

Ocena jakości i konkurencyjności turystycznej Karkonoszy i Gór Izerskich na tle innych regionów turystycznych Polski

Raport z badań ankietowych

Jelenia Góra 2019



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt „Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz środków budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Nysa

Badanie zrealizowano w ramach Projektu „*Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu*” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz środków budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Nysa.

Numer Umowy: CZ.11.4.120/0.0/0.0/16_012/0001510/ERN/98

Tytuł Projektu: Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu

Numer Projektu: CZ.11.4.120/0.0/0.0/16_012/0001510

Program: Interreg V-A Republika Czeska-Polska 2014-2020

Fundusz: Mikroprojektów Nisa-Nysa

Zespół autorski:

Piotr Gryszel - kierownik projektu

Daria E. Jaremen

Izabela Michalska-Dudek

Piotr Zawadzki

Jaroslava Dědková

Otokar Ungerman

Lenka Červová

Badania ankietowe przeprowadzili:

Daria Paluch

Klaudia Pietraszkiewicz

Sylwia Półchłopek

Katarzyna Snopek

Monika Sobańska

Michał Wysocki

Spis treści

Wstęp.....	4
Badanie konkurencyjności turystycznej miarą syntetyczną.....	7
Konkurencyjność turystyczna regionu w opinii turystów i przedsiębiorców.....	14
Podsumowanie – wnioski.....	20
Piśmiennictwo.....	22
Załączniki – wzory kwestionariuszy ankietowych.....	23

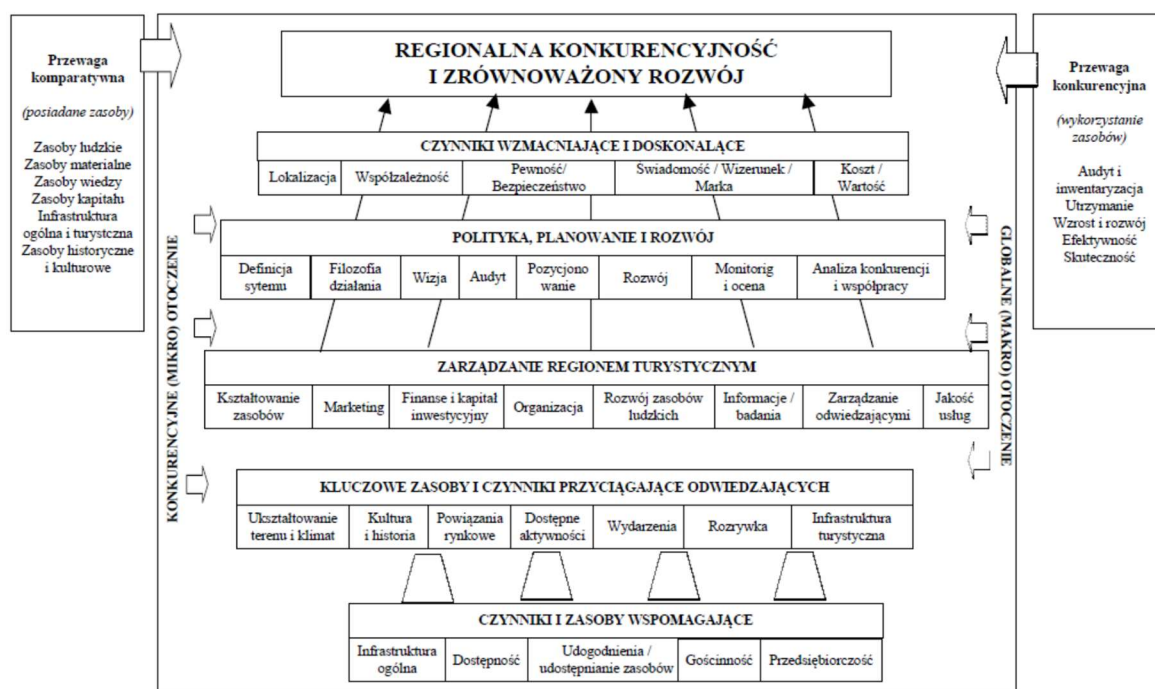
Wstęp

Kształtowanie konkurencyjności regionów turystycznych stało się koniecznością na współczesnym rynku turystycznym. Według OECD konkurencyjność oznacza zarówno zdolność firm, przemysłów, regionów, narodów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostania międzynarodowej konkurencji, jak i do zapewniania relatywnie wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji i relatywnie wysokiego zatrudnienia na trwałych podstawach. Według Międzynarodowego Instytutu Rozwoju Zarządzania (IMD), międzynarodowa konkurencyjność gospodarki jest to zdolność do tworzenia większego dochodu (bogactwa) z dostępnych zasobów i osiągnięcie wyższej efektywności gospodarowania w porównaniu z konkurentami na rynkach światowych. Zdolność ta nie jest tylko efektem produktywności i efektywności ekonomicznej ale także szerokiego spektrum czynników politycznych, społecznych, kulturowych i edukacyjnych [The World... 1995, s. 36].

Jedną z najpopularniejszych definicji konkurencyjności regionów turystycznych zaproponowali Ritchie i Crouch [Mazanec, Wöber, Zins 2007, s.86-95]. Ich zdaniem to, co decyduje, o konkurencyjności regionu turystycznego jest jego zdolność do zwiększania wydatków turystycznych (m.in. inwestycyjnych), aby w coraz większym stopniu przyciągać gości, zapewniając im satysfakcjonujące, niezapomniane przeżycia, i to w opłacalny sposób, przy jednoczesnym zwiększeniu dobrobytu mieszkańców i zachowaniu zasobów naturalnych dla przyszłych pokoleń. Natomiast OECD definiuje konkurencyjność regionów turystycznych jako zdolność do optymalizacji swej atrakcyjności dla rezydentów i nierezydentów, oferowania innowacyjnych i atrakcyjnych usług turystycznych wysokiej jakości odwiedzającym (np. w odniesieniu ceny do jakości) i zyskania udziału w krajowym i globalnym rynku turystycznym przy wykorzystaniu efektywnych i zrównoważonych metod [Dupeyras, MacCallum 2013, s.7].

