

Piotr Zmyślony, Natalia Piechota
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Podobieństwo miast pod względem charakteru internacjonalizacji funkcji turystycznej a potencjał konkurencyjny przemysłu spotkań

Streszczenie

W artykule zawarto wyniki badania internacjonalizacji funkcji turystycznej dziesięciu największych miast Polski. Na podstawie zestawień statystycznych publikowanych przez GUS oraz inne instytucje stworzono ranking porządkujący wyżej wymienione miasta według stopnia umiędzynarodowienia ich funkcji turystycznej, co pozwoliło przeprowadzić bardziej zaawansowaną analizę skupień przy wykorzystaniu metody Warda. Skupienia stanowią kontekst analizy konkurencyjności badanych miast na międzynarodowym rynku spotkań. Z badań wynika, że konkurencja na rynku spotkań zachodzi przede wszystkim między miastami cechującymi się podobnym poziomem umiędzynarodowienia funkcji turystycznej, przy czym dotyczy to miast o znaczeniu drugo- lub trzeciorzędym w strukturze miast światowych.

Słowa kluczowe: internacjonalizacja funkcji turystycznej, miasta, analiza skupień, Polska, przemysł spotkań.

Kody JEL: L83

Wstęp

Podstawą rozwoju miast w globalnej gospodarce jest intensyfikacja transnarodowych powiązań z innymi ośrodkami. Współistnienie w światowej sieci miast zapewnia dostęp do dokonujących się w niej przepływów kapitału, wiedzy, talentu, wysoko wykwalifikowanych specjalistów, a wreszcie turystów oraz spotkań i wydarzeń (Borja, Castells 2013; Hall 1997; Sassen 2006). Przepływy tworzą zasady wzajemnej zależności, a przejawem konkurencji jest głównie proces specjalizacji. Zachodzi on przede wszystkim wśród miast drugo- i trzeciorzędnych w hierarchii globalnej, nazywanych bramami regionu (*gateway cities*) (Short, Breitbach, Buckman, Essex, 2000), często rywalizujących o jak najlepszą pozycję konkurencyjną w wymiarze krajowym. Największe polskie miasta można określić tym terminem. Na rynku turystycznym, oprócz intensyfikacji powiązań międzymiejskich, internacjonalizacja polega także na otwarciu sfery marketingu i obsługi ruchu turystycznego na rynki zagraniczne, przy czym w tym wypadku także można mówić o przyjęciu określonych strategii działania (Zmyślony 2014, s. 69-89). Zwiększanie obecności na międzynarodowym rynku spotkań może być jedną z nich, jednak rozpoznanie obszarów współpracy i rywalizacji wymaga określenia obszarów podobieństw i różnic procesu umiędzynarodowienia funkcji tury-

stycznej między miastami. Działanie to w stosunku do dziesięciu największych miast Polski stanowi cel niniejszych rozważań.

Internacjonalizacja miast a przemysł spotkań

W ostatnich 25 latach polskie miasta przeszły zasadniczą przemianę gospodarczą. Z miast wyzwalających się ze zcentralizowanych ram państwa socjalistycznego stały się kolejno: ośrodkami weryfikującymi swoje struktury funkcjonalno-przestrzenne i znaczenie na rynku krajowym, zwiększającymi swą siłę jednostkami samorządu terytorialnego konkurującymi o zagraniczne inwestycje i kapitał, wreszcie filarami rozwoju Polski na arenie międzynarodowej, a obecnie rzeczywistymi lub potencjalnymi metropoliami wchodzącymi w ponadnarodowe międzymiejskie relacje sieciowe. Nie tylko Warszawa, zaliczana do wąskiego grona miast światowych, ale także Kraków, Poznań, Wrocław i Gdańsk, notowane są w europejskich i światowych rankingach konkurencyjności i znaczenia międzynarodowego (EIU 2012; GaWC 2014; Martin Prosperity Institute 2013). Przemiana miast dotyczy także ich potencjału turystycznego. W stosunkowo krótkim okresie przeskoczyły one z ograniczonego żelazną kurtyną regulowanego rynku wschodnioeuropejskiego do otwartego, zliberalizowanego strefą Schengen oraz zdominowanego przez wielomilionowe miasta światowej turystyki rynku europejskiego, stanowiącego największą część globalnego rynku przepływów turystycznych (ECM 2014; Euromonitor International 2015). Obie podstawy – gospodarcza i turystyczna – stały się podwalinami rozwoju przemysłu spotkań, którego wielkość i zakres stanowią zarazem pochodną oraz miarę sukcesu międzynarodowego miasta.

