

REGIONY CZY DESTYNACJE TURYSTYCZNE. KONTROWERSJE WOKÓŁ DEFINIOWANIA I NAZYWANIA

ZYGMUNT KRUCZEK

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie
e-mail: zygmun.kruczek@awf.krakow.pl

SŁOWA KLUCZOWE

region turystyczny, destynacja turystyczna

STRESZCZENIE

Region jest pojęciem szeroko stosowanym zarówno w życiu codziennym, jak i w polityce, gospodarce, administracji, zarządzaniu i poznaniu naukowym. Występuje w języku potocznym, medialnym, politycznym, gospodarczym, a przede wszystkim w naukowych. Celem artykułu jest pokazanie ewolucji pojęcia *region turystyczny* oraz wskazanie kontrowersji w jego definiowaniu i nazywaniu.

Większość specjalistów zajmujących się geografią turystyki uważa region turystyczny za kategorię istniejącą obiektywnie i dającą się wydzielić zarówno na podstawie analizy rozmieszczenia ruchu turystycznego, jak i zjawisk z nim związanych (np. walorów turystycznych, zagospodarowania turystycznego, podaży usług turystycznych).

W literaturze oprócz terminu *region turystyczny* używa się zamiennie takich określeń, jak *obszar turystyczny*, *obszar recepcji turystycznej*, *destynacja turystyczna*. Termin *tourism (tourist) destination*, tłumaczony jako obszar recepcji turystycznej, określa dosłownie miejsce migracji i penetracji turystycznej. Pojęcie to stosowane jest w większości przypadków do analizy zjawisk turystycznych w wymiarze lokalnym lub regionalnym w odniesieniu do miejscowości, mikroregionów lub regionów bez specjalnej potrzeby definiowania. W artykule porównano znaczenie i zakresy tych terminów, zestawiając je w tabeli 1. Wypracowanie ujednoczonych standardów terminologicznych jest aktualnym wyzwaniem dla naukowców badających różnorodne aspekty zjawisk turystycznych lokowane w przestrzeni geograficznej.

Wprowadzenie

Region jest pojęciem wieloznacznym, ponieważ termin ten używany jest przez wiele dyscyplin naukowych, z których każda zajmuje odmienne stanowisko interpretacyjne, co prowadzi do chaosu terminologicznego. Dla uzyskania ogólnie akceptowanej definicji trzeba ustalić takie cechy, które są wspólne dla systemów pojęciowych każdej z nich (Mazurski, 2014). Najważniejszą cechą

jest kategoria przestrzeni, ale tej realnej, pragmatycznej, a nie mitycznej czy abstrakcyjnej (Wallis, 1990). Zawiera ona bowiem obiekty i zjawiska odnotowane w rzeczywistej przestrzeni geograficznej, w tym obiekty i zjawiska turystyczne, co pozwala na operowanie pojęciem *region turystyczny*. W dyskursie nad regionami przyjmuje się, że region to wyodrębniona część przestrzeni o określonych cechach, ale różnorodne i dyskusyjne są parametry służące delimitacji regionów.

Pogłębioną prezentację różnorodnych aspektów teoretycznych i praktycznych regionu i regionalizacji znajdziemy w pracy Brzezińskiej-Wójcik i Świecy (2016, s. 9–37). Autorzy analizują ewolucję pojęcia *region* od czasów greckich i rzymskich po współczesne, wydzielając dwa odmienne ontologicznie typy regionów – region fizycznogeograficzny, zwany też naturalnym albo fizycznym, oraz region społeczno-ekonomiczny. Ten drugi, jak piszą autorzy przywołanej pracy, odnosi się do świata człowieka (region demograficzno-społeczny), świata rzeczy (region ekonomiczny) bądź do stanu świadomości (regiony wyobrażone).

Cel, jaki podjęty został w niniejszym artykule, sprowadzony został do prezentacji różnych podejść w kwestii definiowania pojęcia *region turystyczny* (jest on zaliczany najczęściej do regionów społeczno-ekonomicznych), a także pokazania różnorodności i wieloznaczności używanej terminologii. Artykuł oparty jest na analizie poglądów zawartych w krajowej i zagranicznej literaturze. Studia nad literaturą posłużyły do identyfikacji kontrowersji w definiowaniu i pojmowaniu regionu turystycznego. Opisano szerzej jedną z nich – stosowanie nazwy *destynacja turystyczna* zamiast *region turystyczny*.

Region turystyczny w literaturze – przegląd definicji

Wydzielane i opisywane regiony turystyczne mieszczą się we wszystkich wymienionych wcześniej koncepcjach. W literaturze fachowej napotykaemy również poglądy negujące zasadność wydzielenia regionów turystycznych (Bartkowski, 1982; Durydiwka-Kowalczyk, 2003). Większość jednak specjalistów zajmujących się geografiami turystyki (np. Mileska, 1963; Deja, 1982; Kostrowicka, 1982; Warszńska, Jackowski, 1979; Kowalczyk, 2000; Liszewski, 2003, 2009) uważa region turystyczny za kategorię istniejącą obiektywnie i dającą się wydzielić zarówno na podstawie analizy rozmieszczenia ruchu turystycznego, jak i zjawisk z nim związanych (np. walorów turystycznych, zagospodarowania turystycznego, podaży usług turystycznych).