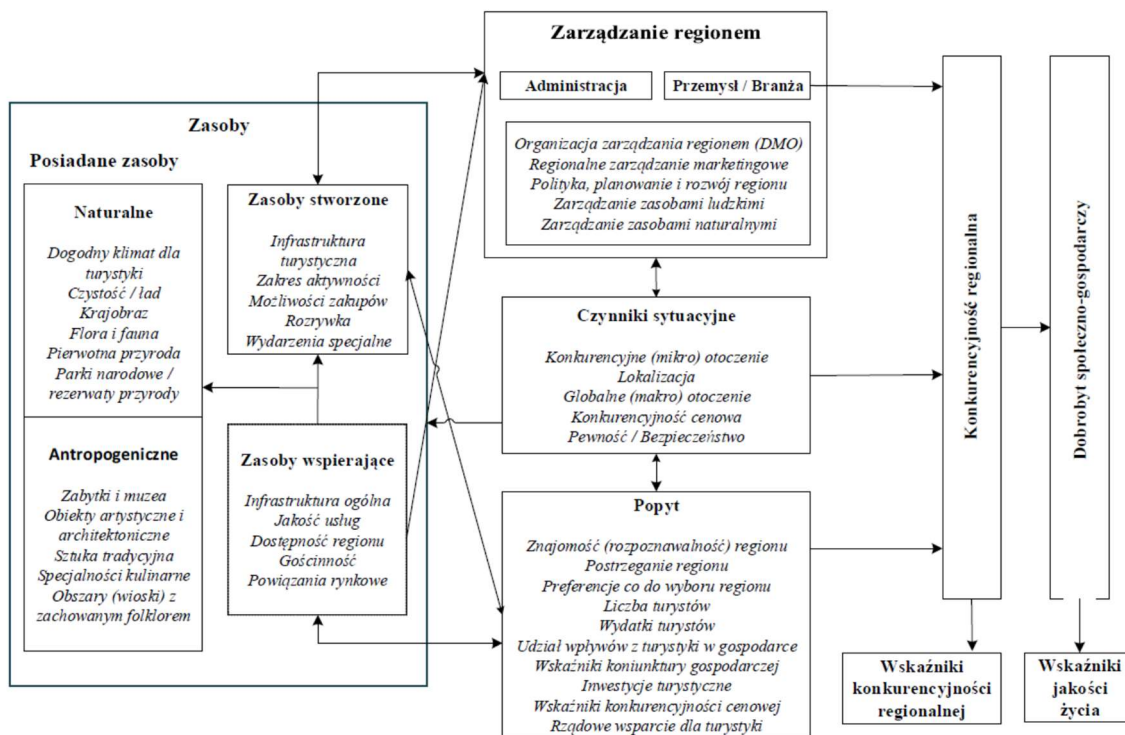
Z zaprezentowanych definicji wynika, że pojęcie konkurencyjności regionów, w tym regionów turystycznych jest pojęciem dość złożonym i powinno być rozpatrywane w ujęciu systemowym – jako system połączonych ze sobą różnych elementów. Na konkurencyjność regionów turystycznych wpływa bowiem wiele różnych czynników natury obiektywnej jak i subiektywnej. Zamiast konkretnego definiowania konkurencyjności regionów turystycznych najczęściej przedstawia się ją w postaci modeli. Pierwszym modelem konkurencyjności regionów turystycznych był zaprezentowany przez Australijczyków G. I. Croucha i J. R. B. Ritchiego w 1992 r. tzw. Calgarski model konkurencyjności regionów turystycznych opierający się na pięciu kluczowych filarach konkurencyjności turystycznej, tj. czynnikach atrakcyjności turystycznej, zarządzaniu regionem turystycznym, modelu organizacyjnym regionu turystycznego, systemie

informacyjnym oraz efektywności działań. Model ten potem ewoluował [Šmardová 2012, s.133]. Najbardziej znane i najczęściej przytaczane modele zaproponowali jednak G.I. Crouch i J.R.B. Ritchi [Crouch, Ritchi 1999, s. 137-152] oraz Dwyer i C. Kim [Dwyer, Kim 2003, s. 396-414]. Pierwszy model (patrz rys. 1) prezentuje 37 czynników podzielonych na 5 grup obejmujących czynniki i zasoby wspomagające, czynniki i zasoby przyciągające, zarządzanie regionem turystycznym, politykę, planowanie i zagospodarowanie oraz czynniki wzmacniające i doskonalące. Wszystko to powinno uwzględniać czynniki makrootoczenia i mikrootoczenia oraz przewagę konkurencyjną i przewagę komparatywną [Ritchie, Crouch 2005, s. 63].



Rysunek 1. Model konkurencyjności regionu turystycznego według J.R.B. Ritchiego i G.I. Croucha
Źródło: [Ritchie, Crouch 2005, s. 63]

Natomiast drugi model (patrz rys. 2) opiera się na 5 grupach czynników obejmujących zasoby odziedziczone i wytworzone, zasoby i czynniki wspierające, zarządzanie regionem turystycznym oraz uwarunkowania popytu [Dwyer, Kim 2003, s. 396-414].



Rysunek 2. Zintegrowany model konkurencyjności regionu L. Dwycera i C. Kima

Źródło: [Dwyer, Kim 2003 s. 396-414].

Konkurencyjny region turystyczny

to taki region, który będzie w stanie stworzyć ofertę turystyczną na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym tak, aby przynosiła ona efekty ekonomiczne i pozaekonomiczne stałym jego mieszkańcom oraz innym zainteresowanym podmiotom. To region, który będzie potrafił wygrać konkurencję z innymi regionami przyczyniając się do podniesienia jakości życia swych stałych mieszkańców.

Można zatem przyjąć, że konkurencyjny region turystyczny to taki region, który będzie w stanie stworzyć ofertę turystyczną na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym tak, aby przynosiła ona efekty ekonomiczne i pozaekonomiczne stałym jego mieszkańcom oraz innym zainteresowanym podmiotom. To region, który będzie potrafił wygrać konkurencję z innymi regionami przyczyniając się do podniesienia jakości życia swych stałych mieszkańców. Konkurencyjność regionów turystycznych będzie zatem kombinacją przewag

komparatywnych i konkurencyjnych. Ich teoretyczne podstawy leżą w teorii przewag komparatywnych D. Ricardo [Porter 1990, s. 20]. Przewaga komparatywna regionu wynikać będzie z czynników zastanych, danych regionowi, których nie można zmienić, np. walory przyrodnicze, walory antropogeniczne, klimat lub można zmienić ale wymaga to znacznego wysiłku i czasu, np. wykształcenie społeczeństwa (kwalifikacje pracowników), unormowania prawne. Przewaga konkurencyjna oznacza sposoby wykorzystania posiadanych zasobów, czyli przewag komparatywnych. Polega ona między innymi na wykorzystaniu cyku życia miejscowości lub regionu turystycznego, wdrożenia innowacyjnych rozwiązań [por. Ritchie, Crouch 2005, s. 63].

Za taki region turystyczny, który powinien odpowiednio kształtować swoją konkurencyjność turystyczną można również uznać Euroregion Nysa. Tym bardziej, że zarówno po stronie polskiej jak i po stronie czeskiej znajdują się obszary o znacznej atrakcyjności turystycznej oraz gminy, w których funkcja turystyczna pełni istotną rolę w gospodarce regionalnej.

Badanie konkurencyjności turystycznej miarą syntetyczną

W 2014 r. przeprowadzono badanie konkurencyjności turystycznej górskich gmin turystycznych Sudetów i Karpat [Gryszel 2014]. Badanie to opierało się na danych wtórnych.

Ze względu na dostępność danych statystycznych w ocenie konkurencyjności jako regiony turystyczne przyjęto do badania wybrane gminy położone w obszarze górskim Sudetów i Karpat. Uznano bowiem, że samorzady gminne mają większy wpływ na kształtowanie konkurencyjności turystycznej obszaru niż samorzady powiatowe lub wojewódzkie. Ponadto dla wielu gmin górskich turystyka jest głównym czynnikiem rozwoju gminy. Do badania przyjęto 30 gmin położonych w województwie dolnośląskim, opolskim, śląskim, małopolskim i podkarpackim położonych na obszarze geograficznych Sudetów i Karpat, w większości obejmujących swym zasięgiem najwyższe partie wspomnianych jednostek geograficznych i położonych na granicy państwowej. Jednocześnie są to gminy o najcenniejszych walorach turystycznych, w których funkcja turystyczna dominuje lub ma duże znaczenie pośród innych funkcji gospodarczych w gminie (na podstawie wskaźnika funkcji turystycznej Deferta i rankingu wielkości ruchu turystycznego). Jedenaście z badanych gmin to typowe gminy miejskie, 10 gmin to gminy wiejskie, a pozostałe 9 to gminy miejsko-wiejskie. Blisko połowa posiada też status gminy uzdrowiskowej. Ma to istotne znaczenie, ponieważ różne typy gmin mają różne problemy związane z funkcjonowaniem. Inaczej funkcjonuje typowa gmina wiejska, w której

turystyka pełni funkcję uzupełniającą, a inaczej miejska gmina uzdrowiskowa, w której turystyka stanowi główny czynnik rozwoju.

Wśród badanych gmin znalazły się również gminy turystyczne z obszaru Euroregionu Nysa – Karpacz, Szklarska Poręba i Świeradów-Zdrój.

Metodą zastosowaną do badania konkurencyjności górskich gmin turystycznych jest miara syntetyczna zaproponowana przez D. Strahl [Strahl 1978] wykorzystująca do agregacji wartości zmiennych średnią arytmetyczną.