Internacjonalizacja miast jest formą ich rozwoju gospodarczego polegającą na wchodzeniu w skomplikowaną sieć międzynarodowych powiązań, czego skutkiem jest wzrost ich znaczenia na arenie międzynarodowej (Komorowski 2000; Szromnik 2009, s. 23-43). Najbardziej umiędzynarodowione są ośrodki określane jako miasta światowe i globalne, jednak Short i inni (2000) podkreślają, że globalizacja dotyka wszystkich miast pełniących rolę bram regionalnych. Warto zastanowić się nad rolą przemysłu spotkań jako czynnika potencjału miasta międzynarodowego.

Hall (2001, s. 59-77) wymienia turystykę – zarówno biznesową, jak i czasu wolnego – jako jeden z czterech obszarów funkcjonalnych globalnych regionów miejskich, wchodzący w relacje synergiczne z trzema pozostałymi obszarami: zarządzania i kontroli, usług finansowych i biznesowych oraz kultury i branż kreatywnych. Ponadto zauważa on, że przemysł spotkań rośnie mimo rozwoju technik informacyjnych, ponieważ spotkania stają się coraz bardziej kluczowe w działaniach biznesowych. Wielkie centra kongresowe budowane są w centrach miast, obok skupisk hoteli, restauracji i życia nocnego, tworząc znaczącą część fenomenu turystyki biznesowej, która jest jedną z najszybciej rozwijających

się funkcji w strukturze gospodarczej miast światowych (Hall 1997). Według koncepcji miast informacyjnych (Borja, Castells 2013; Castells 2008), przemysł spotkań rozwija się zgodnie z logiką i dynamiką przestrzeni przepływów, ma charakter globalny i ulega standaryzacji i unifikacji. Stanowi on czynnik rozwoju najsilniejszych sieci tworzących współczesną gospodarkę i społeczeństwo i równocześnie jest wobec nich zależny – liczba i znaczenie wydarzeń biznesowych są pochodną realnego lub aspiracyjnego znaczenia centrów i węzłów w danej sieci. Z kolei w świetle koncepcji miast globalnych (Sassen 2006) przemysł spotkań można zakwalifikować do szerokiej grupy wyspecjalizowanych usług biznesowych, składających się na funkcje globalne. Wynika to z dużego stopnia profesjonalizacji, wysokiej wartości dodanej oraz innowacyjności, a także jakości obsługi oraz poziomu przygotowania merytorycznego osób pracujących w branży spotkań, wysokiego poziomu technologicznego i funkcjonowania w sferze B2B (Celuch 2014; Kachniewska 2014, s. 37-50; Sidorkiewicz 2011). Wielkość branży spotkań jest pochodną znaczenia danego miasta w wymiarze światowym oraz potencjału ekonomicznego przedsiębiorstw w nich zlokalizowanych. Na podstawie rankingów prowadzonych przez ICCA (2013) i UIA (2013) wynika, że przemysł spotkań buduje nie tylko potencjał największych miast globalnych (Paryż, Londyn, Tokyo, Singapur i Seul), ale jest obszarem specjalizacji niektórych miast na arenie międzynarodowej, co można zaobserwować w przypadku Wiednia, Barcelony, Madrytu, Brukseli czy Kopenhagi.

Trzy z pięciu kryteriów charakteryzujących miasto dysponujące funkcjami międzynarodowymi wyróżnionymi przez Labasse'a (1981, s. 403-412) odnoszą się do przemysłu spotkań: istnienie infrastruktury umożliwiającej organizację międzynarodowych imprez (hotele, sale konferencyjne, centra kongresowe), ponadnarodowe znaczenie miasta w dziedzinie turystyki biznesowej i/lub kulturowej oraz oferowanie usług na poziomie międzynarodowym, np. imprez targowych, wystaw międzynarodowych i innych. Fry, Radebaugh i Soldatos (1989) do kilkunastu wyróżnionych cech miasta międzynarodowego zaliczają: istnienie rozwiniętego sektora usług nastawionych na obsługę powiązań międzynarodowych, w tym hoteli i obiektów konferencyjnych, organizowanie wydarzeń o randze międzynarodowej oraz rozwinięty system turystyki. Liczba międzynarodowych konferencji stanowi istotny miernik konkurencyjności gospodarczej wykorzystywany do budowy uznanych światowych rankingów miast np. Global City Index (A.T. Kearney 2012), Global City Competitiveness Index (EIU 2012) oraz Cities of Opportunity (PwC 2012). Rozpatrywany z perspektywy popytowej, przemysł spotkań stanowi czynnik potencjału turystycznego miast (Davidson, Cope, 2003; Heeley 2011; Swarbrooke, Horner 2001), zatem może być analizowany w odniesieniu do internacjonalizacji ich funkcji turystycznej lub międzynarodowej atrakcyjności turystycznej (Maitland, Newman 2009, s. 1-21; Page, Hall 2003; Zmysłony, Piechota 2014, s. 103-117). Zdaniem Halla (1997), w miastach globalnych turystyka biznesowa sprzęga się z turystyką czasu wolnego, co ma wpływ na system transportowy, komunikację, obsługę mieszkańców i turystów (hotele, gastronomia, bary i inne usługi) oraz sektor kultury i rozrywki.

