

Michał Roman

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Konkurencyjność regionu turystycznego w teorii ekonomii

Streszczenie. Celem artykułu jest przedstawienie istoty konkurencyjności regionu turystycznego w teorii ekonomii. W opracowaniu szczególną uwagę zwrócono na konkurencyjność turystyki wiejskiej. Konkurencyjność pochodzi od konkurencji stanowiącej podstawowe zjawisko gospodarki rynkowej. Tworzenie warunków do wzrostu konkurencyjności turystyki wiejskiej regionu związane jest ze wzrostem skłonności i zdolności do oszczędności oraz akumulacji podmiotów turystycznych na wsi, a także efektywnego wykorzystania poczynionych inwestycji na drodze realizacji postępu technicznego. Dzięki temu można osiągnąć w perspektywie długofalowej wzrost konkurencyjności, wzrost poziomu dochodów, zatrudnienia i poprawę zamożności społeczności wiejskiej.

Słowa kluczowe: ekonomia, konkurencyjność, region, turystyka, turystyka wiejska

Wstęp

Podniesienie poziomu dobrobytu (bogactwa, stopy życiowej) i jakości (stylu) życia społeczności wiejskiej regionu zależy od między innymi wzrostu konkurencyjności i atrakcyjności turystyki wiejskiej. Umożliwi to w długim okresie zmniejszenie dystansu rozwojowego (ekonomicznego, technologicznego, społecznego, kulturowego i cywilizacyjnego) dzielącego region względem pozostałej gospodarki polskiej i zagranicy, a także zagwarantuje długofalowy, inteligentny, zrównoważony, stabilny i wewnętrznie spójny, oparty na trwałych, dynamicznych podstawach rozwój tego sektora gospodarczego. Analiza pojęcia konkurencyjności jako narzędzia (instrumentu) badawczego stanu gospodarki turystycznej regionu jest niezbędna, ponieważ w gospodarce międzynarodowej, w której turystyka wiejska jest integralną częścią systemu, występuje wiele trendów rozwojowych zmieniających charakter jej funkcjonowania, a dotychczasowe metody analizy ekonomicznej w coraz mniejszym stopniu, często niepełnym, pozwalają opisać i wyjaśnić zasady oraz metody działania mechanizmu gospodarki turystycznej. Do tych prawidłowości należy zaliczyć: postępującą integrację i globalizację gospodarczą, dużą dynamikę postępu technicznego w sferze technicznego wyposażenia aktywności gospodarczej, technologii wysoko zaawansowanych, organizacji i zarządzania w działalności marketingowej, a także w podejmowaniu i realizacji inicjatyw klastrowych przy zachowaniu połączenia tradycji z teraźniejszością i przyszłością turystyki wiejskiej w myśl zasady „stare, wiejskie w nowym opakowaniu, uchronić miejsca, gdzie czas się zatrzymał”. Wiejskie środowisko gospodarcze stało się bardziej konkurencyjne dzięki¹:

¹ J. Borowski: Konkurencyjność międzynarodowa kraju i przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji, *Optimum. Studia Ekonomiczne* 2004, nr 4 (24), s. 7–9.

- umiędzynarodowieniu (globalizacji) i integracji życia gospodarczego, liberalizacji handlu zagranicznego nie tylko w zakresie przepływu towarów i usług, lecz także w zakresie alokacji siły roboczej (kwalifikacji), turystów i usług finansowych. Globalizacja to proces rozszerzania, intensyfikacji, specjalizacji i integracji więzi (połączeń) społecznych, gospodarczych, kulturowych, politycznych, instytucjonalnych między podmiotami wykraczających poza gospodarkę narodową, na płaszczyźnie międzynarodowej (w skali światowej, globalnej). Następuje przepływ towarów, w tym usług, kapitału finansowego, siły roboczej, informacji, czyli kapitału ludzkiego (pracy) i kapitału rzeczowo-finansowego,
- postępującemu ograniczeniu barier w wymianie międzynarodowej, czyli postępującej liberalizacji handlu zagranicznego,
- spadkowi kosztów transportu i ułatwień transportowych oraz rozwoju infrastruktury turystycznej, w tym drogowej,
- zanikowi barier w przepływach kapitałowych, informacyjnych i technologicznych,
- zwiększeniu tempa dyfuzji informacji, wywołanego rewolucją informacyjną,
- gwałtownemu rozwojowi technologii informatycznych, automatyzacji i komputeryzacji czynności biurowych,
- rozpowszechnieniu się Internetu i handlu internetowego,
- skróceniu cyklu życia produktu turystycznego i wydłużeniu sezonu turystycznego dzięki postępowi innowacyjnemu oraz uwzględnianiu potrzeb turysty i organizatora ruchu turystycznego.

Badanie konkurencyjności gospodarki turystycznej regionu wynika również z tego, że istnieje konieczność wyjścia poza sztywne ramy teorii i modeli opisujących działalność turystyczną na wsi, w tym agroturystyczną, ekoturystyczną, etnoturystyczną w powiązaniu z najbliższym otoczeniem, w relacjach międzynarodowych stosunków gospodarczych i kwestią rozwoju społecznego, gospodarczego, kulturowego i ekologicznego regionu. Należy wziąć pod uwagę nowe, kolejne czynniki, w tym między innymi instytucjonalne, które dotychczas traktowano marginalnie w badaniach rzeczywistości gospodarczej regionu. Do analizy otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa turystycznego, funkcjonującego w środowisku wiejskiej, oceny sił konkurencyjnych w sektorze turystyki wiejskiej stosowana jest metoda opracowana w latach 90. XX wieku, nazywana analizą pięciu sił M.E. Portera (diamentem, rombem M.E. Portera)², do której przydatna, potrzebna jest analiza SWOT. Takie działania stanowią początkowy etap formułowania strategii konkurencyjności firmy. W uzyskaniu przewagi konkurencyjnej istotne są³:

- siła oddziaływania (przetargowa) dostawców i możliwości wywierania przez nich wpływu (presji) na przedsiębiorstwa turystyki wiejskiej,
- oddziaływanie (siła przetargowa) nabywców i możliwości wywierania przez nich wpływu (presji) na przedsiębiorstwa turystyki wiejskiej,

² Por. E. Łązniewska: Konkurencyjność regionalna w czasie i przestrzeni na przykładzie polskich regionów, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2013, s. 15–16.