Istota tej miary polega na tym, że proces normalizacji wartości zmiennych oraz zamiany destymulant i nominant na stymulanty odbywa się jednocześnie z wykorzystaniem następujących formuł:

– dla stymulant (zmienne, których wzrost wartości świadczy o pożądanym rozwoju badanego zjawiska złożonego):

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{\max_i \{x_{ij}\}}, \text{ gdzie } \max_i \{x_{ij}\} > 0, \quad (1)$$

– dla destymulant (zmienne, których spadek wartości świadczy o pożądanym rozwoju badanego zjawiska):

$$z_{ij} = \frac{\min_i \{x_{ij}\}}{x_{ij}}, \text{ gdzie } x_{ij} > 0, \quad (2)$$

– dla nominant (zmienne, które charakteryzują się poziomem nasycenia – czyli wartością nominalną, od którego odchylenia oznaczają niewłaściwy rozwój zjawiska)

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{nom_j}, \text{ gdzie } x_{ij} \leq nom_j, \quad (3)$$

$$z_{ij} = \frac{nom_j}{x_{ij}}, \text{ gdzie } x_{ij} > nom_j, \quad (4)$$

gdzie: nom_j – nominalny poziom j -tej zmiennej.

Formuły (1)-(3) mają ograniczony zasięg stosowania do zmiennych mierzonych tylko na skali ilorazowej (zbiór możliwych wartości takiej zmiennej należy do zbioru liczb rzeczywistych dodatnich).

Wykorzystywane przy normalizacji wartości: $\max_i \{x_{ij}\}$, $\min_i \{x_{ij}\}$ oraz nom_j określają współrzędne tzw. „wzorca”, tj. obiektu o najkorzystniejszych wartościach rozważanych zmiennych.

Zmienna syntetyczna ma postać średniej arytmetycznej, którą można określić jako **syntetyczną miarę konkurencyjności regionu turystycznego (SMKRT)**:

$$z_i = \sum_{j=1}^m z_{ij} = \text{SMKRT}. \quad (5)$$

Ocenę konkurencyjności turystycznej gmin górskich przeprowadzono z wykorzystaniem 16 zmiennych metrycznych. Zmienne te starano się dobrać tak, aby charakteryzowały czynniki konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej. Ze względu na dostępność danych w układzie gminnym w Banku Danych Lokalnych przyjęto następujące zmienne:

- x1 – miejsca noclegowe w hotelach na 1 km² powierzchni gminy,
- x2 – miejsca noclegowe w innych obiektach noclegowych na 1 km² powierzchni gminy,
- x3 – liczba noclegów turystów rezydentów (Polaków) przypadających na 1000 mieszkańców gminy,
- x4 – liczba noclegów turystów zagranicznych przypadających na 1000 mieszkańców gminy,
- x5 – udział najcenniejszych obszarów chronionych (parki narodowe, rezerваты przyrody, parki krajobrazowe) w powierzchni gminy w %,
- x6 – wydatki gminy w dziale turystyka na 1000 mieszkańców w zł,
- x7 – pozyskane w latach 2007-13 środki z Unii Europejskiej oraz z budżetu państwa na finansowanie programów i projektów unijnych na 1 mieszkańca w zł,
- x8 – liczba podmiotów gospodarki turystycznej (sekcje H, I, N, R według klasyfikacji PKD 2007) na 1000 mieszkańców gminy (osoby fizyczne),
- x9 – liczba podmiotów gospodarki turystycznej (sekcje H, I, N, R według klasyfikacji PKD 2007) na 1000 mieszkańców gminy (osoby prawne),
- x10 – dochody gminy w dziale turystyka i działalność usługowa na 1000 mieszkańców gminy,
- x11 – dochody gminy od osób prawnych, od osób fizycznych i od innych jednostek nieposiadających osobowości prawnej (w tym opłaty miejscowe i udział w podatku dochodowym),
- x12 – długość sieci gazowej w gminie w km na 1 km²,
- x13 – długość sieci wodociągowej w gminie w km na 1 km²,
- x14 – długość sieci kanalizacyjnej w gminie w km na 1 km²,
- x15 – liczba mieszkańców i turystów przypadająca na jedną przychodnię lekarską w gminie w ciągu roku,
- x16 – udział bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym w gminie.

Zmienne x15 i x16 mają charakter destymulant. Zmienna x5 potraktowana została jako nominata. Można uznać, że udział powierzchni chronionych w powierzchni gminy powinien mieć charakter nominanty, gdyż do pewnego momentu ma on znaczny wpływ na podniesienie

atrakcyjności turystycznej regionu, a tym samym jego konkurencyjności. Po przekroczeniu optymalnego progu, zbyt duża powierzchnia obszarów chronionych w gminie może stanowić jedną z barier prowadzenia inwestycji w gminie. Trudno jest jednak ustalić dla tej zmiennej wartość nominalną. Przyjęto zatem arbitralnie jako wartość nominalną próg 50% najcenniejszych obszarów chronionych w gminie (parki narodowe, rezerваты przyrody, parki krajobrazowe). Autor ma jednak świadomość, że wartość nominalna progu ma charakter dyskusyjny i może stanowić przedmiot dalszych badań. Pozostałe zmienne są stymulantami. Dane statystyczne pochodzą z roku 2013 z Banku Danych Lokalnych (BDL).

Celem badania było uporządkowanie liniowe gmin górskich ze względu na poziom konkurencyjności turystycznej z wykorzystaniem miary syntetycznej D. Strahl, którą można uznać za syntetyczną miarę konkurencyjności regionu turystycznego (SMKRT). Wyniki porządkowania liniowego gmin górskich ze względu na poziom konkurencyjności turystycznej oraz podział na klasy typologiczne gmin podobnych pod względem konkurencyjności turystycznej zawiera tab. 3.

Tabela 3. Wynik porządkowania liniowego turystycznych gmin górskich ze względu na ogólną konkurencyjność turystyczną gminy (na podstawie wszystkich zmiennych) – SMKRT

Gmina	SMKRT ogółem	Klasa	Gmina	SMKRT ogółem	Klasa
Karpacz (1)	0,7072	I	Lutowiska (2)	0,2608	III
Ustroń (1)	0,4840	II	Cisna (2)	0,2382	
Świeradów-Zdrój (1)	0,4680		Bukowina Tatrzańska (2)	0,2357	
Zakopane (1)	0,4565		Łądek-Zdrój (3)	0,2298	
Polanica-Zdrój (1)	0,4473		Podgórzyn (2)	0,2219	
Krynica-Zdrój (3)	0,3800		Rabka-Zdrój (3)	0,2209	
Szklarska Poręba (1)	0,3672		Iwonicz-Zdrój (3)	0,2144	
Solina (2)	0,3480		Istebna (2)	0,2061	
Duszniki-Zdrój (1)	0,3390		Muszyna (3)	0,1969	
Szczyrk (1)	0,3278		Głuchołazy (3)	0,1716	
Szczawnica (3)	0,3276		Dukla (3)	0,1710	
Piwniczna-Zdrój (3)	0,3249		Krościenko nad Dunajcem (2)	0,1647	
Szczawno-Zdrój (1)	0,3173		Komańcza (2)	0,1576	
Wisła (1)	0,3091		Rytko (2)	0,1536	
Kudowa-Zdrój (1)	0,2856		Zawoja (2)	0,1311	

