel podróży [Kruczek 2011, s. 15]. C.A. Gunn [1972] wskazała też, że by region był atrakcyjny turystycznie, powinien posiadać trzy strefy: jądro atrakcyjności turystycznej, strefę krajobrazu oraz strefę zagospodarowania turystycznego.

Jądro atrakcji, jak wskazano, mogą tworzyć: obiekt, element, cecha lub zjawisko decydujące o wyborze miejsca recepcji turystycznej. Posiada ono własne markery generujące ruch turystyczny. Strefę zagospodarowania turystycznego tworzy cały zespół czynników decydujący o możliwościach wypoczynku:

- infrastruktura noclegowo-gastronomiczna – jej standard, zróżnicowanie, ceny,
- infrastruktura sportowo-rekreacyjna – dostępność i zróżnicowanie ofert rekreacyjnych, rozrywek i atrakcji turystycznych,
- zagospodarowanie terenu – wewnętrzna infrastruktura umożliwiająca penetrację wewnętrzną obszaru recepcji turystycznej,
- obsługa ruchu turystycznego, w szczególności oznakowanie terenu, dostępność do informacji turystycznej, jakość świadczonej informacji turystycznej, znajomość języków obcych przez personel obsługi.

Ponadto ważnym czynnikiem obsługi ruchu turystycznego jest dostępność odwiedzających do usług powszechnych świadczonych dla ludności.

Strefa krajobrazu to otoczenie budujące nastroj konsumpcji jądra atrakcyjności turystycznej. Krajobraz bezpośrednio oddziałuje na stan emocjonalny odwiedzającego, wpływa na doznania i w konsekwencji decyduje o odczuwanej satysfakcji z pobytu turystycznego w regionie. Krajobraz budują elementy naturalne (estetyka krajobrazu czy środowiska), cechy wynikające z uwarunkowań antropogenicznych (np. atrakcyjność cenowa usług w regionie), a także wartości niematerialne (np. klimat miejsca) będące wynikiem współdziałania wielu czynników – zarówno wchodzących w skład

jądra turystycznego, jak i zagospodarowania turystycznego. Podejmując się analizy czynników tworzących krajobraz, należy zawsze brać pod uwagę wskaźniki jakościowe.

Podsumowując, należy stwierdzić, że pojęcie atrakcyjności turystycznej zawiera w sobie elementy o cechach jakościowych i ilościowych, które posiadają zdolność przyciągania turystów. Jest ono kategorią indywidualnej percepcji turysty, wynika z indywidualnych upodobań i wymagań dotyczących warunków pobytowych, jest związane z oczekiwaniami turysty wobec miejsca podróży turystycznej, wrażeń nabytych w trakcie pobytu oraz wspomnień zachowanych po podróży.

Wyniki badania turystów w zakresie wyceny wartości krajobrazu dowodzą, że wycena zależy od momentu konsumpcji. Wyższe oceny nadają oni w trakcie lub tuż po zwiedzaniu, niższe po zakończeniu pobytu turystycznego [Gonzalez i Leon 2003]. Dlatego też, by utrzymać lojalnego klienta w regionie, polityka turystyczna musi być skierowana na podnoszenie atrakcyjności turystycznej.

Badania prowadzone przez R. Floridę [2002] i C.M. Lawa [1993] wskazują, że atrakcyjność turystyczną można kreować poprzez inwestycje. Inwestycje, które przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności turystycznej obszaru, wpływają na przyciąganie nowych inwestorów, utrwalenie dziedzictwa kulturowego i marki obszaru, wpływają też na decyzję o przyjeździe turystycznym (w szczególności renoma inwestycji), a w konsekwencji prowadzą do ożywienia gospodarczego. Istotne znaczenie dla wzrostu atrakcyjności turystycznej regionu przypisuje się również inwestycjom wpływającym na jakość pakietu udogodnień, w tym inwestycje w usługi rozrywkowe, oferty aktywności turystycznej [Kaur 1981], sportowej, rekreacyjnej i rozrywkowej [Andersson i Lundberg 2013; Barrio, Devesa i Herrero 2012; Gibson, Kaplanidou i Kang 2012]. Uznaje się, że wpływają one też na tempo rozwoju gospodarczego regionu [Rosentraub i Joo 2009]. Inwestycje w obiekty kultury materialnej również przyczyniają się do zróżnicowania atrakcji turystycznych regionu, dziedzictwa i tożsamości regionu [Whitt 1988], a w niektórych wypadkach wpływają na jego rozwój ekonomiczny [Spencer i Nsiah 2013].

Badania wpływu działalności inwestycyjnej w turystyce wskazują, że istnieją różne podejścia do polityki planowania turystycznego. Różnice wynikają ze stadium rozwoju funkcji turystycznej na danym obszarze. W regionach o wysokiej funkcji turystycznej i ugruntowanej pozycji turystyki prowadzi się działania inwestycyjne mające na celu wzmocnienie pozycji regionu na rynku turystycznym. W regionach wschodzących, charaktery-

zujących się powolnym wzrostem znaczenia turystyki w polityce regionu, ważne miejsce zajmują inwestycje wzmacniające jego wizerunek, do których zalicza się inwestycje w kreowanie atrakcji turystycznych i miejsc rozrywki [Rosentraub i Joo 2009].