³ Opracowanie własne na podstawie: M.E. Porter: Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, PWE, Warszawa 2000, s. 22.

- rywalizacja w sektorze turystyki wiejskiej, inaczej natężenie walki konkurencyjnej wewnątrz tego sektora gospodarczego,
- bariery wejścia do sektora turystyki wiejskiej, inaczej groźba pojawienia się nowych producentów (produktów) w tym sektorze,
- zagrożenia ze strony substytutów, czyli groźba pojawienia się produktów zastępczych w tym sektorze.

Zgodnie z koncepcją teorii M.E. Portera istnieje bezpośrednia i odwrotna zależność między natężeniem sił konkurencyjnych w sektorze turystyki wiejskiej a potencjałem rentowności tego sektora, stanowiącego o jego atrakcyjności dla działających w nim firmach. Badając zatem otoczenie konkurencyjne funkcjonującej firmy i możliwości jej rozwoju, trzeba uwzględnić kompleksowe oddziaływanie wewnętrznych i zewnętrznych czynników konkurencyjności.

Tworzenie warunków do wzrostu konkurencyjności turystyki wiejskiej regionu związane jest ze wzrostem skłonności i zdolności do oszczędności oraz akumulacji podmiotów turystycznych na wsi, a także efektywnego i skutecznego wykorzystania poczynionych inwestycji na drodze realizacji postępu technicznego. Dzięki temu można osiągnąć w perspektywie długofalowej wzrost konkurencyjności, wzrost poziomu dochodów, zatrudnienia i poprawę zamożności społeczności wiejskiej (wzrost dobrobytu społecznego, podniesienie stopy życiowej, a także zwiększenie podstaw do dalszego rozwoju gospodarczego i cywilizacyjnego, wzrostu bogactwa regionu). Konkurencyjna gospodarka turystyki wiejskiej to taka, która porównywalnie w długim czasie osiąga na trwałych i wysoko rozwiniętych instytucjonalnie, technologicznie i organizacyjnie podstawach większą dynamikę wzrostu gospodarczego regionu, wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu życia i jakości egzystencji (styl życia), bogactwa regionu w stosunku do pozostałych części gospodarki krajowej i zagranicznej. Innymi słowy konkurencyjny region turystyki wiejskiej bardziej zbliża się gospodarczo i cywilizacyjnie do regionów oraz gospodarek zamożnych, wykazuje większe tempo oddalania się od regionów i organizmów gospodarczych nierozwiniętych. Konkurencyjność turystyki wiejskiej regionu realizuje się wówczas, gdy osiągnięta jest przewaga i korzyści konkurencyjne dzięki uczestnictwu w krajowym i międzynarodowym podziale pracy, w wymianie turystycznej osiągniętej w ramach procesów globalizacji i integracji z gospodarką nie tylko krajową, lecz także światową.

Turystyka wiejska w regionie pod względem jej konkurencyjności może być oceniana zarówno w aspekcie atrakcyjności, ekspansywności i elastyczności dostosowania do potrzeb rynku. Ponadto wpływ ma dynamika poziomu życia społeczności wiejskiej, zasobów (potencjału) i efektywności ich wykorzystania, produktywności pracy żywej i uprzedmiotowionej, innowacyjności i elastyczności gospodarki regionu oraz jej równowagi ekonomicznej. Konkurencyjna gospodarka turystyki wiejskiej regionu w dłuższym okresie spełnia te kryteria we względnie (relatywnie) wyższym stopniu niż inne części gospodarki turystycznej kraju lub w skali międzynarodowej.

Konkurencyjność gospodarki turystycznej na wsi w skali regionu można oceniać nie tylko w odniesieniu do zjawisk realnych, porównywania wskaźników gospodarczych, osiągniętych korzyści i ukształtowanej struktury gospodarki regionu, lecz także w katego-

riach zmian w sferze regulacyjnej, funkcjonowania instytucji (w sferze instytucjonalnej)⁴, które stwarzają trwałe podstawy do dalszego wzrostu konkurencyjności turystyki wiejskiej w ujęciu regionalnym i rozwoju jej podmiotów w dłuższej perspektywie czasowej⁵. Podejście realne, w tym strukturalne i regulacyjne (funkcjonalne), przy analizie konkurencyjności turystyki wiejskiej na poziomie regionu można traktować jako elementy nierozłączne, gdyż o konkurencyjności decyduje nie tylko osiągnięty stan, zakres, struktura i pozycja (ujęcie statyczne), lecz również dynamika zmian, sprawność mechanizmu rynkowego i jego instytucji oraz działań regulacyjnych władz państwowych i samorządowych, możliwości tworzenia i pozyskania kapitału oraz efektywnego i skutecznego wykorzystania zasobów, w tym na potrzeby innowacji w warunkach dynamicznego układu gospodarczego regionu. Tylko otwarta gospodarka regionu, efektywnie i skutecznie wykorzystująca w procesie rozwoju kontakty (więzi, związki) z otoczeniem zewnętrznym, w ramach zachodzących procesów integracji i globalizacji stosunków gospodarczych, społecznych i kulturowych, może być konkurencyjną gospodarką danego regionu.