Metoda badawcza

Badanie oparto na metodzie atrybutowej, tj. technice pomiaru międzynarodowych cech miasta. Obok metody badania wzajemnych powiązań, jest to podstawowa metoda badania potencjału międzynarodowego miasta (Hall 2001). Ze względu na heterogeniczność produktu turystycznego oraz podleganie procesowi internacjonalizacji zarówno sfery podaży, jak i popytu, konieczne było zastosowanie analizy wielowymiarowej. Umożliwia ona przeprowadzenie badań złożonych zbiorowości bez konieczności nadmiernego uproszczenia analiz do zaledwie jednej lub dwóch zmiennych. Podczas badania bazowano na źródłach wtórnych, w większości przypadków na danych statystycznych publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny oraz inne instytucje (GDDKiA 2014; Eurostat 2011; ICCA 2012; UIA 2012; UNESCO 2014). Dane obejmowały lata 2012-2014.

Jedną z podstawowych metod analizy wielowymiarowej jest analiza skupień (*cluster analysis*), inaczej klasyfikacja, której istota sprowadza się do poszukiwania jednorodnych podzbiorów w niejednorodnym zbiorze obiektów (Balicki 2009). Tym samym tworzy się grupy obiektów podobnych do siebie nawzajem. Realizując badanie internacjonalizacji funkcji turystycznej polskich miast wykorzystano analizę skupień i postępowano według procedury badawczej opracowanej dla tej metody statystycznej (Kaczmarek 2003, s. 202-209, za: Backhaus, Erickson, Plinke i Weiber 1990).

Zakres przedmiotowy badania obejmował 10 największych miast Polski, liczących ponad 300 tys. mieszkańców: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Szczecin, Warszawę i Wrocław. W analizie wykorzystano 22 zmienne charakteryzujące poziom internacjonalizacji funkcji turystycznej, pogrupowane w 8 kategoriach: zakwaterowanie, gastronomia, dostępność komunikacyjna i transport, kultura, spotkania i wydarzenia, obiekty sportowe, organizatorzy turystyki oraz piloci i przewodnicy. 17 zmiennych odnosiło się do sfery podaży, a pozostałe do sfery popytu. Na dalszym etapie analiz wykorzystano również 5 zmiennych charakteryzujących przemysł spotkań w badanych miastach: liczbę międzynarodowych spotkań wg ICCA i UIA, które wchodziły w skład kategorii spotkania i wydarzenia, a także liczbę obiektów noclegowych z salą konferencyjną, liczbę sal konferencyjnych w tych obiektach oraz miejsca w salach noclegowych. Ostatnie 3 wymienione zmienne nie zostały uwzględnione w procesie grupowania, ponieważ określają jedynie potencjał turystyczny, a nie stopień umiędzynarodowienia.

Sprawdzono, że wszystkie zmienne wykorzystane w analizie skupień mają rozkład normalny lub zbliżony do normalnego. Aby wykorzystać je w badaniu, powinny charakteryzować się wysoką zmiennością oraz być ze sobą słabo skorelowane (Kaczmarek 2003). Pierwszy warunek został spełniony (współczynnik zmienności najczęściej przekraczał 100%), ale macierz korelacji wykazała, że w wielu przypadkach występują silne i istotne statystycznie związki między zmiennymi (wartości r zbliżone do jedności). Wynika to z faktu, że wartości poszczególnych zmiennych są w dużym stopniu uwarunkowane wielkością

miast, mierzoną liczbą mieszkańców. Ponieważ liczba ludności stanowiła kryterium doboru miast postanowiono zastosować w badaniu wskaźniki cech w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców, dzięki czemu uzyskano słabszą korelację. Przeprowadzając analizę skupień korzystano z metody Warda. Za jej zastosowaniem przemawiały cztery przesłanki (Balicki, 2009; Błaczkowska, Grześkowiak 2011 s. 20-31; Kaczmarek 2003):

- 1) obiektywizm, uzyskany dzięki hierarchiczności analizy,
- 2) efektywność,
- 3) czytelna prezentacja wyników w formie dendrogramu (drzewa) powiązań między badanymi obiektami,
- 4) wykorzystanie kwadratowej odległości euklidesowej, uwzględniającej duże różnice wartości zmiennych opisujących obiekty.