med=0,2732, mad=0,09780

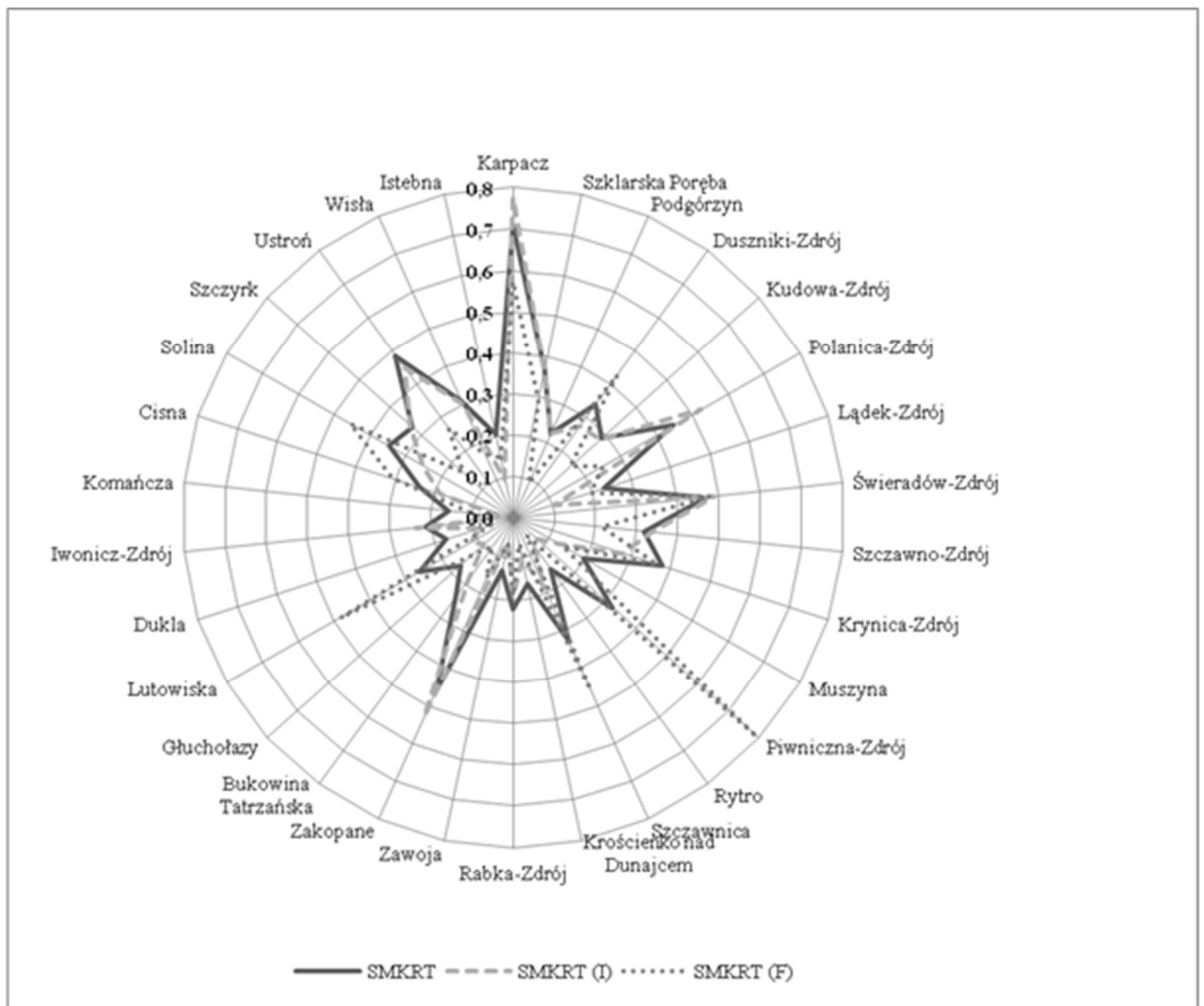
Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonego badania.

Klasy typologiczne w tab. 1 ustalono zgodnie z podejściem pozycyjnym [Lira, Wagner, Wysocki 2000, s. 93] gdzie:

- Klasa I: $Miara \geq med + 2,5 \cdot mad$, czyli regiony (gminy) o najwyższym poziomie konkurencyjności;
- Klasa II: $med \leq Miara < med + 2,5 \cdot mad$, czyli regiony (gminy) o wysokim poziomie konkurencyjności;
- Klasa III: $med - 2,5 \cdot mad \leq Miara < med$, czyli regiony (gminy) o niskim poziomie konkurencyjności;
- Klasa IV: $Miara < med - 2,5 \cdot mad$, czyli regiony (gminy) o najniższym poziomie konkurencyjności.

Do pierwszej klasy typologicznej o najwyższym poziomie konkurencyjności turystycznej trafiła tylko 1 badana gmina o najwyższym poziomie konkurencyjności turystycznej. Druga klasa typologiczna obejmuje 14 kolejnych gmin o wysokim poziomie konkurencyjności turystycznej, trzecia zaś obejmuje 15 gmin o niskim poziomie konkurencyjności turystycznej. Do klasy czwartej o bardzo niskim poziomie konkurencyjności turystycznej nie trafiła żadna gmina. W pierwszej i drugiej klasie typologicznej znalazły się gminy miejskie i miejsko-wiejskie, w większości posiadające status uzdrowisk. Dla gmin tych kształtowanie wysokiej pozycji konkurencyjnej na rynku turystycznym jest wręcz koniecznością. Turystyka bowiem stanowi główną podstawę ich funkcjonowania. Znacząco spośród wszystkich badanych gmin wyróżnia się gmina Karpacz, w której w ostatnich kilku latach dokonano wielu zmian głównie inwestycyjnych, np. podwajając liczbę miejsc noclegowych. W trzeciej klasie typologicznej większość gmin stanowią gminy o charakterze rolniczym, w których rozwój turystyki pełni rolę uzupełniającą w stosunku do całości gospodarki gminy. Biorąc pod uwagę zaprezentowane w tab. 2 działania gmin na rzecz rozwoju współpracy sieciowej można zauważyć, że działania te mają znaczący wpływ na kształtowanie konkurencyjności tych gmin. Nadając poszczególnym działaniom z tab. 2 odpowiednie wartości punktowe wyliczono współczynnik korelacji pomiędzy zakresem współpracy sieciowej a wartością SMKRT. Wyniósł on 0,58495 co oznacza wysoką korelację dodatnią. Czyli działania współpracy sieciowej znacząco poprawiają pozycję konkurencyjną gminy. Można tu jednak znaleźć pewne sytuacje wyjątkowe, np. Świeradów-Zdrój i Zakopane, które nie wykazują zaangażowania w działaniach na rzecz współpracy sieciowej, a mimo to osiągają wysokie pozycje w rankingu konkurencyjności. Natomiast przykład gminy Bukowina Tatrzańska pokazuje sytuację odwrotną – gmina mimo wielu działań, głównie inwestycyjnych, ze względu na swój wiejski charakter nie osiąga wysokiej pozycji w rankingu konkurencyjności.

Zaproponowana miara syntetyczna umożliwi również wyodrębnienie SMKRT dla konkurencyjności pod względem podstawowej infrastruktury turystycznej i jej wykorzystania oraz świadczonych usług turystycznych obliczonego na podstawie zmiennych x1, x2, x3, x4, x8, x9, x12, x13, x14 (SMKRT infrastrukturalna), jak również SMKRT dla konkurencyjności pod względem finansowym na podstawie zmiennych x6, x7, x10, x11. Wyniki tego wyodrębnienia prezentują rys. 3 oraz tab. 4.



Rysunek 3. Wielkość SMKRT w ujęciu konkurencyjności ogólnej, infrastrukturalno-usługowej i finansowej.

Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Tabela. 4. Wynik porządkowania liniowego gmin górskich ze względu na konkurencyjność turystyczną regionu pod względem zmiennych infrastrukturalnych SMKRT (I) i finansowych SMKRT(F).