Rozwój w warunkach izolacji lub autonomii wobec zachodzących przemian w gospodarce krajowej i światowej, toczących się procesach integracji i globalizacji, jak również w warunkach silnej asymetrii związków z otoczeniem nie sprzyja kształtowaniu międzynarodowej konkurencyjności regionu i podmiotów turystyki wiejskiej działających na tym obszarze⁶. Struktury powstające lub trwale istniejące w procesie takiego rozwoju są relatywnie mało dynamiczne i nie są zintegrowane ze strukturami otoczenia zewnętrznego. Duża konkurencyjność wiejskiej gospodarki turystycznej regionu oceniana w ujęciu międzynarodowym stwarza niezbędne warunki efektywnego wykorzystania związków z otoczeniem zewnętrznym w procesie rozwoju. Zależność między integracją z otoczeniem zewnętrznym w ramach procesów globalizacji a konkurencyjnością ma więc charakter sprzężenia zwrotnego.

Konkurencyjność w teorii ekonomii

Konkurencyjność można wyjaśnić na podstawie klasycznej i neoklasycznej teorii handlu zagranicznego (międzynarodowego)⁷. W teorii klasycznej przyjęto rynek z konkurencją doskonałą i homogeniczność (jednorodność) towarów oraz dwa odmienne sposoby wyjaśniania specjalizacji, jej warunków i struktury⁸. Zgodnie z teorią kosztów absolutnych, opracowaną w 1776 roku przez A. Smitha w „Badaniach nad naturą i przyczynami bo-

⁴ M. Bogusz, A. Niedziółka: Rola instytucji wspierających rozwój gospodarstw agroturystycznych w polskich Karpatach, [w:] Komunikowanie i doradztwo w turystyce wiejskiej, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2013, s. 218–225.

⁵ W. Kleinhanss: Konkurencyjność głównych typów gospodarstw rolniczych w Niemczech, Zagadnienia Ekonomiki Rolnej 2015, nr 1, s. 25–41.

⁶ T. Mańkowski: Turystyka jako determinanta rozwoju regionalnego, [w:] Strategie rozwoju turystyki w regionie, B. Meyer, D. Milewski (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 42.

⁷ P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus: *Ekonomia*, Rebis, Poznań 2014, s. 189–190.

⁸ B. Gardiner: *Regional Competitiveness Indicators for Europe – Audit. Database Construction and Analysis*, Cambridge Econometrics, Regional Studies Association International Conference, Pisa 2003, s. 5.

gactwa narodów”⁹, specjalizacja międzynarodowa jest kategorią pojedynczo względną, a o wymianie handlowej między krajami decydują koszty absolutne, absolutne różnice w wydajności pracy takich samych towarów wytwarzanych w różnych krajach, będących przedmiotem transakcji kupna–sprzedaży na rynku międzynarodowym, a więc różnice pojedynczo względne (danego towaru wytwarzanego w kraju względem tego samego towaru wytwarzanego za granicą). Z kolei D. Ricardo na podstawie teorii kosztów komparatywnych (porównawczych, względnych), przedstawionej w 1817 roku w „Zasadach ekonomii politycznej i opodatkowania”¹⁰, uważał, że specjalizacja jest kategorią podwójnie względną, gdyż są porównywane efektywności między dwoma różnymi towarami produkowanymi w danym kraju (sukno i wino) w stosunku do tych relacji określonych dóbr w innym kraju. Po tych analizach dokonywanych po obu zainteresowanych wymianą handlową stronach i wyboru najkorzystniejszych wariantów przedmiotu wymiany dochodziło do transakcji kupna–sprzedaży. Pomimo że nie odrzucono teorii A. Smitha, podstawę międzynarodowego handlu i specjalizacji stanowiła teoria kosztów komparatywnych (porównawczych, względnych), którą po raz pierwszy sformułował R. Torrens w pracy wydanej w 1808 roku, a następnie zmodyfikował ją i przedstawił w 1815 roku w „Traktacie na temat handlu zagranicznego zbożem”¹¹ (w którym opisał przykład wymiany dóbr przemysłowych i rolnych między Anglią i Polską), zaś spopularyzował D. Ricardo. Współcześnie można ją również wykorzystać na poziomie wymiany regionalnej. Teoria kosztów komparatywnych (porównawczych) została rozwinięta w latach 30. XX wieku przez E. Heckshera i B. Ohlina (teoria obfitości zasobów, model Heckshera-Ohlina)¹², którzy uważali, że przyczyną kształtowania się różnic w kosztach komparatywnych są różnice w proporcji czynników produkcji. Ponadto B. Ohlin uważał, że o strukturze międzynarodowej wymiany handlowej decydują nie tylko koszty komparatywne, lecz także lokalizacja podmiotów wymiany handlowej, koszty transportu, technologii, przedsiębiorczości, innowacji, zróżnicowania produktów. W 1961 roku M. Posner przedstawił teorię luki technologicznej (poputy i imitacyjnej)¹³, twierdząc, że innowacje dają gospodarce przewagę komparatywną, a R. Vernon w 1966 roku opublikował teorię cyklu życia produktu¹⁴.

W latach 80. zaczęły kształtować się nowe podejścia do teorii handlu międzynarodowego, które pokazywały, że specjalizacja powstaje nie tylko wskutek oddziaływania

⁹ A. Smith: *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, E. Cannan (red.), t. 1, London, Methuen 1776.

¹⁰ D. Ricardo: *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1957.

¹¹ R. Torrens: *An Essay on the External Corn Trade*, Hatchard, London 1815.

¹² E.F. Heckscher: *An economic history of Sweden*, Harvard University Press, Cambridge 1954; Por. J. Misala: *Korzyści z handlu międzynarodowego w świetle teorii*, [w:] *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, A. Budnikowski, E. Kawecka-Wyrzykowska (red.), PWE, Warszawa 2000, s. 76; A. Budnikowski: *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, PWE, Warszawa 2006, s. 84–90.