W metodzie Warda określenie najbardziej optymalnej liczby skupień należy do zadań badacza, który może ustalić jej wartość krytyczną na podstawie odpowiednich mierników statystycznych (np. iloraz maksymalnej odległości wewnątrzgrupowej przez minimalną odległość międzygrupową), ale przede wszystkim musi bazować na swojej wiedzy z zakresu badanego zagadnienia, aby nie wyodrębnić zbyt dużej lub zbyt małej liczby skupień w odniesieniu do celu projektu (Kaczmarek 2003). Bardzo przydatny w określaniu optymalnej liczby skupień jest dendrogram oraz wykres odległości wiązania względem etapów wiązania, których użycie pomaga w prześledzeniu poszczególnych etapów procesu grupowania. W zastosowanej metodzie nie narzuca się sformalizowanego, liczbowego sposobu analizy wyników. Ich interpretacja, polegająca na wyjaśnianiu przyczyn skupień (czyli podobieństw) metodą syntezy informacji, następuje w formie opisowej bazując na analizie danych źródłowych.

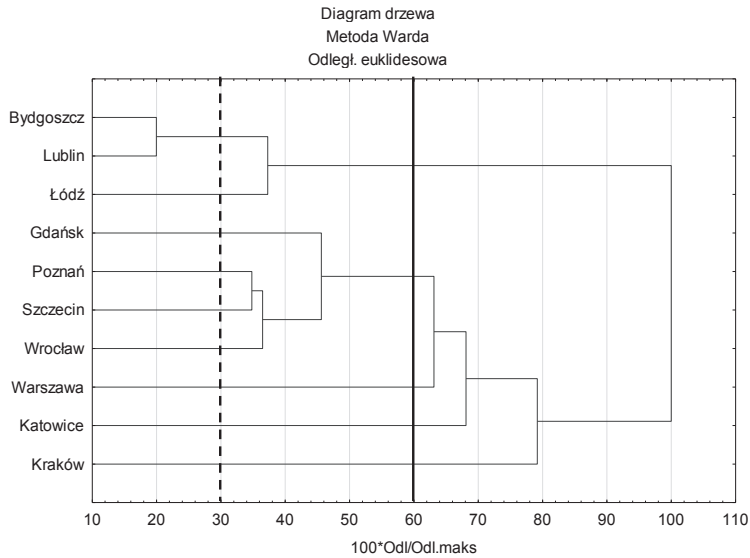
Wyniki

Po uzyskaniu surowych wyników badania w formie dendrogramu (por. rysunek 1) oraz wykresu odległości wiązania względem etapów wiązania (por. rysunek 2) zdecydowano o przesunięciu wartości krytycznej liczby skupień z odległości oznaczonej linią przerywaną (który praktycznie uniemożliwia analizę podobieństw) do odległości równej 60 oznaczonej linią ciągłą. W ten sposób uzyskano 5 skupień miast, z czego 3 stanowiły przypadki indywidualne: (1) Bydgoszcz, Lublin, Łódź; (2) Gdańsk, Poznań, Szczecin, Wrocław; (3) Warszawa; (4) Kraków; (5) Katowice.

Pierwszą grupę stanowią miasta, których stopień internacjonalizacji jest bardzo niski. Wartości średnie tego skupienia dla niemal wszystkich zmiennych są dużo niższe niż wynosi średnia dla wszystkich badanych miast, często nawet bliskie zera (por. tabela 1). Minimalny poziom internacjonalizacji stanowi dominującą cechę tego skupienia, świadczy o jego odrębności nawet na najniższym stopniu liczby skupień (por. rysunek 1) i przesłania strukturę zjawiska.

Rysunek 1

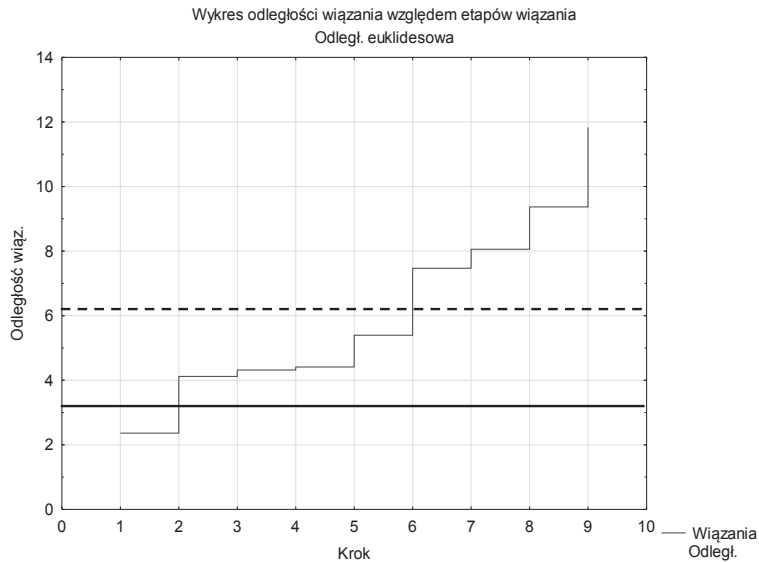
Dendrogram internacjonalizacji funkcji turystycznej miast Polski



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 2

Wykres odległości wiązania względem etapów wiązania internacjonalizacji funkcji turystycznej miast Polski



Źródło: jak w rysunku 1.