Gmina	SMKRT (I)	Klasa	Gmina	SMKRT (F)	Klasa		
Karpacz (1)	0,7749	I	Piwniczna-Zdrój (3)	0,7945	I		
Zakopane (1)	0,5286	II	Karpacz (1)	0,5733	II		
Polanica-Zdrój (1)	0,5260		Lutowiska (2)	0,4826			
Świeradów-Zdrój (1)	0,4900		Świeradów-Zdrój (1)	0,4762			
Ustroń (1)	0,4474		Szczawnica (3)	0,4567			
Szklarska Poręba (1)	0,3657		Solina (2)	0,4558			
Szczawno-Zdrój (1)	0,3380		Duszniki-Zdrój (1)	0,4263			
Szczyrk (1)	0,3360		Krynica-Zdrój (3)	0,3659			
Wisła (1)	0,3003		Cisna (2)	0,3073			
Kudowa-Zdrój (1)	0,2826		Szklarska Poręba (1)	0,2903			
Krynica-Zdrój (3)	0,2770		Ustroń (1)	0,2658			
Duszniki-Zdrój (1)	0,2747		Polanica-Zdrój (1)	0,2495			
Solina (2)	0,2511		Szczawno-Zdrój (1)	0,2141			
Iwonicz-Zdrój (3)	0,2370		Lądek-Zdrój (3)	0,1978			
Podgórzyn (2)	0,2241		Rabka-Zdrój (3)	0,1882			
Rabka-Zdrój (3)	0,1900		III	Kudowa-Zdrój (1)		0,1866	III
Cisna (2)	0,1873			Wisła (1)		0,1701	
Bukowina Tatrzańska (2)	0,1856			Szczyrk (1)		0,1621	
Szczawnica (3)	0,1840			Zakopane (1)		0,1600	
Muszyzna (3)	0,1289	Istebna (2)		0,1496			
Lutowiska (2)	0,1180	Muszyzna (3)		0,1397			
Krościenko nad Dunajcem (2)	0,1043	Głucholazy (3)		0,1326			
Lądek-Zdrój (3)	0,1028	Komańcza (2)		0,0967			
Głucholazy (3)	0,0961	Podgórzyn (2)		0,0910			
Istebna (2)	0,0952	Bukowina Tatrzańska (2)		0,0836			
Ryto (2)	0,0833	Zawoja (2)		0,0647			
Dukla (3)	0,0804	Krościenko nad Dunajcem (2)		0,0639			
Piwniczna-Zdrój (3)	0,0777	Iwonicz-Zdrój (3)		0,0563			
Zawoja (2)	0,0598	Ryto (2)		0,0530			
Komańcza (2)	0,0253	Dukla (3)		0,0526			

Med1=0,20705; mad1=0,13322; med2=0,1874 mad2=0,14545

Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonego badania.

Biorąc pod uwagę infrastrukturę turystyczną i ogólną w gminie oraz jej wykorzystanie przez turystów krajowych i zagranicznych, a także turystyczny potencjał usługowy wyrażony liczbą podmiotów gospodarczych (firm) można wyodrębnić za pomocą SMKRT trzy klasy podobnych gmin. Do klasy I o najwyższej konkurencyjności kolejny raz trafiła **gmina Karpacz**. Do klasy II o wysokiej konkurencyjności ponownie trafiły głównie gminy miejskie o charakterze uzdrowiskowym. W klasie III o niskim poziomie konkurencyjności znalazły się pozostałe badane gminy. Do klasy IV o najniższej konkurencyjności nie trafiły żadne gminy. Natomiast przyjmując do oceny zmienne finansowe, tj. wielkość wydatków na turystykę w gminie, pozyskane środki z Unii Europejskiej oraz dochody podatkowe gminy, za pomocą SMKRT wyodrębniono trzy klasy gmin podobnych pod względem konkurencyjności. Tu na pozycje lidera

wysunęła się gmina Piwniczna-Zdrój, a w klasie II znalazły się m.in. gminy Lutowiska, Cisna i Rabka-Zdrój, które wcześniej znajdowały się w klasie III. Związane jest to z aktywnością tych podmiotów w pozyskiwaniu unijnych środków pomocowych. Może się okazać, że przeznaczenie tych środków na tworzenie infrastruktury turystycznej i ogólnej na trwałe poprawi pozycję konkurencyjną tych gmin. Należy też zauważyć, że w przypadku aż 21 z badanych gmin, na ogólną wartość SMKRT, większy wpływ miały zmienne związane ze stanem infrastruktury i jej wykorzystania niż zmienne związane z finansowymi aspektami funkcjonowania gminy. Odwrotnie było tylko w gminach Łądek-Zdrój, Piwniczna-Zdrój, Rytro, Szczawnica, Zawoja, Lutowiska, Dukla, Komańcza i Istebna. Są to głównie gminy wiejskie o słabo rozwiniętej infrastrukturze, które swą pozycję na rynku turystycznym budują głównie w oparciu o posiadane walory naturalne.

Wiodącą gminą we wszystkich przekrojach SMKRT za każdym razem pozostaje **gmina Karpacz** co świadczy, że jest ona liderem konkurencyjności pod każdym względem. Dodatkowo na czele rankingów pojawiają się gminy o charakterze uzdrowiskowym. Potwierdza to fakt, że posiadanie statusu uzdrowiska znacznie podnosi konkurencyjność gminy na rynku turystycznym.

Z przeprowadzonych badań wynika, że gminy z obszaru **polskiej części Euroregionu Nysa tj. Karpacz, Świeradów-Zdrój i Szklarska Poręba** charakteryzują się znacznie wyższą konkurencyjnością turystyczną niż podobne gminy górskie w Polsce.

Konkurencyjność turystyczna regionu w opinii turystów i przedsiębiorców

Dotychczasowe badania konkurencyjności turystycznej gmin opierały się na dostępnych danych statystycznych. W 2019 r. przeprowadzono dodatkowe badania ankietowe konkurencyjności turystycznej aby poznać opinię turystów i przedsiębiorców. Badania przeprowadzono w ramach projektu *Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu*¹ na próbie 600 turystów odwiedzających Karpacz, Świeradów-Zdrój i Szklarską Porębę oraz 100 przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w tych gminach. Charakterystykę badanej próby przedstawiono w tabelach 5 i 6.

¹ Tytuł projektu: Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu, Numer Projektu: CZ.11.4.120/0.0/0.0/16_012/0001510, Program: Interreg V-A Republika Czeska-Polska 2014-2020, Fundusz: Mikroprojektów Nisa-Nysa.

Tabela 5. Charakterystyka badanej próby turystów

Płeć	mężczyzna			kobieta		
	48,5%			51,5%		
Wiek	do 20 lat	20-30 lat	31-40 lat	40-50 lat	51-60 lat	ponad 60 lat
	8,9%	23,6%	30,5%	23,0%	9,7%	4,3%
Wykształcenie	podstawowe		zawodowe	średnie		wyższe
	2,3%		16,3%	45,7%		35,7%
Miejsce zamieszkania	miasto powyżej 250 tysięcy mieszkańców	miasto 100-250 tysięcy mieszkańców	miasto 100 - 20 tysięcy mieszkańców	miasto do 20 tysięcy mieszkańców	wieś	
	14,5%	20,9%	31,0%	17,3%	16,3%	

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 6. Charakterystyka badanej próby przedsiębiorców

Płeć	mężczyzna			kobieta		
	45%			55%		
Wiek	do 20 lat	20-30 lat	31-40 lat	40-50 lat	51-60 lat	ponad 60 lat
	4%	10%	34%	28%	16%	6%
Wykształcenie	podstawowe		zawodowe	średnie		wyższe
	2%		14%	52%		32%
Działalność	handel	noclegi	gastronomia	atrakcja turystyczna	inne usługi	inne
	18%	16%	24%	8%	20%	14%
Mieszkam tu na stałe		Nie mieszkam tu na stałe. Prowadzę tu tylko działalność, pracuję				
53%		47%				