¹³ M.V. Posner: *International Trade and Technological Change*, Oxford Economic Papers 1961, t. 13.

¹⁴ R. Vernon: *International Investment and International Trade in the Product Cycle*, *Quarterly Journal of Economics* 1966, nr 2, s. 190–207.

czynników podażowych, lecz wpływ na nią mają również elementy popytowe, a wśród nich gusta, moda, upodobania oraz dochody gospodarstw domowych, społeczeństwa, ograniczenia informacji o rynkach zagranicznych (S.B. Linder – teoria podobieństwa, preferencji popytu, inaczej teoria ujednoczonej struktury popytu czyli hipoteza popytu reprezentatywnego¹⁵), lokalizacja (P.R. Krugman – nowa teoria handlu międzynarodowego¹⁶), konkurencja niedoskonała, dostępność towarów, w tym usług (H. Kravis, J.S. Duesenberry – teoria dostępności, wskazująca, że o specjalizacji decyduje dostępność zasobów¹⁷), zróżnicowanie produktów, polityka państwa (B. Spencer, J. Brander, P.R. Krugman – teoria strategicznej polityki handlowej, inaczej zaawansowana teoria wymiany międzynarodowej, którą rozbudowali J. Eaton i G. Grossman¹⁸). Teorię handlu zagranicznego i konkurencyjności produkcji wzbogaciła również teoria zróżnicowanych produktów P.S. Armingtona, G.C. Hufbauera i H. Hessea, podkreślająca, że zróżnicowanie produktów, rozmiary i struktura obrotów handlowych stanowią pochodną postępującej dywersyfikacji popytu na produkty przemysłowe i w mniejszym stopniu na usługi¹⁹. Ponadto teoria handlu wewnątrzgałęziowego H.G. Grubela i P.J. Lloyda pokazuje analizę istoty i efektów ekonomicznych zjawiska równoległego importu i eksportu produktów w ramach tych samych gałęzi przez poszczególne kraje²⁰. Powyżej przedstawione alternatywne teorie handlu międzynarodowego nie stworzyły wewnątrznie spójnego modelu wyjaśniającego przyczyny i strukturę międzynarodowej specjalizacji. Chociaż nie podważały koncepcji klasycznej i neoklasycznej teorii handlu zagranicznego, to jednak proponowane nowe ujęcia wymiany międzynarodowej i specjalizacji nie zostały potwierdzone przez badania empiryczne, gdyż w miernikach oceny specjalizacji nie udało się uwzględnić wpływu oddziaływania pominiętych przez klasyków czynników. To spowodowało, że obecnie nie wykształciła się jedna ogólna teoria handlu międzynarodowego i międzynarodowej specjalizacji. Brakuje bowiem zgodnych poglądów dotyczących kwestii źródeł specjalizacji.

Analizując teorie handlu międzynarodowego i specjalizacji, można zauważyć, że konkurencyjność wynika z konkurencyjnych zachowań i działań niezależnych, autonomicznych jednostek gospodarczych, istnienia przymusu konkurencyjnego, walki konkurencyjnej między podmiotami występującymi na rynku, powszechnie działającej konkurencji, która wymusza dostosowanie się lub kreowanie nowych warunków rynkowych przez poprawę efektywności (sprawności) i skuteczności działania oraz dynamikę (tempo zmian), a także strukturę gospodarczą w długim okresie czasu. Stąd wynika, że

¹⁵ S.B. Linder: *An Essay on Trade and Transformation*, Almqvist & Wicksell, Stockholm 1961.

¹⁶ P. Krugman, M. Obstfeld: *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.

¹⁷ J.S. Duesenberry: *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Harvard University Press, Cambridge 1949.

¹⁸ J. Eaton, G. Grossman: *Tariffs as Insurance*, *Canadian Journal of Economics* 1985, nr 18.

¹⁹ P.B. Armington: *A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production*, *IMF Staff Papers* 1969, nr 26, s. 159–178.

²⁰ H.G. Grubel, P.J. Lloyd: *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, *The Economic Journal* 1975, t. 85, nr. 339, s. 646–648.

konkurencyjność jest kategorią względną, porównawczą, a ocena jej zmian wymaga stałego porównywania efektywności i skuteczności działań gospodarczych między różnymi podmiotami krajowymi (w tym regionalnymi) i zagranicznymi, a nie tylko wykazywania zmian efektywności i skuteczności aktywności gospodarczej na poziomie krajowym lub regionalnym bądź lokalnym.

Istota konkurencyjności regionu turystycznego

Ze względu na stale zmieniające się środowisko wewnętrzne i otoczenie zewnętrzne, warunki gospodarowania (ekonomiczne, społeczne, technologiczne, kulturowe, ekologiczne i instytucjonalne), stan gospodarki regionu i działające na tym terenie w warunkach konkurencji podmioty turystyki wiejskiej ulegają ciągłym zmianom, przemianom, ewolucji i dlatego trzeba stale zabiegać o konkurencyjność. Konkurencyjność gospodarki regionu opiera się między innymi na konkurencyjności podmiotów turystyki wiejskiej, a ta z kolei zależy od ilości i jakości zasobów gospodarczych (ludzkich, w tym intelektualnych, rzeczowych i finansowych), sposobów efektywnego i skutecznego zarządzania i ich alokacji, infrastruktury społecznej, technicznej i instytucjonalnej oraz polityki regionalnej. Konkurencyjność regionu i konkurencyjność podmiotów w nim występujących, w tym turystyki wiejskiej to praktyczne zagadnienia, które są ściśle i wzajemnie ze sobą związane (występuje sprzężenie zwrotne). Istnieje wiele definicji konkurencyjności, które zostały przedstawione poniżej.