Tabela 1

Zestawienie wartości średnich w poszczególnych grupach z wartościami średnimi dla każdej zmiennej*

Kategorie i zmienne na 10 000 mieszkańców	Grupa 1	Grupa 2	Warszawa	Katowice	Kraków	Średnia
1) Zakwaterowanie						
podmioty noclegowe **	0,0757	0,3622	0,5013	0,0651	0,5275	0,2770
turyści zagraniczni	1 070,31	3 743,27	5 772,21	2 170,47	12 073,60	3 820,03
noclegi turystów zagranicznych	2 232,00	7 495,59	10 450,50	4 297,06	27 852,77	7 927,87
obiekty międzynarodowych sieci hotelowych	0,0896	0,1741	0,1982	0,1302	0,2110	0,1505
2) Gastronomia						
podmioty gastronomiczne **	0,6716	1,4923	3,1011	1,3019	1,6747	1,4062
3) Dostępność komunikacyjna i transport						
podmioty transportowe **	0,0380	0,1671	0,6295	0,0000	0,1846	0,1597
zagraniczni pasażerowie lotniczy	4 953,31	26 206,52	47 039,67	79 698,21	39 414,23	28 583,81
bezpośrednie połączenia lotnicze zagraniczne	0,1311	0,4293	0,6062	0,8463	0,6330	0,4196
średnia długość zagranicznych tras lotniczych	21,6571	13,5356	5,6081	26,4244	11,1379	16,2284
wloty autostrad	0,0185	0,0325	0,0117	0,1302	0,0264	0,0354
zagraniczne połączenia kolejowych	0,0564	0,1286	0,1690	0,5208	0,0923	0,1466
4) Kultura						
podmioty kulturowe **	0,0000	0,0146	0,0117	0,0325	0,0264	0,0129
wystawy zagraniczne i międzynarodowe w galeriach	0,3723	0,3326	0,3672	0,4557	0,7912	0,4062
wystawy z zagranicy w muzeach	0,0513	0,1906	0,0583	0,0000	0,1978	0,1172
obiekty na liście UNESCO	0,0000	0,0040	0,0058	0,0000	0,0396	0,0061
przyznanie tytułu Europejskiej Stolicy Kultury	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0132	0,0013
5) Spotkania i wydarzenia						
spotkania międzynarodowe w rankingu ICCA	0,0000	0,1773	0,2681	0,0000	0,5143	0,1491
spotkania międzynarodowe w rankingu UIA	0,0374	0,0681	0,0874	0,0000	0,2110	0,0683
6) Obiekty sportowe						
podmioty sportowe **	0,0096	0,0348	0,1049	0,0000	0,0132	0,0286

Kategorie i zmienne na 10 000 mieszkańców	Grupa 1	Grupa 2	Warszawa	Katowice	Kraków	Średnia
7) Organizatorzy turystyki						
organizatorzy turystyki **	0,1074	0,3264	0,6237	0,5208	0,4747	0,3247
organizatorzy zajmujących się turystyką przyjazdową (3b)	1,2911	1,8251	2,6931	1,9204	3,2044	1,8991
8) Piloci i przewodnicy						
piloci i przewodnicy **	0,0231	0,0627	0,7112	0,0651	0,1055	0,1202

* Dla Warszawy, Katowic i Krakowa były to wartości zmiennych, a nie średnie. Ponadto pogrubieniem oznaczono wartości przewyższające średnią dla danej zmiennej wśród wszystkich miast.

** Podmioty gospodarcze wg PKD obejmują obiekty o formie własności zagranicznej i mieszanej.

Źródło: opracowanie własne.

Drugie skupienie, najliczniejsze, tworzą cztery ośrodki, których władze postrzegają się wzajemnie jako bezpośrednich i równorzędnych konkurentów gospodarczych, także na rynku turystycznym. Cechuje ich jednak podobieństwo wynikające z relatywnie przeciętnego poziomu internacjonalizacji, na co wskazują wartości cech zawartych w tabeli 1 i co świadczy o tym, że posiadają one ustabilizowany potencjał międzynarodowy w ramach całej struktury zjawiska – odchylenia od średnich wartości są nieznaczne, przekraczają wartość 30% tylko w trzech przypadkach – liczby podmiotów noclegowych z kapitałem zagranicznym, liczby wystaw zagranicznych w muzeach oraz liczby zagranicznych pilotów i przewodników (w ostatnim przypadku poniżej średniej).