Szczególne miejsce w obecnej polityce turystycznej zajmują środki unijne. Są one istotnym źródłem współfinansowania inwestycji w obszarze turystyki. Szczegółowe badania z zakresu wpływu środków unijnych na rozwój turystyki prowadzone dla obszarów atrakcyjnych turystycznie, gdzie turystyka jest rozwijającą się działalnością gospodarczą, wskazują, że są one znaczącym czynnikiem pobudzającym działalność inwestycyjną zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego [Panfiluk 2013a]. W istotny sposób przyczyniły się do wzrostu liczby obiektów noclegowych [Panfiluk 2016b, s. 675], rekreacyjnych, sportowych oraz małej infrastruktury turystycznej, takiej jak ścieżki rowerowe oraz szlaki turystyczne [Panfiluk 2015]. Zaobserwowano, że efekty dotacji miały wpływ na potencjał turystyczny poprzez zwiększenie dostępu do usług rekreacyjnych, możliwości realizacji aktywności turystycznej i rekreacyjnej czy dostępności komunikacyjnej wewnątrz regionu. Zarówno podmioty prywatne, jak i sektor zarządzania turystyką na poziomie lokalnym wskazują, że interwencja publiczna była odczuwalna [Panfiluk 2013a]. Współfinansowane inwestycje turystyczne stworzyły nowe miejsca pracy, wpływając na wzrost zatrudnienia [Panfiluk 2015]. Należy jednak zaznaczyć, że tylko inwestycje związane z budową lub rozbudową obiektów generują miejsca pracy. Z obiektów infrastruktury pożytku publicznego największe znaczenie dla zatrudnienia mają nowe obiekty rekreacyjne [Panfiluk 2013b]. Badania porównawcze prowadzone w Polsce dla kilku regionów turystycznych – zarówno wschodzących, jak i tych o ugruntowanej pozycji turystyki w rozwoju regionu – potwierdzają, że wzrost zatrudnienia w obiektach nowo powstałych w wyniku interwencji publicznej przyczynia się do wzrostu dynamiki tworzenia wartości dodanej w sektorze turystycznym oraz wpływa na zahamowanie ogólnej tendencji spadku zatrudnienia [Panfiluk 2016]. Udowodniono też, że inwestycje subsydiowane generują nie tylko bezpośrednie efekty gospodarcze w postaci rozwoju sektora turystycznego, ale też pośrednie efekty gospodarcze w postaci tworzenia nowych miejsc pracy w sektorze usług paraturystycznych [Spencer i Nsiah 2013].

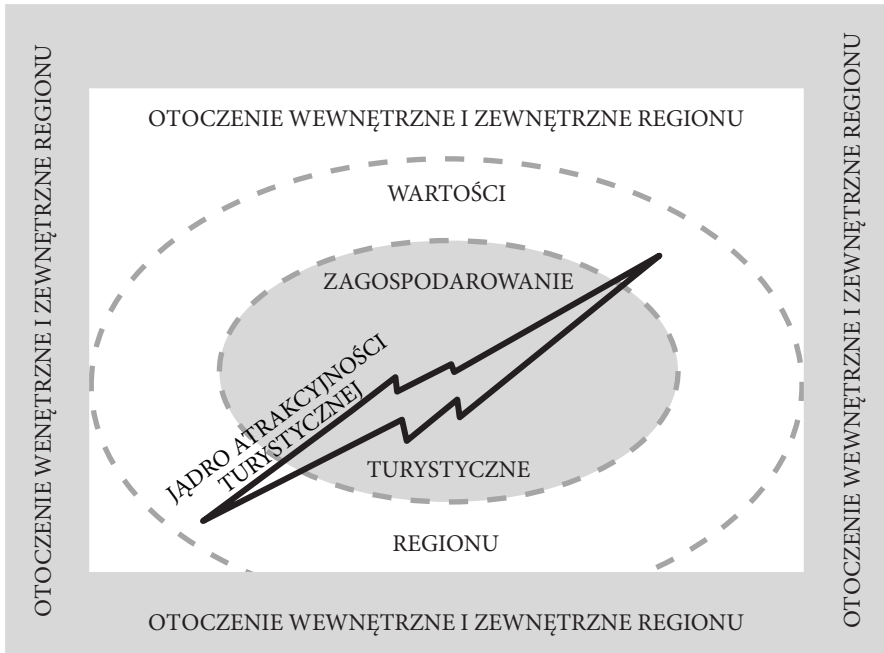
Dostępne badania wskazują, że inwestycje/obiekty, a więc i efekty dotacji, generują różne efektywności i w różnym stopniu wpływają na rozwój sektora turystycznego [Crouch 2007, s. 15]. Na przykład w regionie Grampian w Wielkiej Brytanii środki unijne mają bezpośredni wpływ na

wzrost atrakcyjności turystycznej współfinansowanych obiektów, jednak wokół tych atrakcji turystycznych nie powstały firmy turystyczne, które mogłyby się rozwijać [Nash, Koyabe i Stansbie 2006]. Autorzy wskazują, że podniesienie atrakcyjności turystycznej obiektu nie zawsze przyczynia się automatycznie do wzrostu atrakcyjności turystycznej regionu i nie zawsze przekłada się na rozwój turystyki w regionie. Brak innych badań w tym obszarze uniemożliwia porównanie uzyskanych wyników. Dlatego też autorka niniejszego artykułu podjęła się próby zbadania, czy środki unijne generowane przede wszystkim z EFRR miały wpływ na wzrost atrakcyjności turystycznej regionu.