Według OECD „konkurencyjność to skłonność i zdolność danego kraju, regionu, przedsiębiorstwa do produkowania w warunkach wolnego rynku towarów, w tym usług spełniających wymogi międzynarodowego rynku (umiędzynarodowienia działalności gospodarczej) oraz równocześnie do utrzymania i zwiększania realnych dochodów ludności w długim czasie, a także utrzymania długookresowego rozwoju za pośrednictwem postępu technicznego na trwałych, stabilnych i dynamicznych podstawach”²¹. W raporcie World Economic Development z 1994 roku „konkurencyjność to skłonność i zdolność kraju, regionu lub przedsiębiorstwa do tworzenia większego niż konkurenci bogactwa i układu konkurencyjnego na rynku światowym”²². Z kolei według „The World Competitiveness Yearbook 1997” przez „konkurencyjność międzynarodową należy rozumieć skłonność i zdolność kraju do tworzenia wartości dodanej i w ten sposób podnoszenia bogactwa narodowego przez odpowiednie zarządzanie zasobami i procesami, atrakcyjnością, ekspansywnością i agresywnością, uwzględniające wymiar globalny i lokalny oraz integrowanie tego wszystkiego w jednolity, spójny układ organizacyjno-instytucjonalno-zarządczy na płaszczyźnie społecznej, ekonomicznej, kulturowej, ekologicznej i politycznej”²³.

Konkurencyjność dotyczy gospodarki otwartej i stanowi skłonność oraz zdolność podmiotów gospodarczych do przetrwania, trwałego utrzymania swojego miejsca (pozycji) w ekonomicznym otoczeniu konkurencyjnym i rozwoju na rynku, utrzymania

²¹ OECD: Technology and the economy. The key relationships, Paris 1992.

²² World Economic Forum: The Global Competitiveness Report, Geneva 1994.

²³ IMD World Competitiveness Center: The World Competitiveness Yearbook 1997, Lausanne 1997.

przewagi i dynamizowania w długim czasie korzyści ekonomicznych, społecznych, kulturowych i ekologicznych w warunkach zaostrzającej się konkurencji na rynku lokalnym, regionalnym, krajowym, jak też międzynarodowym (zagranicznym), będącej podstawowym zjawiskiem funkcjonowania, w tym regulowania gospodarki rynkowej²⁴.

Konkurencyjność – to skłonność i zdolność kraju, regionu lub przedsiębiorstwa do tworzenia proporcjonalnie większego bogactwa od tworzonego przez konkurentów, to skłonność i zdolność do konkurowania (rywalizacji, walki z innymi podmiotami na rynku), ekspansji rynkowej i zdobywania nowych klientów, powiększania, zwiększania swojego udziału lub utrzymania swej wysokiej pozycji na rynku w długim czasie. Konkurencyjność wyrasta z gospodarki rynkowej, ma swoje korzenie w gospodarce rynkowej, której podstawowym zjawiskiem jest konkurencja²⁵. Stanowi ona rywalizację (walkę konkurencyjną) między niezależnymi, autonomicznymi podmiotami o efekty (wyniki) i obejmuje czynności nakierowane na eliminację rywali i pozyskanie rynków zbytu (odbiorców, klientów), rynków zaopatrzenia, prowadzenia działalności gospodarczej, w tym współpracy. Konkurencja występuje w ramach określonych reguł gry rynkowej, warunków konkurowania i odnosi się do stanu organizacji rynku oraz określonych parametrów (popyt, podaż, cena), zasad funkcjonowania rynku, mechanizmu rynkowego, podmiotów rynku, uwarunkowań instytucjonalnych, w tym polityki ekonomicznej rządu, które określają warunki funkcjonowania tego rynku.

Konkurencyjność to skłonność i zdolność zapewnienia długookresowej sprawności i skuteczności działań gospodarczych, możliwości tworzenia i powiększania zasobów gospodarczych oraz ich efektywnego wykorzystania, jak też skłonność i zdolność do utrzymania płynności finansowej oraz generowania trwałego i dużego tempa rozwoju gospodarczego, opartego na trwałych podstawach w warunkach funkcjonowania gospodarki otwartej. W długim czasie poprawa konkurencyjności prowadzi na bazie postępu technicznego, organizacyjnego i technologicznego do zwiększenia produktywności pracy żywej (wydajności pracy), produktywności pracy uprzedmiotowionej, poprawy struktury gospodarczej, jakości funkcjonowania instytucji, dobrobytu i jakości życia, standardów stylu życia oraz do kreacji nowych miejsc pracy i zatrudnienia.

Konkurencyjność jest kategorią złożoną, wielowymiarową oraz wielopłaszczyznową, związaną z oceną interakcji zachodzących w walce konkurencyjnej między podmiotami gospodarczymi (gospodarkami krajowymi, regionami i przedsiębiorstwami) i dotyczy:

- procesu produkcji i związanego z nim procesu realizacji postępu naukowo-technicznego realizowanego przez innowacje produktowe lub (i) procesowe w przedsiębiorstwie innowacyjnym na bazie kreatywności (pomysłowości) i przedsiębiorczości zatrudnionych. Dotyczy to konkurencyjności technologicznej, innowacyjności przedsiębiorstw i gospodarki krajowej, w tym regionów). Można to mierzyć wskaźnikami

²⁴ M. Dzikowska: Przenoszenie modułów łańcucha wartości a konkurencyjność przedsiębiorstw, *Ekonomista* 2013, nr 3, s. 369–389.

²⁵ T. Dołęgowski: Ekonomiczne i instytucjonalne uwarunkowania konkurencyjności międzynarodowej, *Zeszyty Naukowe SGH* 1998, nr 5, s. 119–134.