Kolejne trzy skupienia stanowią indywidualne przypadki, co oznacza, że struktura ich umiędzynarodowienia różni je na tyle silnie, że nie tworzą wspólnych skupień. Najbardziej wyróżnia się Kraków, który wiąże się z Warszawą i Katowicami, a także poprzednim skupieniem czterech miast, dopiero na przedostatnim etapie wiązania (por. rysunek 1). Analizując strukturę zjawiska można stwierdzić, że Warszawa, najbardziej zbliżona do Poznania, Wrocławia, Gdańska i Szczecina, zbudowała międzynarodowy potencjał konkurencyjny w sferze zakwaterowania, gastronomii, sporcie oraz organizacji turystyki. Odrębność Katowic wynika ze zdecydowanie silnie umiędzynarodowionej sfery transportu i dostępności komunikacyjnej, w ramach której wartości poszczególnych przewyższają średnią o 60-250%. W pozostałych sferach Katowice notują niskie wartości cech, co zbliża je do miast pierwszego skupienia. Kraków charakteryzuje najwyższy potencjał międzynarodowy pod względem liczby turystów zagranicznych, udzielonych im noclegów, a także w kategorii kultura oraz spotkania i wydarzenia.

Analizując powyższe wyniki w kontekście potencjału miast oraz działań na międzynarodowym rynku spotkań należy generalnie stwierdzić, że otrzymane skupienia odwzorowują relacje zachodzące między tymi zjawiskami w ten sposób, że relatywnie niski poziom internacjonalizacji funkcji turystycznej jest proporcjonalny do potencjału w zakresie spotkań

i wydarzeń, przede wszystkim w sferze popytu (liczba zorganizowanych spotkań według ICCA i UIA), jak i sferze podaży (por. tabela 2). Nie oznacza to jednak, że brak internacjonalizacji turystyki skazuje miasta na nieobecność na międzynarodowym rynku spotkań, co potwierdza przypadek Łodzi, która notuje zdecydowanie wyższe wartości mierników niż Bydgoszcz i Lublin, a także Katowice i Szczecin. Znajduje to potwierdzenie w cytowanej wcześniej literaturze, która podkreśla mocniejsze związki przemysłu spotkań z międzynarodowym znaczeniem gospodarczym niż turystycznym. Warto przy tym wskazać na niewykorzystanie potencjału z zakresu dostępności transportowej, które może być czynnikiem hamującym realizację strategii rozwoju przemysłu spotkań w Łodzi.

Tabela 2

Zmienne charakteryzujące przemysł spotkań

Wyszczególnienie	Liczba spotkań międzynarodowych w rankingu ICCA	Liczba spotkań międzynarodowych w rankingu UIA	Liczba obiektów noclegowych z salą konferencyjną	Liczba sal konferencyjnych w obiektach noclegowych	Liczba miejsc w salach konferencyjnych w obiektach noclegowych
Bydgoszcz	0	1	17	38	2 177
Lublin	0	1	20	59	3 653
Łódź	0	4	41	134	7 849
Gdańsk	15	2	58	138	7 620
Poznań	15	10	51	155	9 356
Szczecin	0	0	20	52	2 794
Wrocław	7	3	42	171	9 436
Warszawa	46	15	82	472	40 984
Katowice	0	0	16	70	3 162
Kraków	39	16	136	328	16 699
Średnia	12,2	5,2	48,3	161,7	10 373

Źródło: jak w tabeli 1.

Podobieństwa struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej miast tworzących drugie skupienie nie przekładają się na zbliżone podobieństwo potencjału w zakresie przemysłu spotkań. Zdecydowanie najniższy charakteryzuje Szczecin, w przypadku którego wskaźniki są porównywalne z miastami pierwszego skupienia oraz Katowic. Między trzema pozostałymi ośrodkami zachodzi silna rywalizacja o międzynarodowe eventy. Zrównoważony potencjał w zakresie turystyki międzynarodowej daje relatywnie silną podstawę do walki, przy czym największą efektywność w tym zakresie (mierzoną przez porównanie potencjału podażowego do liczby zorganizowanych spotkań) notuje Gdańsk, natomiast najniższą Wrocław. Najsilniejszy i najbardziej skuteczny z tej trójki jest jednak Poznań, który posiada

porównywalny potencjał podażowy do Wrocławia, lecz cechuje się najwyższą liczbą zorganizowanych spotkań.