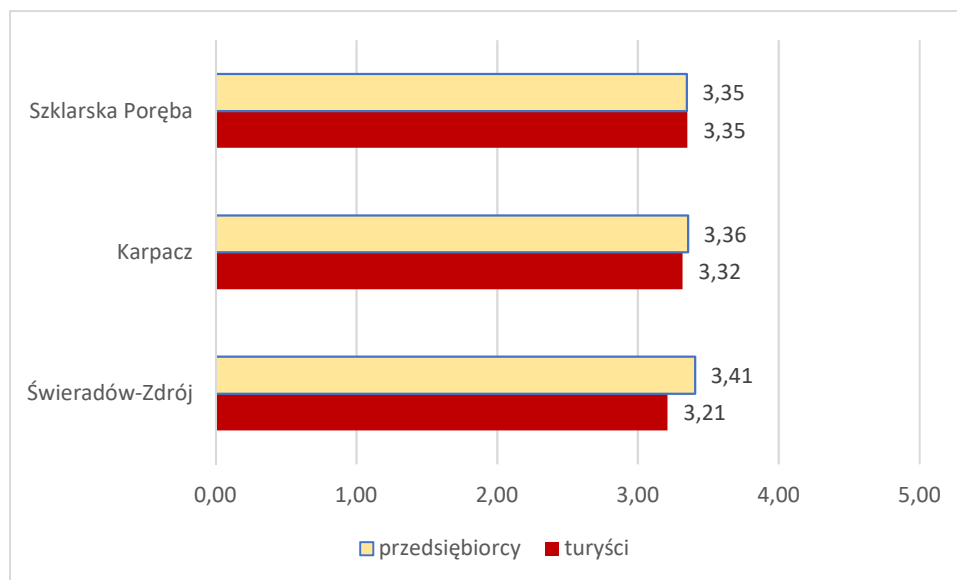
Źródło: opracowanie własne.

Badanie przeprowadzono na podstawie kwestionariusza ankietowego zawierającego 21 pozytywnych stwierdzeń w pięciostopniowej skali Likerta w przypadku turystów oraz 23 stwierdzeń w przypadku przedsiębiorców. W obu przypadkach istniała możliwość wpisania własnych uwag².

W ocenie konkurencyjności turystycznej badanych gmin respondenci nie byli zbyt optymistyczni. Zarówno turyści jak i przedsiębiorcy ocenili konkurencyjność turystyczną Karpacza, Świeradowa-Zdroju i Szklarskiej Poręby w porównaniu z innymi miejscowościami turystycznymi na poziomie przeciętnym (ocena 3 w skali pięciostopniowej). Nieco wyżej konkurencyjność tę oceniali przedsiębiorcy (rys. 4). Przedsiębiorcy uznali za najbardziej konkurencyjną turystycznie miejscowość Świeradów-Zdrój (3,41), natomiast turyści uznali, że najbardziej konkurencyjna jest Szklarska Poręba (3,35). Różnice w poziomie konkurencyjności są jednak niewielkie.

² Ankiety stanowią załącznik do raportu.

Należy zauważyć, że jest to ciekawy wynik oceny konkurencyjności, ponieważ wykorzystując SMKRT Karpacz osiągnął najwyższe wyniki i zdecydowanie odstawał poziomem konkurencyjności od pozostałych górskich gmin turystycznych.



Rysunek 4. Konkurencyjność turystyczna gmin w opinii turystów i przedsiębiorców - ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na rys. 5 i w tab. 7 przedstawiono szczegółowe wyniki badania konkurencyjności turystycznej poszczególnych gmin turystycznych w opinii turystów. Wynika z nich, że najwięcej czynników dających przewagę konkurencyjną nad innymi miejscowościami można wskazać w Szklarskiej Porębie. Są to czynniki odnoszące się do atrakcji i walorów turystycznych oraz do infrastruktury. Natomiast w Świeradowie-Zdroju przewaga konkurencyjna budowana jest poprzez innowacyjność infrastrukturalną i promocyjną oraz widoczne dobre zarządzanie miejscowością.



Rys. 5. Ocena konkurencyjności wybranych ośrodków turystycznych w opinii turystów - ocena szczegółowa

Źródło: badania własne

Tabela. 7. Czynniki przewagi konkurencyjnej miejscowości turystycznych w opinii turystów.

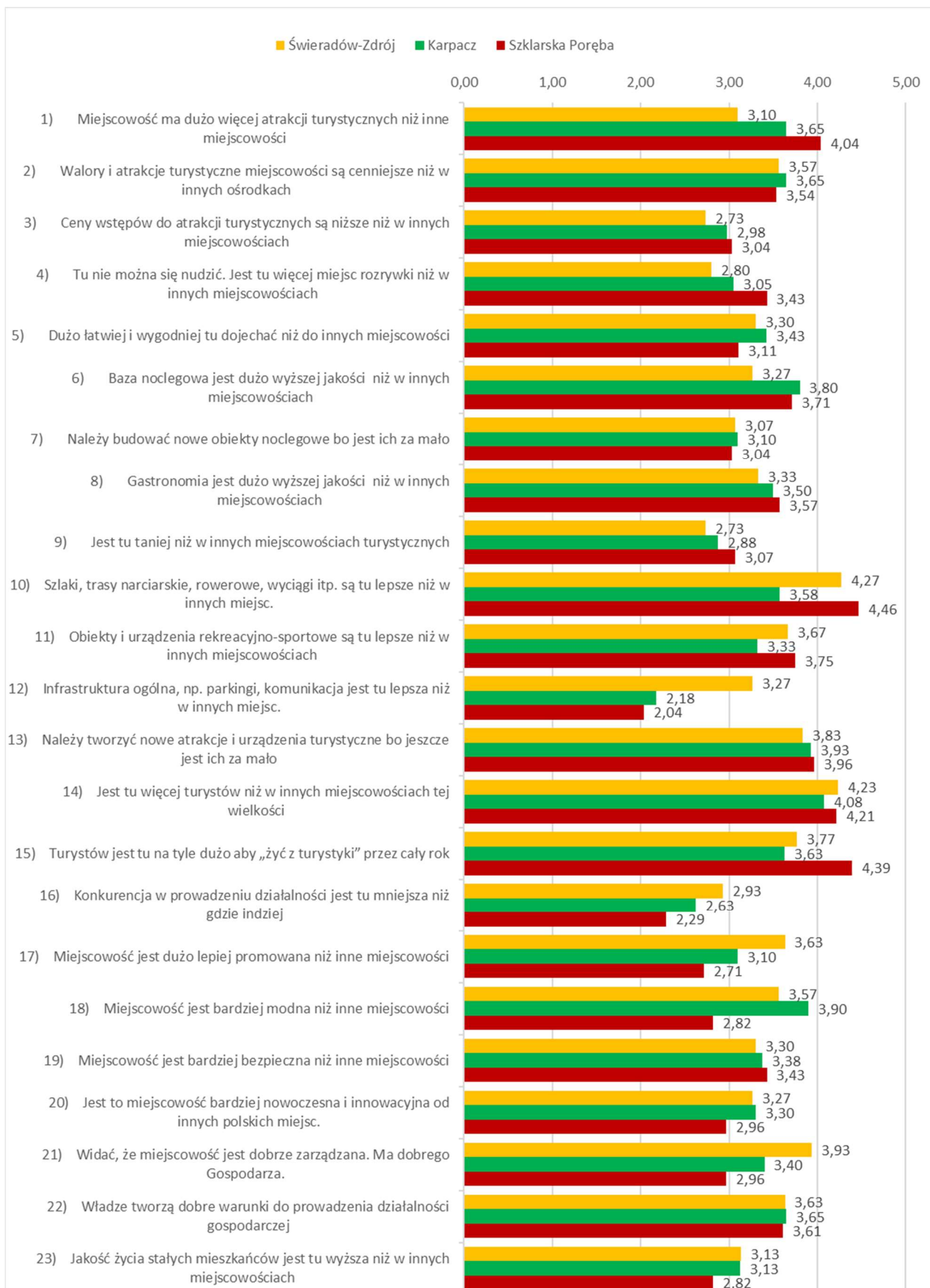
Czynniki przewagi konkurencyjnej miejscowości w opinii turystów		
Świeradów-Zdrój	Karpacz	Szklarska Poręba
<ul style="list-style-type: none"> – Lepsza promocja – Miejscowość bardziej innowacyjność i nowoczesna – Dobrze zarządzana przez dobrego gospodarza – Zachęca do zamieszkania na stałe 	<ul style="list-style-type: none"> – Cenne walory i atrakcje turystyczne – Wiele miejsc rozrywki – Lepsza dostępność komunikacyjna – Niższe ceny noclegów – Gościnność mieszkańców – Moda na wypoczynek w tej miejscowości 	<ul style="list-style-type: none"> – Duża liczba atrakcji turystycznych – Niższe ceny wstępów – Gastronomia tańsza i o wyższej jakości usług – Szlaki turystyczne, urządzenia rekreacyjne i infrastruktura ogólna lepsze niż w innych miejscowościach – Gościnność mieszkańców – Bezpieczeństwo wypoczynku – Standard usług porównywalny z miejscowościami Europy zachodniej

Zródło: opracowanie własne.