- naukowymi, tworzenia innowacji, dyfuzji innowacji, rozprzestrzeniania (upowszechniania się), absorpcji (wchłaniania) innowacji w formie imitacji,
- realizacji (sprzedaży) produkcji, w tym wymiany międzynarodowej, mierzonej za pomocą wskaźników cenowo-kosztowych, poziomu kursu walutowego oraz wskaźników strukturalnych handlu zagranicznego.

O konkurencyjności decydują następujące czynniki:

- stan, dynamika, struktura gospodarki i kierunki jej rozwoju na płaszczyźnie międzynarodowej,
- stan, dynamika, struktura infrastruktury społecznej, technicznej i instytucjonalnej oraz kierunki jej rozwoju,
- poziom urynkowienia, w tym umiędzynarodowienia gospodarki, stopień integracji z innymi gospodarkami w ramach określonych struktur międzynarodowych (wymuszających podnoszenie efektywności i skuteczności działań gospodarczych), uczestnictwo w procesach globalizacji,
- jakość rządów i prowadzona polityka gospodarcza (monetarna i fiskalna), w tym zapewnienia bezpieczeństwa działalności przedsiębiorstw krajowych i przedsiębiorczości oraz stabilnych warunków rozwoju krajowego biznesu na płaszczyźnie międzynarodowej,
- stan finansów publicznych,
- stopień oszczędności, skłonność do oszczędzania na poziomie gospodarstw domowych, firmy, regionu i gospodarki,
- poziom i struktura działalności inwestycyjnej na poziomie przedsiębiorstw, lokalnym, regionalnym i gospodarki narodowej,
- poziom, struktura i dynamika rozwoju nauki, techniki, technologii i organizacji, powiązania nauki z gospodarką,
- jakość organizacji i zarządzania na poziomie firmy i regionu oraz ekspansja gospodarcza, poszukiwanie nowych, stabilnych rynków zaopatrzenia, zbytu i prowadzenia działalności wytwórczej, a także otwartość podmiotów ekonomicznych na potrzeby klientów,
- jakość i ilość czynnika ludzkiego (kapitał ludzki, w tym intelektualny).

Konkurencyjność jest potrzebna, aby skutecznie i sprawnie realizować swoje cele²⁶. Dzięki niej można posiadać względnie trwałą przewagę, która nie jest raz dana, lecz trzeba o nią stale zabiegać. Taki stan w gospodarce turystycznej regionu przedsiębiorstwo może osiągnąć, gdy posiada odpowiedni kapitał rzeczowo-finansowy, pomysł (informację) i przewagę intelektualną oraz kulturową, a także determinację w realizacji pomysłu. Uzyskanie trwałej przewagi konkurencyjnej, trwałego sukcesu staje się możliwe przy całościowym spełnieniu następujących warunków (wiązki celów)²⁷:

- posiadanie atrakcyjnej oferty produktowej,

²⁶ M.A. Leśniewski: Zrównoważony rozwój a konkurencyjność gmin, Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego, Kielce 2010, s. 81–82.

²⁷ M. Bednarczyk: Orientacja konkurencyjna w zarządzaniu turystyką, [w:] Zarządzanie konkurencyjnością biznesu turystycznego w regionach, M. Bednarczyk (red.), CeDeWu, Warszawa 2011, s. 15.

- odpowiedni popyt na oferowane produkty,
- poziom cen gwarantujący pozyskanie nabywców,
- poziom rentowności satysfakcjonujący zarówno producentów, jak też pośredników,
- wysoka jakość wytwarzanych produktów, ich sprzedaży i zarządzania firmą,
- innowacyjność podmiotów turystyki wiejskiej, korzystanie z nowoczesnych, wysoko zaawansowanych technologii,
- otwarcie na gospodarkę światową, czyli aktywne włączenie się podmiotu w system powiązań kooperacyjnych i konkurencyjnych gospodarki światowej, inaczej w ramy globalizacji (integralnej części łańcucha tworzenia wartości) i integracji międzynarodowej, a także dostosowanie się, czyli elastyczność ekonomiki do wymogów konkurencji globalnej. Elastyczność stanowi zdolność szybkiego, trwałego i skutecznego dostosowania zasobów, technologii i organizacji do układu, systemu.

Konkurencyjność regionu dotyczy działań²⁸:

- bezpośrednich (konkurowanie bezpośrednio) – rywalizowanie, walka konkurencyjna o różnego rodzaju korzyści z zewnątrz, a przede wszystkim o przyciągnięcie i utrzymanie kapitału, szczególnie innowacyjnego w postaci technologii wysoko zaawansowanych i kwalifikacji, szerzej kompetencji, co przynosi efekty mnożnikowe,
- pośrednich (konkurowanie pośrednio) – to działania instytucji państwowych i samorządowych na rzecz poprawy warunków otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego podmiotów turystyki wiejskiej, tworzenia i rozbudowy sieci infrastruktury społecznej, technicznej i instytucjonalnej oraz instytucji biznesu, a także wpływania na wysokie wyniki ekonomiczne, społeczne i ekologiczne firm turystycznych oraz tworzenie podstaw prawnych dla stabilnego, dynamicznego, zrównoważonego, inteligentnego i wewnętrznie spójnego rozwoju regionu i podmiotów gospodarczych działających na danym terenie. Podnoszenie konkurencyjności i atrakcyjności regionu jako jeden z imperatywów działalności władz państwowych i samorządowych wpływa na zakres ich ingerencji w procesy gospodarcze. W podnoszeniu konkurencyjności regionu trzeba jednocześnie tworzyć uwarunkowania na wszystkich poziomach gospodarowania (makro-, mikroekonomicznym), jak też na szczeblu regionalnym. Polityka pieniężna, fiskalna czy kursu walutowego oraz przekształceń własnościowych ma zasadnicze znaczenie dla kreowania wyższej konkurencyjności na poziomie gospodarki czy też regionu.