Na razie poza zasięgiem walczącej trójki są Warszawa i Kraków, które zdają się grać w wyższej, europejskiej lidze eventowej. Wyodrębnienie ich jako indywidualnych ośrodków w analizie skupień nie jest przypadkowe. Ich międzynarodowy potencjał turystyczny przekłada się w tym wypadku na zaangażowanie na rynku spotkań. Zdecydowanym liderem jest Kraków, który efektywniej wykorzystuje swój potencjał podażowy oraz dyskontuje międzynarodową atrakcyjność turystyczną, w ramach której należy podkreślić przede wszystkim potencjał kulturowy oraz poziom usług noclegowych. Jedyną słabością był brak sali o dużej pojemności, którą zniwelowano w ostatnim roku dzięki oddaniu do użytku centrum kongresowego Ice Kraków. Warszawa, mimo że osiąga większą liczbę zorganizowanych spotkań (łącznie 61), nie wykorzystuje w tak dużym stopniu swojej przewagi wynikającej ze statusu miasta globalnego, a więc globalnego znaczenia gospodarczego, najlepszej dostępności komunikacyjnej, internacjonalizacji sfery gastronomii, sportu, organizacji turystyki, pilotażu i przewodnictwa.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza pozwala na sformułowanie wniosków z zakresu podobieństw internacjonalizacji funkcji turystycznej dziesięciu największych polskich miast w kontekście ich potencjału w zakresie przemysłu spotkań:

- występuje ogólny związek między międzynarodowym potencjałem turystycznym miast a ich aktywnością na międzynarodowym rynku spotkań;
- konkurencja na rynku spotkań zachodzi przede wszystkim między miastami cechującymi się podobnym poziomem umiędzynarodowienia funkcji turystycznej, przy czym dotyczy to miast o znaczeniu drugo- lub trzeciorzędnym w strukturze miast światowych (Poznań, Gdańsk, Wrocław), co znajduje potwierdzenie w literaturze przedmiotu;
- niski poziom internacjonalizacji funkcji turystycznej nie przekreśla możliwości realizacji rozwoju przemysłu spotkań (przykład Łodzi), jednakże
- osiągnięcie sukcesu na międzynarodowym rynku spotkań polega na zdyskontowaniu zarówno potencjału gospodarczego, jak i atrakcyjności turystycznej danego miasta (przykład Krakowa i – w mniejszym stopniu – Warszawy).

Powyższe wnioski należy traktować jako wstępne i wymagające pogłębionej dyskusji naukowej oraz koniecznej weryfikacji empirycznej. Najlepszym na to sposobem jest zastosowanie dłuższego okresu analizy, przez co uzyskano by bardziej stabilne wskaźniki. Długotrwałość procesu gromadzenia danych oraz konieczność wielowymiarowych porównań spowodował przyjęcie okresu jednorocznego, jednak konieczna jest weryfikacja co najmniej trzyletnia, która pozwoli na konstrukcję średnich wskaźników. Autorzy artykułu

planują przeprowadzić takie badania po zebraniu odpowiedniego materiału statystycznego. Drugą metodą jest poszerzenie wachlarza miast o mniejsze ośrodki, jednak stoi to w sprzeczności z założeniami teoretycznymi (Hall 1997; Komorowski 2000) odnośnie do zbieżności procesu internacjonalizacji z metropolizacją przestrzeni.

Bibliografia

- A.T. Kearney (2012), *2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook*, Chicago.
- Balicki A. (2009), *Statystyczna analiza wielowymiarowa i jej zastosowanie społeczno-ekonomiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Błaczowska A., Grześkowiak A. (2001), *Zastosowanie wybranych metod analizy wielowymiarowej do oceny efektów kształcenia*, (w:) Garczarczyk J., Skikiewicz R. (red.) *Metody pomiaru i analizy rynku usług. Dylematy badawcze*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Borja J., Castells M. (2013), *Local and Global: The Management of Cities in the Information Age*, Taylor & Francis, Oxon.
- Castells M. (2008), *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Celuch K. (2014), *Przemysł spotkań: wiedza, produkt, motywacja*, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa.
- Davidson R., Cope B. (2003), *Turystyka biznesowa*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- ECM (2014), *The European Cities Marketing Benchmarking Report*, 10th Official Edition 2013-2014, Dijon.
- EIU (2012), *Hot spots: Benchmarking global city competitiveness*, London-New York-Hong Kong-Geneva.
- Euromonitor International (2015), *Top 100 City Destination Ranking*, <http://blog.euromonitor.com/2015/01/top-100-city-destinations-ranking.html> [dostęp: 27.01.2015].
- Eurostat (2011), *Cultural Statistics*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Fry E.H., Radebaugh L.H., Soldatos P. (1989), *The New international cities era: The global activities of North American municipal governments*, Provo, David M. Kennedy for International Studies, Brigham Young University, Utah.
- GaWC (2014), *The World According to GaWC 2012*, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2012t.html> [dostęp: 27.01.2014].
- GDDKiA (2014), *Mapa stanu budowy dróg*, <http://www.gddkia.gov.pl/pl/1077/mapa-stanu-budowy-drog> [dostęp: 20.05.2014].
- Hall P. (1997), *Megacities, World Cities and Global Cities*, The Megacities Foundation, Rotterdam.
- Hall P. (2001), *Global city-regions in the twenty-first century*. (in:) Scott A.J. (Ed.) *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, Oxford University Press, Oxford.
- Heeley J. (2011), *Inside City Tourism: A European Perspective*, Channel View Publications, Bristol.
- ICCA (2013), *Country and City Rankings 2012: International Association Meetings Market*, Amsterdam.
- Kachniewska M. (2014), *Czynniki wyboru lokalizacji konferencji i kongresów w ocenie polskich organizatorów*, (w:) Celuch K. (red.), *Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce: teoria i praktyka*, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Warszawa.