2. Metodyka badania wpływu inwestycji finansowanych ze środków unijnych na atrakcyjność turystyczną regionu

Zgodnie z teorią atrakcyjności turystycznej C.A. Gunn, w regionie atrakcyjnym turystycznie wyodrębnia się jądro atrakcyjności, strefę zagospodarowania turystycznego oraz strefę krajobrazu, która wpływa na stan emocjonalny wypoczywającego [Gunn 1972]. W niniejszym badaniu strefę tę określono jako wartości regionu. W praktyce jądro atrakcyjności turystycznej może być wyodrębnione z elementów zagospodarowania turystycznego lub wartości regionu. Inwestycje współfinansowane ze środków unijnych poprzez wprowadzane zmiany w regionie wpływają na stan atrakcyjności turystycznej wszystkich kategorii wyodrębnionych w modelu. Można je zidentyfikować jako efekty bezpośrednie wywołane powstałą inwestycją oraz jako efekty pośrednie powstałe w wyniku współdziałania wielu czynników, efektu bezpośredniego inwestycji, oddziaływania otoczenia wewnętrznego (kapitału ludzkiego, dodatkowych inwestycji) oraz otoczenia zewnętrznego. Efekty bezpośrednie można przypisać konkretnym inwestycjom, działaniom. Efekty pośrednie odczuwalne są przez otoczenie, jednak nie można ich przypisać konkretnym działaniom czy inwestycjom. Model oceny wpływu inwestycji współfinansowanych ze środków unijnych na atrakcyjność turystyczną regionu zaprezentowano na rysunku 1.

Przypisanie efektów bezpośrednich zależy od kategorii inwestycji. Mogą one być zidentyfikowane we wszystkich sferach. Z kolei efekty pośrednie realizowanych działań należy przypisać do sfery wartości regionu. Wynika to z tego, że są to efekty powstałe w wyniku współdziałania wielu czynników, których nie można jednoznacznie zidentyfikować.



Rysunek 1. Model oceny wpływu inwestycji współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

W badaniu wyodrębniono następujące kroki badawcze:

1. Identyfikację wskaźników pomiaru atrakcyjności turystycznej regionu, z uwzględnieniem sfery zagospodarowania turystycznego i wartości regionu.
2. Identyfikację inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR.
3. Identyfikację wskaźników pomiaru bezpośrednich i pośrednich efektów działań współfinansowanych z EFRR.
4. Opracowanie wspólnego katalogu wskaźników pomiaru efektów działań współfinansowanych z EFRR i pomiaru atrakcyjności turystycznej regionu.
5. Dobór metody gromadzenia materiału empirycznego.
6. Wybór obszaru badań.

Badania empiryczne przeprowadzono dla województwa podlaskiego. Wielkość środków asygnowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego 2007–2013 (RPOWP 2007–2013), około 10%, wskazuje na to, że turystyka powinna być jednym z istotnych sektorów dla gospodarki regionu.

Opracowano katalog inwestycji i działań współfinansowanych ze środków unijnych z EFRR na turystykę i kulturę w latach 2007–2013. Zgodnie z procedurą badawczą, metodą panelu ekspertów opracowano katalog wskaźników pomiaru bezpośrednich i pośrednich efektów inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR i wpisujących się w katalog pomiaru atrakcyjności turystycznej regionu (tabela 1).

Tabela 1. Katalog wskaźników pomiaru wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

Typ inwestycji realizowanej w ramach projektów współfinansowanych z RPOWP 2007–2013	Liczba zrealizowanych inwestycji	Wskaźniki pomiaru wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu	
		wskaźniki bezpośrednie	wskaźniki pośrednie
Baza noclegowa	39	standard obiektów noclegowych,	atrakcyjność cenowa oferty noclegowej
Infrastruktura uzdrowska	6	zróżnicowanie oferty noclegowej	jakość oferty noclegowej
Baza gastronomiczna	7	atrakcyjność jedzenia i kuchni	jakość usług gastronomicznych
Centra wystawienniczo-konferencyjne	4	atrakcyjność zabytków, dziedzictwa kulturowego	stosunek jakości usług do ich ceny
Restauracja zabytków i modernizacja muzeów	12		ceny biletów wstępów
Publiczna mała infrastruktura turystyczna	14	dostępność i zagospodarowanie szlaków turystycznych, możliwość aktywnego spędzania czasu wolnego, zróżnicowanie usług rekreacyjnych, dostępność usług rekreacyjnych, atrakcyjność bazy sportowo-rekreacyjnej, infrastruktura drogowa (stan dróg, sieci połączeń drogowych)	atrakcyjność zarówno w sezonie, jak i poza nim
Publiczna i niepubliczna infrastruktura rekreacyjna	14		bezpieczeństwo pobytu i podróżowania
Publiczna infrastruktura sportowa	11		
Obiekty kultury	11	atrakcyjność oferty rozrywk i atrakcji	atmosfera miejsca (klimat miejsca), nastawienie ludzi

cd. tabeli 1

Typ inwestycji realizowanej w ramach projektów współfinansowanych z RPOWP 2007–2013	Liczba zrealizowanych inwestycji	Wskaźniki pomiaru wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu	
		wskaźniki bezpośrednie	wskaźniki pośrednie
System informacji turystycznej	6	oznakowanie turystyczne i oznakowanie atrakcji turystycznych, dostęp do potrzebnych informacji, w tym dostęp do usług informacji turystycznej, łatwość dojazdu	jakość informacji turystycznej
Promocja turystyki	10	ocena promocji regionu	atrakcyjność warunków naturalnych (lasy, jeziora, urozmaicony krajobraz)
Efekty inwestycji			atrakcyjność walorów estetycznych miejsca

Wskaźniki bezpośrednie służą do pomiaru zagospodarowania turystycznego, wskaźniki pośrednie zaś mierzą wartość regionu. Po zidentyfikowaniu jądra atrakcyjności turystycznej regionu z katalogu przyjętych wskaźników zostaną wyodrębnione wskaźniki oceny tego jądra.

Materiał badawczy zgromadzono metodą ankietową, z wykorzystaniem kwestionariusza badań. Badania przeprowadzono w sierpniu i wrześniu 2014 roku¹.