Kategoria konkurencyjności jest pojęciem wartościującym, wskazującym stan zarówno osiągnięty, jak też pożądaný, docelowy²⁹. Stanowi kategorię względną, która porównuje stany w gospodarce krajowej i zagranicznej, w regionie, branży, podmiocie gospodarczym, procesie wytwórczym i realizacji produkcji oraz produkcji turystycznym. Konkurencyjna gospodarka turystyki wiejskiej w regionie to taka, która umożliwi two-

²⁸ Por. J. Grabowski: Uwarunkowania konkurencyjności turystycznej regionów, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 2008, nr 3, s. 2–3; E. Łaźniewska, R. Chmielewski, P. Nowak: Istota i definicje konkurencyjności regionalnej, [w:] *Konkurencyjność regionalna. Koncepcje – strategie – przykłady*, E. Łaźniewska, M. Gorynia (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 24–25.

²⁹ Por. M. Olczyk: *Konkurencyjność teoria i praktyka*, CeDeWu, Warszawa 2008, s. 15.

zenie nowych kombinacji strukturalnych przez efektywne i skuteczne korzystanie z jej zasobów ludzkich i rzeczowo-finansowych, dających przewagę umożliwiającą komercjalizowanie wytworów gospodarki regionu. Tej zdolności musi sprzyjać infrastruktura społeczna, techniczna, instytucjonalna i intelektualna, a także złożony system relacji istniejących w gospodarce regionu. Rozdzielenie w czasie rozwoju czynników infrastruktury jest decyzją błędną, obniżającą poziom konkurencyjności regionu.

Zakończenie i wnioski

Konkurencyjność pochodzi od konkurencji stanowiącej podstawowe zjawisko gospodarki rynkowej. W ramach rywalizacji niezależnych (autonomicznych) podmiotów gospodarczych, wskutek oddziaływania cen (cena niezależna od wytwórcy i handlowca, jest datą) i kosztów na produkcję i jej realizację występuje przymus ekonomiczny, który stanowi główną siłę motywującą podmiotu rynku do działań racjonalnych, bardziej sprawnych i skutecznych, a więc do osiągnięcia zgodnie z zasadą racjonalnego działania (racjonalnego gospodarowania, racjonalności):

- takich samych rezultatów mniejszymi nakładami,
- lub lepszych rezultatów przy wykorzystaniu takich samych nakładów.

Konkurencja ujmowana aktywnie nie ogranicza się do pasywnego przesuwania zasobów (kapitału) tam gdzie zwrot jest największy, ale powoduje też zwiększenie zwrotu z poniesionych nakładów przez nowe produkty czy procesy. To oznacza, że nie tylko sprzyja efektywnej alokacji (przemieszczaniu) zasobów, lecz także powstawaniu nowych zasobów materialnych i niematerialnych pod względem ilości i jakości, co jest istotne z punktu osiągnięcia i utrzymania przewagi konkurencyjnej. Konkurencyjność stanowi zatem kategorię efektywnościową.

Badanie konkurencyjności to analizy walki konkurencyjnej, której podstawą jest poprawa mikroekonomicznej efektywności (sprawności) działania oraz jej skuteczności w skali lokalnej, regionu, kraju i na płaszczyźnie międzynarodowej. Osiągane dzięki podnoszeniu efektywności działań gospodarczych większe zyski służą ekspansji przedsiębiorstwa i zdobyciu przewagi konkurencyjnej na danym rynku (lokalnym, regionalnym, krajowym i zagranicznym).

Różnice w poziomach konkurencyjności są wyznaczone przez absolutne (bezwzględne) różnice efektywności między konkurentami działającymi na danym rynku towarowym, a nie przez różnice względne, tj. jednego towaru w relacji do innego w danym kraju w stosunku do oferty zagranicznej. Konkurencyjność stanowi kategorię mikroekonomiczną, a nie makroekonomiczną, gdyż państwa jako organizmu gospodarczego nie można wyeliminować z rynku.

Na ocenę konkurencyjności wpływa nie tylko poziom efektywności i skuteczności wytwarzania dóbr materialnych i niematerialnych (usług), lecz także oddziaływanie takich czynników, jak:

- aktywność na rynkach finansowych,
- dokonywane transfery kapitałowe,

- działalność spekulacyjna na rynku (spekulacyjny charakter ustalania cen np. na rynku paliwowym). Zmieniają one szacunki konkurencyjności produktów, do której włączone jest zaangażowanie czynników wobec produkcji zagranicznej, np. spekulacje kapitałowe.

Ocenę konkurencyjności produktów należy odróżnić od konkurencyjności przedsiębiorstw, gdyż pierwsza wymieniona kategoria dotyczy wyłącznie efektywności i skuteczności sprzedaży towarów, w tym usług, zaś konkurencyjność przedsiębiorstw odnosi się do całokształtu ich działalności, tj. nie tylko efektywności i skuteczności sprzedaży towarów, lecz także innych form działalności gospodarczej np. na rynkach finansowych. To oznacza, że przy ocenie konkurencyjności produktów należy brać pod uwagę wynik ze sprzedaży towarów, a nie wynik finansowy netto (zysk netto) przedsiębiorstw i badać, mierzyć wskaźnikami, głównie typu efektywnościowego (sprawnościowego).