- Kaczmarek M. (2003), *Zastosowanie metod analizy skupień w wielowymiarowej segmentacji rynku*, (w:) Mazurek-Lopacińska K. (red.), *Badania marketingowe – metody, tendencje, zastosowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
- Komorowski J. (2000), *Współczesne uwarunkowania gospodarczo-przestrzenne internacjonalizacji miast polskich*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Labasse J. (1981), *Profil de villes européennes à vocation internationale*, “Cahiers de Géographie Du Québec”, No.25(66).
- Maitland R., Newman P. (2009), *Developing world tourism cities*, (in:) Maitland R. Newman P. (Eds.) *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, Routledge, Oxon.
- Martin Prosperity Institute (2013), *Project: Global Cities Index*, Toronto.
- OpenFlights.org (2014), *Route maps*, <http://openflights.org/html/route-maps> [dostęp: 15.03.2014].
- Page S.J., Hall C.M. (2003), *Managing urban tourism*, Prentice Hall, Harlow.
- PwC (2012), *Cities of Opportunity*, New York.
- Sassen S. (2006), *Cities in a World Economy* (third edit.), Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Short J.R., Breitbach C., Buckman S., Essex J. (2000), *From World Cities to Gateway Cities*, “City, Analysis of Urban Trends, Culture, Theory, Policy, Action”, No. 4(3).
- Sidorkiewicz M. (2011), *Turystyka biznesowa*, Difin, Warszawa.
- Swarbrooke J., Horner S. (2001), *Business travel and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Szromnik A. (2009), *Internacjonalizacja jako nowy czynnik rozwoju miast*, „Samorząd Terytorialny”, nr 4.
- UIA (2013), *International Meetings Statistics for the Year 2012*, “Union of International Associations – HQ Europe (HeadQuarters Magazine)”, No. 56.
- UNESCO (2014), *World Heritage List Statistics*, <http://whc.unesco.org/en/list/stat> [dostęp: 15.03.2014].
- Zmyślony P. (2014), *Internationalization of tourism management in Polish cities: Strategies, marketing and structures*, “European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation”, No. 5(3).
- Zmyślony P., Piechota N. (2014), *Znaczenie przemysłu spotkań w kształtowaniu potencjału turystycznego miast*, (w:) Celuch K. (red.) *Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce: teoria i praktyka*, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Warszawa.

Similarity of Towns and Cities in Terms of the Nature of Internationalisation of the Tourist Function and the Competitive Potential of the Meeting Industry

Summary

In their article, the authors included results of research on internationalisation of the tourist function of the ten biggest cities in Poland. Based on the statistical breakdown published by the CSO and other institutions, there is set up a ranking arranging the said cities by the degree of internationalisation of their tourist function, what allowed carrying out an advanced cluster analysis with the use of the Ward's method. Clusters are a context of the analysis of competitiveness of the cities in question in the international market for meetings. The surveys show that competition in the market for meetings takes place, first of all, between the towns and cities with a similar level of internationalisation of the

tourist function, and this concerns the towns of the second- and third-rate importance in the structure of global towns.

Key words: internationalisation of the tourist function, towns and cities, cluster analysis, Poland, industry of meetings.

JEL codes: L83

Artykuł nadesłany do redakcji w marcu 2015 r.

© All rights reserved

Afiliacja:

dr Piotr Zmyślony

mgr Natalia Piechota

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Wydział Gospodarki Międzynarodowej

Katedra Turystyki

Al. Niepodległości 10

61-875 Poznań

tel.: 61 854 37 63; 61 854 35 27

e-mail: p.zmyslony@ue.poznan.pl

e-mail: natalia.piechota@ue.poznan.pl