W doborze próby brano pod uwagę podział administracyjny, liczbę miejsc noclegowych przypadających na 1000 mieszkańców, z uwzględnieniem warstw według powiatów. Rozkład próby badawczej i uzyskaną liczbę ankiet zaprezentowano w tabeli 2. Badania ankietowe były przeprowadzone w miejscach o wysokim natężeniu ruchu turystycznego. W badaniach pozyskano 1042 wypełnione kwestionariusze, wszystkie spełniały kryteria jakościowe i zostały przyjęte do analizy.

¹ Badania przeprowadzono w ramach projektu: „Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy regionu” realizowanego przez Stowarzyszenie Upowszechniania Wiedzy i Innowacji, w którym autorka była wykonawcą. Badanie ewaluacyjne było sfinansowane ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007–2013.

Tabela 2. Wielkość próby badawczej

Parametr	Wartość
Liczba miejsc noclegowych na 1000 ludności	15,87
Liczebność próby	1000
Liczba uzyskanych ankiet	1042
Liczba badanych odwiedzających region po raz pierwszy	540
Liczba badanych odwiedzających region więcej niż jeden raz	502
Liczba zrealizowanych projektów z RPOWP 2007–2013 z turystyki i kultury	120

Źródło: na podstawie przeprowadzonych badań.

Identyfikację jądra atrakcyjności turystycznej regionu przeprowadzono z wykorzystaniem wyników badań wszystkich respondentów.

W celu uchwycenia zmian zachodzących w przestrzeni turystycznej w wyniku realizacji inwestycji współfinansowanych z EFRR przyjęto tezę, że turyści odwiedzający region po raz pierwszy są bardziej skłonni do nadawania atrakcyjności turystycznej regionu wyższej wartości niż odwiedzający region kolejny raz. Dlatego w dalszej części próbę badawczą podzielono na dwie grupy: odwiedzających region pierwszy raz i odwiedzających region kolejny raz. Liczebności tych grup podano w tabeli 2.

Każdy wskaźnik oceniano w pięciopunktowej skali od 5 (oceniłam bardzo wysoko) do 0 (nie korzystałam/em). Wyniki badań zaprezentowano jako średnią ważoną. Różnice pomiędzy wartościami wskaźników uzyskanych z odpowiedzi osób odwiedzających region pierwszy raz (R_1) i odwiedzających region więcej niż raz (R_n) stały się podstawą utworzenia skali oceny wpływu badanej inwestycji na atrakcyjność turystyczną regionu. Skalę zaprezentowano w tabeli 3.

Tabela 3. Skala oceny wpływu inwestycji współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

Warunek, jaki spełnia R_n	Wpływ inwestycji na atrakcyjność turystyczną regionu
$R_n \geq R_1$	bardzo wysoki
$R_n - \frac{(R_n + R_1)}{2} \leq 0,1$	wysoki
$0,1 < R_n - \frac{(R_n + R_1)}{2} \leq 0,2$	niewielki
$R_n - \frac{(R_n + R_1)}{2} > 0,2$	brak wpływu

Identyfikacji jądra dokonano na podstawie ocen czynników w skali od 5 do 0, gdzie 5 oznacza czynnik istotny w wyborze regionu jako miejsca wypoczynku, 3 – czynnik średnio wpływający na decyzję o miejscu wypoczynku, 1 – czynnik, co do którego respondent wahał się i nie potrafił jednoznacznie wskazać jego wpływu na decyzję o przyjeździe do regionu, „trudno powiedzieć”, oraz 0 – czynnik nieistotny w wyborze regionu jako miejsca wypoczynku turystycznego. Ostateczne wyniki wyrażono w postaci średniej ważonej. Przyjęto, że za jądro można uznać czynniki wskazane jako istotne przez co najmniej 50% respondentów i które uzyskały co najmniej 3 punkty. W obrębie jądra czynniki podzielono na trzy klasy, jako czynniki tworzące jądro pierwszorzędowe, drugorzędowe i trzeciorzędowe. Jądro pierwszorzędowe zawiera czynniki, które uzyskały najwyższą wartość i wpływają na decyzję o podróży turystycznej więcej niż 75% odwiedzających. Jądro drugorzędowe zawiera czynniki, które uzyskały najwyższą wartość i wpływają na decyzję o podróży turystycznej więcej niż 60% odwiedzających. Jądro trzeciorzędowe zawiera czynniki, które uzyskały najwyższą wartość i wpływają na decyzję o podróży turystycznej więcej niż 50% odwiedzających.

Przyjęta metodyka badawcza pozwala ocenić wpływ inwestycji na atrakcyjność turystyczną regionu, a jednocześnie uzyskane wartości wskaźników pozwalają na dokonanie identyfikacji czynników, które kształtują atrakcyjność turystyczną regionu. Wartości wskaźników analiz wpływu na atrakcyjność turystyczną poddano klasyfikacji, zgodnie ze skalą przedstawioną w tabeli 4.

Tabela 4. Skala oceny atrakcyjności turystycznej wybranych cech regionu i ich wpływ na postrzeganie regionu

Wartość wskaźnika (w pkt)	Atrakcyjność badanej cechy	Wpływ na atrakcyjność turystyczną regionu
2,5–2,99	zdecydowanie nieatrakcyjna	brak wpływu
3,0–3,49	raczej nieatrakcyjna	marginalny
3,5–3,99	raczej atrakcyjna	uzupełniający
4,0–4,49	atrakcyjna	rozszerzający
4,5–5,0	zdecydowanie atrakcyjna	dominujący

3. Wyniki badań

Ocena bezpośredniego wpływu inwestycji z RPOWP 2007–2013 na atrakcyjność turystyczną regionu wskazuje, że bardzo wysoki wpływ miały inwestycje w restaurację zabytków kultury i modernizację muzeów oraz inwestycje w infrastrukturę sportowo-rekreacyjną. W obydwu przypadkach wartości wskaźników – atrakcyjność zabytków i dziedzictwa kulturowego mierzącego wpływ inwestycji związanych z restauracją zabytków i modernizacją muzeów oraz możliwości aktywnego spędzania czasu wolnego mierzącego wpływ inwestycji sportowo-rekreacyjnych i małej infrastruktury turystycznej – są wyższe w grupie odwiedzających region więcej niż jeden raz. Nie stwierdzono inwestycji, które by nie wykazały bezpośredniego wpływu na atrakcyjność turystyczną regionu.