W związku z liberalizacją rynków towarowych i kapitałowych, w tym siły roboczej, oraz postępującym procesem globalizacji konkurencyjność ma charakter międzynarodowy, a nie tylko krajowy, w tym regionalny. W toku toczącej się rywalizacji, walki konkurencyjnej między niezależnymi podmiotami gospodarczymi o rynki zbytu i zaopatrzenia, konkurencyjność przedsiębiorstw weryfikuje nie tylko rynek zagraniczny (który jest bardziej wymagający niż krajowy), lecz także rynek krajowy, gdyż nie cała produkcja trafia na rynki międzynarodowe. Efektywnościowy charakter konkurencyjności jest ściśle związany ze specjalizacją. Konkurencyjność stanowi kategorię pojedynczo porównawczą, gdyż porównuje się efektywność produkcji jednego, takiego samego towaru wytworzonego przez różnych producentów. Badania konkurencyjności są prowadzone w obrębie rynku tego samego dobra, czyli dotyczą jednopoziomowej porównywalności, co wyjaśnia teoria kosztów absolutnych (bezwzględnych) A. Smitha. Z kolei specjalizacja międzynarodowa jest kategorią podwójnie porównawczą, gdyż zgodnie z teorią przewagi komparatywnej (teorią kosztów komparatywnych, teorią przewagi względnej, teorią kosztów porównawczych) D. Ricardo i R. Torrensa porównuje się efektywność produkcji dwóch różnych towarów, wytworzonych w dwóch różnych krajach. Teoria przewagi komparatywnej po raz pierwszy została sformułowana przez R. Torrensa, zaś spopularyzowana przez D. Ricardo.

Literatura

- Armington P.B.: A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production, IMF Staff Papers 1969, nr 26.
- Bednarczyk M.: Orientacja konkurencyjna w zarządzaniu turystyką, [w:] Zarządzanie konkurencyjnością biznesu turystycznego w regionach, M. Bednarczyk (red.), CeDeWu, Warszawa 2011.
- Bogusz M., Niedziółka A.: Rola instytucji wspierających rozwój gospodarstw agroturystycznych w polskich Karpatach, [w:] Komunikowanie i doradztwo w turystyce wiejskiej, K. Krzyżanowska (red.), Wydawnictwo SGGW w Warszawie, Warszawa 2013.
- Borowski J.: Konkurencyjność międzynarodowa kraju i przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji, Optimum. Studia Ekonomiczne 2004, nr 4 (24).
- Budnikowski A.: Międzynarodowe stosunki gospodarcze, PWE, Warszawa 2006.
- Dołęgowski T.: Ekonomiczne i instytucjonalne uwarunkowania konkurencyjności międzynarodowej, Zeszyty Naukowe SGH 1998, nr 5.

- Duesenberry J.S.: *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Harvard University Press, Cambridge 1949.
- Dzikowska M.: Przenoszenie modułów łańcucha wartości a konkurencyjność przedsiębiorstw, *Ekonomista* 2013, nr 3.
- Eaton J., Grossman G.: Tariffs as Insurance, *Canadian Journal of Economics* 1985, nr 18.
- Gardiner B.: *Regional Competitiveness Indicators for Europe – Audit. Database Construction and Analysis*, Cambridge Econometrics, Regional Studies Association International Conference, Pisa 2003.
- Grabowski J.: Uwarunkowania konkurencyjności turystycznej regionów, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 2008, nr 3.
- Grubel H.G., Lloyd P.J.: *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, *The Economic Journal* 1975, t. 85, nr 339.
- Heckscher E.F.: *An economic history of Sweden*, Harvard University Press, Cambridge 1954.
- IMD World Competitiveness Center: *The World Competitiveness Yearbook 1997*, Lausanne 1997.
- Kleinhans W.: Konkurencyjność głównych typów gospodarstw rolniczych w Niemczech, *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej* 2015, nr 1.
- Krugman P., Obstfeld M.: *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- Leśniewski M.A.: *Zrównoważony rozwój a konkurencyjność gmin*, Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego, Kielce 2010.
- Linder S.B.: *An Essay on Trade and Transformation*, Almqvist & Wicksell, Stockholm 1961.
- Łaźniewska E.: *Konkurencyjność regionalna w czasie i przestrzeni na przykładzie polskich regionów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2013.
- Łaźniewska E., Chmielewski R., Nowak P.: *Istota i definicje konkurencyjności regionalnej*, [w:] *Konkurencyjność regionalna, Koncepcje – strategie – przykłady*, E. Łaźniewska, M. Gorynia (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Mańkowski T.: *Turystyka jako determinanta rozwoju regionalnego*, [w:] *Strategie rozwoju turystyki w regionie*, B. Meyer, D. Milewski (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Misala J.: *Korzyści z handlu międzynarodowego w świetle teorii*, [w:] *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*, A. Budnikowski, E. Kawecka-Wyrzykowska (red.), PWE, Warszawa 2000.
- OECD: *Technology and the economy. The key relationships*, Paris 1992.
- Olczyk M.: *Konkurencyjność teoria i praktyka*, CeDeWu, Warszawa 2008.
- Porter M.E.: *Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów*, PWE, Warszawa 2000.
- Posner M.V.: *International Trade and Technological Change*, *Oxford Economic Papers* 1961, t. 13.
- Ricardo D.: *Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1957.
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D.: *Ekonomia*, Rebis, Poznań 2014.
- Smith A.: *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. E. Cannan (red.), t. 1, London, Methuen 1776.
- Torrens R.: *An Essay on the External Corn Trade*, Hatchard, London 1815.
- Vernon R.: *International Investment and International Trade in the Product Cycle*, *Quarterly Journal of Economics* 1966, nr 2, s. 190–207.
- World Economic Forum. *The Global Competitiveness Report*, Geneva 1994.

The competitiveness of the tourist region in economic theory

Summary. The purpose of the article is to present the essence of competitiveness of the tourist region in economic theory. The study drew particular attention to the competitiveness of rural tourism. Competitiveness comes from the competition which is the basic phenomenon of the market economy. Creating conditions to increase the competitiveness of rural tourism in the region is associated with

an increase in the propensity and ability to accumulate savings and tourism entities in the country and effective use of the investments made towards the implementation of technological progress. Because of that, the long term increase competitiveness, increase incomes, employment and enhanced prosperity of rural communities can be achieved.

Key words: economy, competitiveness, region, tourism, rural tourism