Natomiast czynniki obniżające konkurencyjność turystyczną miejscowości to głównie czynniki natury cenowej i infrastrukturalnej. Wysokie ceny usług, zbyt słabo rozwinięta infrastruktura ogólna, np. parkingi oraz zbyt duża liczba turystów powodująca utrudnienia podczas pobytu. Wszystkie te uciążliwości powodują, że turyści chętnie spędzają w Karpaczu i Szklarskiej Porębie urlop, ale nie zamieszkali by tu na stałe.

Większe zróżnicowanie ocen można zaobserwować w opiniach przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w Świeradowie-Zdroju, Karpaczu i Szklarskiej Porębie (rys. 6 i tab. 8). Oceny te są zdecydowanie wyższe niż te wystawiane przez turystów, jednak rozkład czynników pomiędzy gminy jest bardzo podobny.

Przedsiębiorcy twierdzą też zgodnie, że we wszystkich trzech miejscowościach można jeszcze prowadzić inwestycje hotelarskie, ponieważ ich zdaniem, liczba miejsc noclegowych może być większa. Należy też tworzyć nowe atrakcje i urządzenia turystyczne. Konkurencyjność z perspektywy przedsiębiorców obniżana jest zbyt dużą konkurencją rynkową we wszystkich trzech badanych miejscowościach. Przedsiębiorcy ze Szklarskiej Poręby zauważyli, że w tej miejscowości jakość życia jest niższa niż w innych miejscowościach turystycznych.



Rys. 6. Ocena konkurencyjności wybranych ośrodków turystycznych w opinii przedsiębiorców - ocena szczegółowa

Źródło: badania własne

Tabela. . Czynniki przewagi konkurencyjnej miejscowości turystycznych w opinii przedsiębiorców.

Czynniki przewagi konkurencyjnej miejscowości w opinii przedsiębiorców		
Świeradów-Zdrój	Karpacz	Szklarska Poręba
<ul style="list-style-type: none"> – Lepiej rozwinięta infrastruktura – Lepsza promocja – Miejscowość bardziej innowacyjność i nowoczesna – Dobrze zarządzana przez dobrego gospodarza – Wyższa jakość życia stałych mieszkańców 	<ul style="list-style-type: none"> – Cenne walory i atrakcje turystyczne – Lepsza dostępność komunikacyjna – Baza noclegowa tańsza i wyższej jakości – Moda na wypoczynek w tej miejscowości – Wyższa jakość życia mieszkańców – Dobre warunki do prowadzenia działalności gospodarczej 	<ul style="list-style-type: none"> – Duża liczba atrakcji turystycznych – Niższe ceny wstępów – Wiele miejsc rozrywki – Gastronomia tańsza i o wyższej jakości usług – Szlaki turystyczne, urządzenia rekreacyjne i infrastruktura ogólna lepsze niż w innych miejscowościach – Wystarczająca liczba turystów aby „żyć” z turystyki – Bezpieczeństwo wypoczynku

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie – wnioski

Porównując wyniki badań konkurencyjności górskich miejscowości turystycznych można zauważyć, że konkurencyjność mierzona za pomocą miary syntetycznej (SMKRT) opierającej się na danych statystycznych jest znacznie wyższa niż ta odczuwalna przez turystów i przedsiębiorców co potwierdziły przeprowadzone badania ankietowe.

W badaniach ankietowych uczestniczyli turyści, dla których wyjazd do Karpacza, Szklarskiej Poręby lub Świeradowa-Zdroju nie był pierwszym wyjazdem urlopowym i mieli oni możliwość porównania badanych miejscowości z innymi miejscowościami turystycznymi w Polsce, a nawet zagranicą.

Mankamenty, na które szczególnie zwracali uwagę respondenci w swych wpisywanych komentarzach, i które obniżają konkurencyjność turystyczną badanych miejscowości to:

- bardzo duża liczba turystów w sezonie, ogólnie panujący tłok,
- zbyt mała liczba miejsc parkingowych,
- brak komunikacji publicznej zmuszający do korzystania z własnego samochodu podczas pobytu,
- wysokie ceny usług.

Natomiast czynniki podnoszące konkurencyjność to:

- wielość i różnorodność walorów turystycznych,
- liczne atrakcje turystyczne,
- dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna (w tym szlaki turystyczne i trasy narciarskie)

poza infrastrukturą komunikacyjną.

Przedsiębiorcom najbardziej przeszkadzają w prowadzeniu działalności:

- zbyt wysokie ceny (czynszów, utrzymania),
- trudności komunikacyjne (w tym wysokie ceny i brak miejsc parkingowych w sezonie),
- brak dbałości o estetykę miejską,
- duża konkurencja w prowadzeniu działalności gospodarczej (stwierdzenie 83% badanych przedsiębiorców).

- 69% badanych przedsiębiorców twierdzi, że należy tworzyć nowe atrakcje i urządzenia turystyczne bo jeszcze jest ich za mało.
- 83% badanych przedsiębiorców twierdzi, że w Karpaczu, Szklarskiej Porębie i Świeradowie-Zdroju jest więcej turystów niż w innych miejscowościach tej wielkości, co daje większą liczbę potencjalnych klientów.
- 61% badanych przedsiębiorców twierdzi, że turystów jest w badanym regionie na tyle dużo aby „żyć z turystyki” przez cały rok.

Piśmiennictwo

- Crouch G., Ritchie J. (1999), *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*. Journal of Business Research 44, 1999, s. 137–152.
- Dupeyras A., MacCallum N., (2013), *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*, OECD Tourism Papers , 2013/02, OECD Publishing.
<http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>, s. 7.
- Dwyer L., Kim C., (2003), *Destination competitiveness: Determinants and indicators*. *Current Issues in Tourism Vol. 6 (2003) No 5, 2003*, s. 369-414.
- Gryszel P., (2014), *Ocena konkurencyjności górskich gmin turystycznych z wykorzystaniem metody taksonomicznej*, Folia Turistica Nr 32-2014, Kraków, s. 93-116
- Lira J., Wagner W., Wysocki F. (2002), *Mediana w zagadnieniach porządkowania liniowego obiektów wielocechowych*, W: J. Paradysz (red.), *Statystyka regionalna w służbie samorządu lokalnego i biznesu*, Internetowa Oficyna Wydawnicza, Centrum Statystyki Regionalnej, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań.
- Mazanec J. A. , Wöber K., Zins A. H. (2007), *Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?*, “Journal of Travel Research”, Vol. 46, No. 1,2007, s. 86-95.
- Porter M. E., (1990), *Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
- Ritchie J., Crouch G., (2005), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI, London.
- Strahl D. (1978), *Propozycja konstrukcji miary syntetycznej*, „Przegląd Statystyczny”, z. 2, 205-215.
- Šmardová L. (2012), *Konkurencieschopnosť cieľového miesta*, W: Gůčik M. (red.), *Maňazment cieľového miesta cestovného ruchu*, Slovak-Swizz Tourism, Banská Bystrica, s. 130-142.

Załącznik 1. Ankieta oceny konkurencyjności turystycznej Karkonoszy i Gór Izerskich na tle innych regionów turystycznych Polski – turyści.

Ankieta oceny konkurencyjności turystycznej Karkonoszy i Gór Izerskich na tle innych regionów turystycznych Polski – turyści.