Inwestycje w bazę noclegową, gastronomiczną, centra konferencyjne, obiekty kultury wykazują wysoki wpływ na atrakcyjność turystyczną regionu. Szczegółowe badania wykazały, że wpływ infrastruktury sportowo-rekreacyjnej i turystycznej na zróżnicowanie oferty turystycznej, dostępność usług rekreacyjnych, infrastrukturę drogową (stan dróg i połączeń komunikacyjnych) oraz wpływ działań z zakresu informacji turystycznej na oznakowanie turystyczne i oznakowanie atrakcji turystycznych oraz dostęp do potrzebnych informacji, w tym dostęp do usług informacji turystycznej, jest niski.

Można zatem stwierdzić, że inwestycje z zakresu zagospodarowania turystycznego współfinansowane z RPOWP 2007–2013 wpływają na utrzymanie wysokiej oceny atrakcyjności turystycznej regionu. Szczegółowe wyniki zaprezentowano na rysunku 2.

Na podstawie uzyskanych danych można wskazać dalsze kierunki polityki inwestycyjnej w regionie. Z jednej strony należy jednoznacznie stwierdzić, że infrastruktura bazy sportowo-rekreacyjnej i turystycznej w niskim stopniu przyczyniła się do wzrostu atrakcyjności turystycznej oraz nie miała wpływu zarówno na dostępność usług rekreacyjnych, jak i na ich zróżnicowanie. Z drugiej strony jej oceny (poniżej 3,5 pkt) są znacznie niższe niż pozostałe, wskazują konieczność dalszego inwestowania.

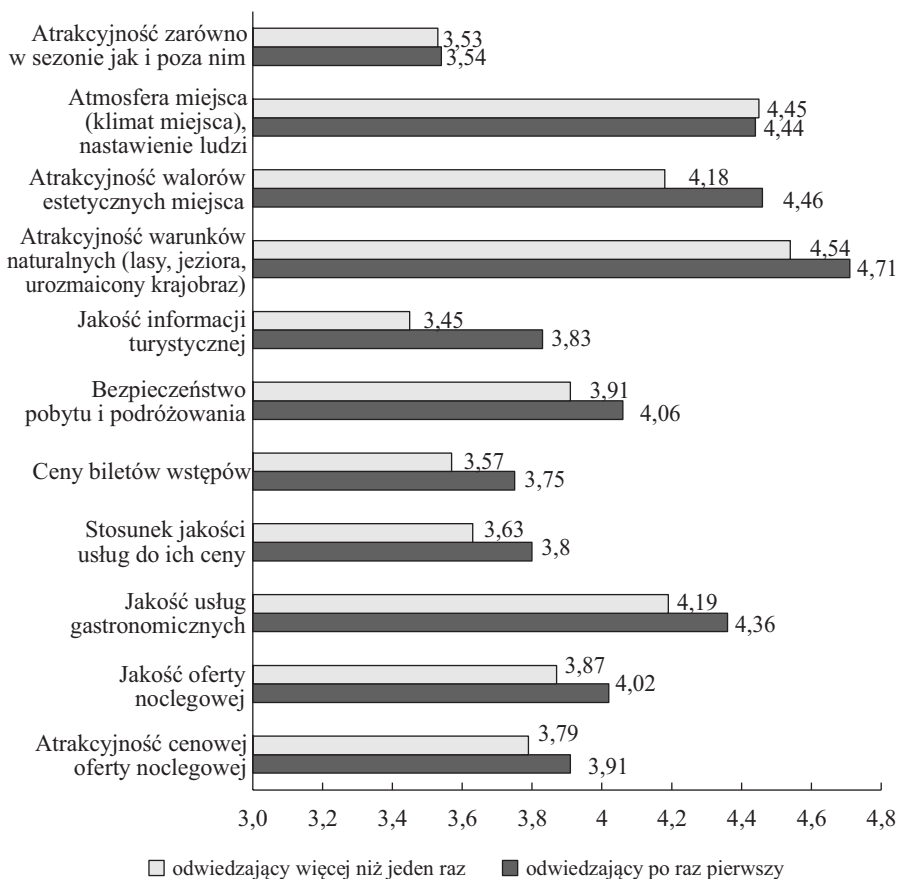
Ocena pośredniego wpływu inwestycji realizowanych w RPOWP 2007–2013 na atrakcyjność turystyczną regionu pokazała, że dziewięć z analizowanych wskaźników wykazuje wysoki, dwa zaś niski wpływ inwestycji na atrakcyjność turystyczną. Inwestycje pośrednio w niskim stopniu wpłynęły przede wszystkim na atrakcyjność regionu w sezonie i poza nim oraz na jakość informacji turystycznej. Należy zauważyć, że pozytywnie na atrakcyjność turystyczną wpłynęły inwestycje w bazę noclegową, które też



Rysunek 2. Ocena czynników pod względem bezpośredniego wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

Źródło: na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

miały wpływ na jej standard i zróżnicowanie oferty noclegowej, a pośrednio, w wyniku wzrostu konkurencji, oddziałują na atrakcyjność cenową i jakość usług (rysunek 3).