Prosimy o ocenę konkurencyjności karkonosko-izerskich miejscowości turystycznych na tle innych polskich ośrodków turystycznych, które odwiedziliście Państwo w ciągu ostatnich 5 lat.

Oceniana miejscowość.....

Na ile poniższe stwierdzenia pasują do ocenianej miejscowości/regionu? Wstaw znak **X** w odpowiednie pole.

Cecha miejscowości	Zdecydowanie pasuje	Raczej pasuje	Ani tak, ani nie	Raczej nie pasuje	Zdecydowanie nie pasuje
	5	4	3	2	1
1) Miejscowość ma dużo więcej atrakcji turystycznych niż inne miejscowości					
2) Walory i atrakcje turystyczne miejscowości są cenniejsze niż w innych ośrodkach					
3) Ceny wstępów do atrakcji turystycznych są niższe niż w innych miejscowościach					
4) Tu nie można się nudzić . Jest tu więcej miejsc rozrywki niż w innych miejscowościach					
5) Dużo łatwiej i wygodniej tu dojechać niż do innych miejscowości					
6) Baza noclegowa jest tańsza niż w innych miejscowościach					
7) Baza noclegowa jest dużo wyższej jakości niż w innych miejscowościach					
8) Gastronomia jest tańsza niż w innych miejscowościach					
9) Gastronomia jest dużo wyższej jakości niż w innych miejscowościach					
10) Szlaki, trasy narciarskie, rowerowe, wyciągi itp. są tu lepsze niż w innych miejsc.					
11) Obiekty i urządzenia rekreacyjno-sportowe są tu lepsze niż w innych miejscowościach					
12) Infrastruktura ogólna, np. parkingi, komunikacja jest tu lepsza niż w innych miejsc.					
13) Jest tu mniej turystów niż w innych miejscowościach tej wielkości					
14) Mieszkańcy są tu bardziej gościnni niż w innych miejscowościach					
15) Miejscowość jest dużo lepiej promowana niż inne miejscowości					
16) Miejscowość jest bardziej modna niż inne miejscowości					
17) Miejscowość jest bardziej bezpieczna niż inne miejscowości					
18) Miejscowość nie odbiega standardami usług od miejscowości Europy Zachodniej					
19) Jest to miejscowość bardziej nowoczesna i innowacyjna od innych polskich miejsc.					
20) Widać, że miejscowość jest dobrze zarządzana. Ma dobrego Gospodarza.					
21) Chętnie bym tu zamieszkał/a na stałe					

Najbardziej przeszkadza mi tutaj

Najbardziej podoba mi się tutaj.....

Przyjechałem/-łam tu na urlop bo.....

Metryczka

Płeć	<input type="checkbox"/> mężczyzna			<input type="checkbox"/> kobieta		
Wiek	<input type="checkbox"/> do 20 lat	<input type="checkbox"/> 20-30 lat	<input type="checkbox"/> 31-40 lat	<input type="checkbox"/> 40-50 lat	<input type="checkbox"/> 51-60 lat	<input type="checkbox"/> ponad 60 lat
Wykształcenie	<input type="checkbox"/> podstawowe		<input type="checkbox"/> zawodowe	<input type="checkbox"/> średnie		<input type="checkbox"/> wyższe
Miejsce zamieszkania	<input type="checkbox"/> miasto powyżej 250 tys. mieszk.	<input type="checkbox"/> miasto 100-250 tys. mieszk.	<input type="checkbox"/> miasto 100 - 20 tys. mieszk.	<input type="checkbox"/> miasto do 20 tys. mieszk.	<input type="checkbox"/> wieś	



Projekt „Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz środków budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Nysa

Załącznik 2. Ankieta oceny konkurencyjności turystycznej Karkonoszy i Gór Izerskich na tle innych regionów turystycznych Polski – przedsiębiorcy.

Ankieta oceny konkurencyjności turystycznej Karkonoszy i Gór Izerskich na tle innych regionów turystycznych Polski – przedsiębiorcy.

Prosimy o ocenę konkurencyjności karkonosko-izerskich miejscowości turystycznych na tle innych polskich ośrodków turystycznych.

Oceniana miejscowość.....

Na ile poniższe stwierdzenia pasują do ocenianej miejscowości/regionu? Wstaw znak **X** w odpowiednie pole.

Cecha miejscowości	Zdecydowanie pasuje	Raczej pasuje	Ani tak, ani nie	Raczej nie pasuje	Zdecydowanie nie pasuje
	5	4	3	2	1
1) Miejscowość ma dużo więcej atrakcji turystycznych niż inne miejscowości					
2) Walory i atrakcje turystyczne miejscowości są cenniejsze niż w innych ośrodkach					
3) Ceny wstępów do atrakcji turystycznych są niższe niż w innych miejscowościach					
4) Tu nie można się nudzić . Jest tu więcej miejsc rozrywki niż w innych miejscowościach					
5) Dużo łatwiej i wygodniej tu dojechać niż do innych miejscowości					
6) Baza noclegowa jest dużo wyższej jakości niż w innych miejscowościach					
7) Należy budować nowe obiekty noclegowe bo jest ich za mało					
8) Gastronomia jest dużo wyższej jakości niż w innych miejscowościach					
9) Jest tu taniej niż w innych miejscowościach turystycznych					
10) Szlaki, trasy narciarskie, rowerowe, wyciągi itp. są tu lepsze niż w innych miejsc.					
11) Obiekty i urządzenia rekreacyjno-sportowe są tu lepsze niż w innych miejscowościach					
12) Infrastruktura ogólna, np. parkingi, komunikacja jest tu lepsza niż w innych miejsc.					
13) Należy tworzyć nowe atrakcje i urządzenia turystyczne bo jeszcze jest ich za mało					
14) Jest tu więcej turystów niż w innych miejscowościach tej wielkości					
15) Turystów jest tu na tyle dużo aby „żyć z turystyki” przez cały rok					
16) Konkurencja w prowadzeniu działalności jest tu mniejsza niż gdzie indziej					
17) Miejscowość jest dużo lepiej promowana niż inne miejscowości					
18) Miejscowość jest bardziej modna niż inne miejscowości					
19) Miejscowość jest bardziej bezpieczna niż inne miejscowości					
20) Jest to miejscowość bardziej nowoczesna i innowacyjna od innych polskich miejsc.					
21) Widać, że miejscowość jest dobrze zarządzana. Ma dobrego Gospodarza.					
22) Władze tworzą dobre warunki do prowadzenia działalności gospodarczej					
23) Jakość życia stałych mieszkańców jest tu wyższa niż w innych miejscowościach					

Najbardziej przeszkadza mi tutaj	Najbardziej podoba mi się tutaj
----------------------------------	---------------------------------

Metryczka

Płeć	<input type="checkbox"/> mężczyzna	<input type="checkbox"/> kobieta				
Wiek	<input type="checkbox"/> do 20 lat	<input type="checkbox"/> 20-30 lat	<input type="checkbox"/> 31-40 lat	<input type="checkbox"/> 40-50 lat	<input type="checkbox"/> 51-60 lat	<input type="checkbox"/> ponad 60 lat
Wykształcenie	<input type="checkbox"/> podstawowe	<input type="checkbox"/> zawodowe	<input type="checkbox"/> średnie	<input type="checkbox"/> wyższe		
Działalność	<input type="checkbox"/> handel	<input type="checkbox"/> noclegi	<input type="checkbox"/> gastronomia	<input type="checkbox"/> atrakcja turystyczna	<input type="checkbox"/> usługi	<input type="checkbox"/> inne
<input type="checkbox"/> Mieszkam tu na stałe		<input type="checkbox"/> Nie mieszkam tu na stałe. Prowadzę tu tylko działalność, pracuję				



PRÉKRAČJEME HRANICE
PRZEKACZAMY GRANICE
2014–2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt „Ocena usług i konkurencyjności regionów turystycznych na czesko-polskim pograniczu” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz środków budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Nysa