Rysunek 3. Ocena czynnika pod względem pośredniego pomiaru wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

Źródło: jak do rysunku 2.

Analiza czynników decydujących o wyborze regionu na miejsce wypoczynku (motywow) pozwoliła na wyodrębnienie jądra atrakcyjności turystycznej.

Pierwszorzędowe jądro atrakcyjności turystycznej tworzą walory przyrodnicze (4,49 pkt). Czynnikiem ten jest istotny w wyborze regionu na miejsce wypoczynku dla 82% odwiedzających region. Jądro drugorzędowe to możliwość spędzania wolnego czasu w preferowany sposób (4,41). Czynnikiem ten wpływa na decyzję o przyjeździe do regionu 70,51% badanych.

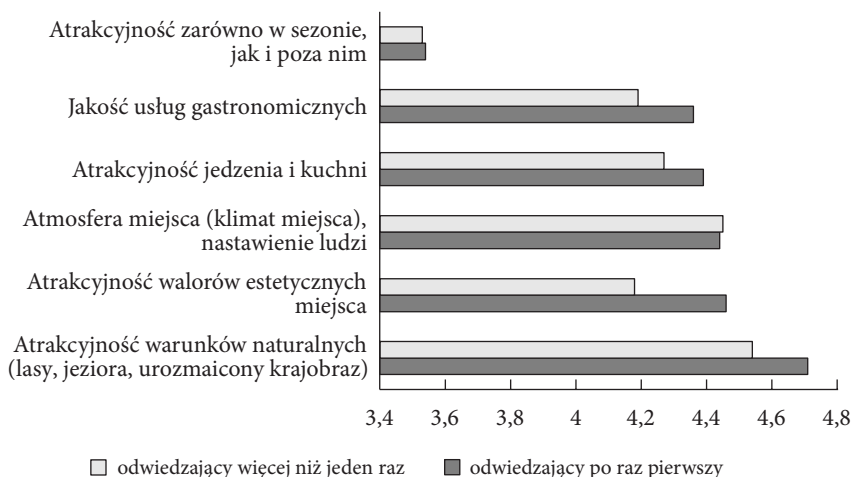


Rysunek 4. Motywy przyjazdu turystycznego do regionu

Zródło: jak do rysunku 2.

Jądro trzeciorzędowe – atrakcje odkryte po przyjeździe w miejscu recepcji turystycznej – to kuchnia regionalna (3,64) i pozytywny wizerunek regionu (3,5). Kuchnię regionalną za istotny czynnik decydujący o wyborze regionu uznało 54,27% badanych, pozytywny wizerunek zaś 54,46%. Pozostałe czynniki, które oceniono powyżej 3,0 pkt (walory kulturowe regionu, oznakowanie szlaków turystycznych), wskazało mniej niż 50% (rysunek 4).

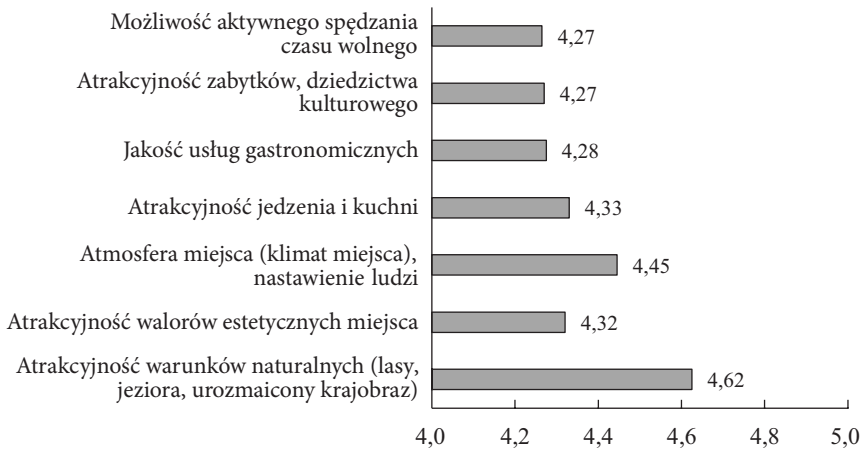
Analiza wpływu inwestycji współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność jądra turystycznego regionu dla czynników: walory przyrodnicze regionu, możliwość spędzania wolnego czasu w preferowany sposób oraz pozytywny wizerunek regionu została przeprowadzona na podstawie wskaźników: atrakcyjność warunków naturalnych, atrakcyjność walorów estetycznych, atmosfera miejsca oraz atrakcyjność zarówno w sezonie, jak i poza nim. Czynnik kuchnia regionalna oceniony został wskaźnikiem atrakcyjność jedzenia i kuchni regionalnej oraz jakość usług gastronomicznych. Wyniki zaprezentowano na rysunku 5. Różnice wartości pomiędzy odwiedzającymi region więcej niż jeden raz a odwiedzającymi pierwszy raz wskazują na bardzo wysoki wpływ analizowanych inwestycji na atrakcyjność, atmosferę miejsca i nastawienie ludzi, oraz wysoki wpływ na atrakcyjność warunków naturalnych, atrakcyjność i jakość usług gastronomicznych, atrakcyjność zarówno w sezonie, jak i poza nim oraz walory estetyczne regionu. Inwestycje miały niski wpływ na wzrost atrakcyjności walorów estetycznych regionu (rysunek 5).



Rysunek 5. Ocena wskaźników pomiaru pod względem wpływu inwestycji i działań współfinansowanych z EFRR na atrakcyjność turystyczną regionu

Źródło: jak do rysunku 2.

Ocena atrakcyjności turystycznej regionu pod kątem badanych cech wskazuje, że dominujący wpływ wywierają walory naturalne regionu (4,62 pkt), rozszerzająco na atrakcyjność turystyczną regionu wpływają takie cechy, jak: atrakcyjność jedzenia i kuchni regionalnej (4,33), jakość usług gastronomicznych (4,28), zabytki i dziedzictwo kulturowe regionu (4,27) oraz możliwości aktywnego spędzania czasu wolnego (4,27), atmosfera miejsca (4,45) i walory estetyczne regionu (4,32) – rysunek 6.



Rysunek 6. Atrybuty atrakcyjności turystycznej regionu

Zródło: jak do rysunku 2.

Pozostałe badane czynniki mają uzupełniający wpływ na atrakcyjność turystyczną regionu. Zarówno czynniki dominujące, jak i czynniki rozszerzające nie uzyskały maksymalnych wartości. Oznacza to, że celem polityki turystycznej powinno być dalsze wzmacnianie cech decydujących o atrakcyjności turystycznej regionu oraz budowanie oferty turystycznej opartej na atrybutach regionu i włączanie wokół nich nowych cech.

4. Dyskusja i wnioski końcowe

Przeprowadzone badania pozwalają na stwierdzenie, że atrakcyjność regionu postrzegana jest w różnych kategoriach. O wyborze regionu jako miejsca wypoczynku decydują najistotniejsze elementy regionu i atrybuty. Atrybuty wyróżniają region spośród innych destynacji. Podobne wyniki uzyskał Z. Kruczek [2011]. Wyniki pozwalają też na stwierdzenie, że

atrybuty regionu tworzą jądro atrakcyjności turystycznej, co jest zgodne z wynikami uzyskanymi przez C.A. Gunn [1972]. W badaniu potwierdzono wyniki uzyskane przez A. Lewa [1987], Z. Kruczka [2011], P.J. Benckendorffa [2006], które wskazują, że na atrakcyjność regionu wpływają różnorodne czynniki – zarówno czynniki materialne, takie jak walory turystyczne, jak i czynniki niematerialne, będące wartością regionu, a także wyniki badań Lewa [1987], że o atrakcyjności turystycznej decyduje wizerunek regionu.

Badania wykazały prawdziwość tezy, że odwiedzający region po raz pierwszy postrzegają atrakcyjność turystyczną regionu w wyższych kategoriach niż odwiedzający region więcej niż raz. Potwierdziły w ten sposób wyniki uzyskane przez M. Gonzaleza i C.J. Leona [2003]. Analiza turystów ze względu na liczbę wizyt w regionie pozwala na stwierdzenie, że inwestycje są istotnym czynnikiem wpływającym na ocenę atrakcyjności turystycznej regionu. Badania wskazują, że inwestycje współfinansowane z RPOWP 2007–2013 to inwestycje w infrastrukturę, przede wszystkim sportowo-rekreacyjną, oraz w udogodnienia, co jest właściwe dla regionów, w których turystyka jest rozwijającym się sektorem gospodarki. Podobnie stwierdzają M.S. Rosentraub i M. Joo [2009]. Istotne znaczenie dla wzrostu atrakcyjności turystycznej regionu i zróżnicowania atrakcji mają inwestycje w obiekty dziedzictwa kultury oraz infrastrukturę umożliwiającą różnorodne formy aktywnego wypoczynku. O pozytywnym ich znaczeniu dla rozwoju sektora turystycznego w regionie świadczą badania J. Kaur [1981], T.D. Anderssona i E. Lundberga [2013], J.A. Whitta [1988] i innych. Wyniki badań potwierdzają, że inwestycje zrealizowane w regionie miały istotny wpływ na jego atrakcyjność turystyczną w większości analizowanych kategorii. Wyniki te potwierdzone zostały w badaniach na grupie przedstawicieli sektora zarządzającego i przedsiębiorców [Panfiluk 2016a]. Badania prowadzone na tym obszarze wykazały, że inwestycje z RPOWP 2007–2013 w istotny sposób przyczyniły się do wzrostu liczby obiektów noclegowych [Panfiluk 2016b]. Obecne zaś wyniki badań wskazują, że miało to bezpośredni wpływ na wzrost atrakcyjności cenowej usług i wzrost jakości świadczonych usług. Należy zatem stwierdzić, że w regionie zachodzą zmiany przynoszące pozytywne jakościowe efekty rozwojowe. Efekty wzrostu jakości usług pozwolą regionowi podjąć konkurencję międzyregionalną na rynku usług turystycznych.

Zakończenie

Biorąc pod uwagę niewielką różnicę pomiędzy oceną odwiedzających po raz pierwszy a oceną odwiedzających kolejny raz, należy stwierdzić, że w regionie zachodzą pozytywne zmiany wzrostu atrakcyjności turystycznej wywołane wieloma czynnikami rozwojowymi, w tym inwestycjami i działaniami współfinansowanymi z RPOWP 2007–2013.

Uzyskane wyniki badań pozwalają również na sformułowanie końcowych wniosków metodologicznych dotyczących opracowanego modelu oceny wpływu instrumentów unijnych na atrakcyjność turystyczną:

- model może służyć do oceny skuteczności systemu zarządzania EFRR na poziomie regionu, pozwala na określenie, analizę i ocenę realizacji celów regionalnych dokumentów programowo-politycznych,
- służy do identyfikacji słabych i mocnych stron systemu sterowania turystyką na poziomie regionalnym w kierunku kreowania atrakcyjności turystycznej przestrzeni,
- służy do ustalania przyczyn odchyłeń i ewaluacji kierunków rozwojowych regionalnych programów i planów politycznych w obszarze rozwoju turystyki,
- może mieć zastosowanie w procesie planowania rozwoju turystyki regionu na etapie ewaluacji, a także dalszego programowania,
- służy realizacji lub wprowadzaniu zmian w odniesieniu do rozwoju destynacji turystycznej.

Bibliografia

- Andersson, T.D., Lundberg, E., 2013, *Commensurability and Sustainability: Triple Impact Assessments of a Tourism Event*, *Tourism Management*, vol. 37, no. 4, s. 99–109.
- Barrio, M.J., Devesa, M., Herrero, L.C., 2012, *Evaluating Intangible Cultural Heritage: The Case of Cultural Festivals*, *City, Culture and Society*, vol. 3, no. 4, s. 235–244.
- Benckendorffer, P.J., 2006, *Attractions Megatrends*, w: Buhalis, D., Costa, C. (eds.), *Tourism Business Frontiers. Consumer, Products and Industry*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford, s. 200–210.
- Bogucka, A., 1976, *Zagadnienia terminologii w geografii turystyki*. *Materiały międzynarodowego sympozjum Kraków – Zakopane*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego CDXXIX, Prace Geograficzne, z. 42, PWN, Warszawa.

- Cheng-Fei, L., Hsun-Inn, H., Huery-Ren, Y., 2010, *Developing an Evaluation Model for Destination Attractiveness: Sustainable Forest Recreation Tourism in Taiwan*, Journal of Sustainable Tourism, vol. 18, no. 6, s. 811–828.
- Crouch, G.I., 2007, *Modeling Destination Competitiveness: A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes*, Serie Technical Reports, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd., http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2014/12/Crouch_modelDestnComp-v2.pdf [dostęp: 1.01.2017].
- Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York.
- Getz, D., 2008, *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, Tourism Management, vol. 29, no. 3, s. 403–428.
- Gibson, H.J., Kaplanidou, K., Kang, S.J., 2012, *Small-scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism*, Sport Management Review, vol. 15, no. 2, s. 160–170.
- Gonzalez, M., Leon, C.J., 2003, *Consumption Process and Multiple Valuation of Landscape Attributes*, Ecological Economics, vol. 45, no. 2, s. 159–169.
- Gunn, C.A., 1972, *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, Bureau of Business Research, University of Texas, Austin.
- Jaremen, D.E., Rapacz, A., Gryszel, P., 2010, *Innowacje a atrakcyjność turystyczna wybranych miejscowości sudeckich*, Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia, vol. 9, nr 4, s. 165–176.
- Kaur, J., 1981, *Methodological Approach to Scenic Resource Assessment*, Tourism Recreation Research, vol. 6, no. 1, s. 19–22.
- Kruczek, Z., 2011, *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Wydawnictwo Proksenia, Kraków.
- Kruczek, Z., Sacha, S., 1999, *Geografia atrakcji turystycznych Polski*, Wydawnictwo Proksenia, Kraków.
- Kurek, W., 2007, *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Law, C.M., 1993, *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, Mansell Publishing Limited, London.
- Lew, A., 1987, *A Framework of Tourist Attraction Research*, Annals of Tourism Research, vol. 14, no. 4, s. 553–575.
- Lijewski, T., Mikułowski, B., Wyrzykowski, J., 2008, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- McCannell, D., 2002, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Wydawnictwo Literackie Muza, Warszawa.
- Nash, R., Koyabe, D., Stansbie, P., 2006, *Impact of European Union Funding on Tourism in the Grampian Region*, International Journal of Tourism Research, vol. 8, no. 4, s. 247–261.
- Panfiluk, E., 2013a, *Oddziaływanie instrumentów unijnych na działalność inwestycyjną w sektorze turystycznym*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług, nr 2(22), s. 91–109.

- Panfiluk, E., 2013b, *Analiza ekonomicznych wyników działalności inwestycyjnej w sektorze turystycznym. Studium przypadku województwa podlaskiego*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 304, s. 230–240.
- Panfiluk, E., 2015, *Ocena efektów projektów z zakresu turystyki i kultury, realizowanych z RPOWP w latach 2007–2013*, w: Szymańska, E. (red.), *Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy*, t. 2, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok, s. 180–224.
- Panfiluk, E., 2016a, *Efekty regionalnej polityki turystycznej – case study województwa podlaskiego*, w: Jalinik, M., Bakier, S. (red.), *Turystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, EkoPress, Białystok, s. 101–118.
- Panfiluk, E., 2016b, *Impact of EU on the Development of Tourism in Poland*, w: *21th International Scientific Conference: Economics and Management 2016, Proceeding of Selected Papers*, Brno University of Technology, Brno, s. 673–681.
- Panfiluk, E., Szymańska, E., 2015, *Instrumentarium badawcze*, w: Panfiluk, E. (red.), *Potencjał turystyczny województwa podlaskiego*, t. 1, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok, s. 26–27.
- Pearce, P.L., 1991, *Analysing Tourist Attractions*, *Journal of Tourism Studies*, vol. 2, no. 1, s. 46–55.
- Ritchie, J.R.B., Zins, M., 1978, *Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Regions*, *Annals of Tourism Research*, vol. 5, no. 2, s. 252–267.
- Rosentraub, M.S., Joo, M., 2009, *Tourism and Economic Development: Which Investments Produce Gains for Regions?*, *Tourism Management*, vol. 30, no. 5, s. 759–770.
- Spencer, D.M., Nsiah, C., 2013, *The Economic Consequences of Community Support for Tourism: A Case Study of a Heritage Fish Hatchery*, *Tourism Management*, vol. 34, s. 221–230.
- Warszyńska, J., Jackowski, A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Whitt, J.A., 1988, *The Role of the Performing Arts in Urban Competition and Growth*, w: Cummings, S. (ed.), *Business Elites and Urban Development*, State University of New York Press, Albany, s. 49–70.