W ubiegłym wieku w powszechnym użyciu była definicja regionu turystycznego zaproponowana przez Warszńską i Jackowskiego (1978, s. 72). Uważali oni za region turystyczny „obszar pełniący funkcję turystyczną na zasadzie pewnej jednorodności cech środowiska geograficznego oraz wewnętrznych powiązań usługowych, obejmujący na ogół obszary o wysokich walorach turystycznych i dobrze rozwiniętej infrastrukturze turystycznej i dostępności komunikacyjnej”.

Podobną definicję stworzyli Kornak i Rapacz (2001, s. 44–45). Według nich region turystyczny to obszar różniący się od innych określonymi, wspólnymi cechami charakterystycznymi oraz spełniający następujące podstawowe warunki:

- a) posiada określone walory turystyczne, których ilość, struktura i jakość decydują o jego atrakcyjności dla turystów, co znajduje swój wyraz w wielkości i natężeniu ruchu turystycznego;

- b) posiada sieć dróg kolejowych, drogowych lub wodnych oraz system połączeń transportowych umożliwiających dotarcie do niego;
- c) dysponuje określonym zagospodarowaniem turystycznym, czyli urządzeniami i obiektami zachęcającymi do pobytu na tym obszarze i wykorzystania jego walorów.

Duże znaczenie dla redefiniowania pojęcia *region turystyczny* miała dyskusja terminologiczna zamieszczona na łamach „Turyzmu” (2003, t. 13, z. 1). W swoim krytycznym artykule Bachvarov (2003) widział wartość praktyczną regionów turystycznych jedynie w zarządzaniu i planowaniu strategicznym oraz w procesie dydaktycznym. Nową formę regionu turystycznego, tworzonego z punktu widzenia marketingowego, zaproponowali Stasiak i Włodarczyk (2003), odnosząc jego kreację do roli produktu turystycznego miejsca. Zakładają oni, że w określonym obszarze może wyraźnie dominować jeden szczególnie produkt, co jest podstawą do wydzielenia regionu homogenicznego, natomiast w drugim przypadku przyjmują występowanie kilku jednakowo ważnych produktów tworzących region heterogeniczny. Region turystyczny pojawia się w pracach ekonomistów (Gołębski, 1999; Kornak, Rapacz, 2001; Zmysłony, 2003). Jest on dla ekonomisty narzędziem działania służącym tworzeniu systemu organizacji przestrzennej, który obejmuje: skład, otoczenie i strukturę. Funkcjonowanie regionu turystycznego zdaniem Zmysłonego nie wynika tylko z rozmieszczenia podmiotów czy urządzeń świadczących usługi dla turystów, ale oparte jest na współzależności ekonomicznej przedsiębiorstw i organizacji działających na rzecz turystyki. Dodaje, że region turystyczny to twór przestrzenno-fazowy (zmieniający się w czasie). Zastosowanie dwóch podejść badawczych – koncepcji klastrów oraz ogólnej teorii systemów – pozwala spojrzeć na region turystyczny jako na kompleks podmiotów i obiektów pozostających w ciągłej interakcji i współzależności. W klastrach kładzie się nacisk na analizę wewnętrzną funkcjonowania regionu poprzez podkreślanie współzależności i specjalizację poszczególnych jednostek wchodzących w jego skład, w teorii systemów uwaga zwrócona jest na analizę zewnętrzną poprzez badanie wpływu otoczenia na region (Zmysłony, 2009).

Liszewski (2003) proponuje, aby „regionem turystycznym nazwać taką część ogólnej przestrzeni geograficznej, na której koncentruje się ruch turystyczny (*sensu largo*)”. Jest zwolennikiem funkcjonalnego, a nie krajobrazowego podziału przestrzeni geograficznej. Opierając się na koncepcji przestrzeni turystycznej, zmierza tym samym do wykreowania uniwersalnego pojęcia regionu związanego z działalnością turystyczną jako zjawiskiem przestrzennym, ekonomicznym i społecznym. Syntetycznym miernikiem funkcji turystycznej jest kompleksowa analiza migracji turystycznych (ruchu turystycznego) obejmująca wielkość ruchu, jego sezonowość, strukturę demograficzną i społeczną, cele i zasięg geograficzny.

„Folia Turistica” poświęca odrębny numer problematyce regionów turystycznych (2009, nr 21), albowiem w naukach o turystyce region jest ważną płaszczyzną badań. Na łamach tego czasopiśma problematyka regionu rozpatrywana jest z punktu widzenia przedstawicieli różnych nauk, sformułowane zostały odmienne, często diametralnie różne sądy, stosowane różne metody badań. Konfrontacja zamieszczonych w „Folia Turistica” poglądów w kwestii definiowania regionów, ich delimitacji i funkcjonowania inspirowane do rozwoju interdyscyplinarnych badań regionalnych. Na uwagę zasługują rozważania Mazurskiego (2009, s. 11) na temat samego pojęcia *region turystyczny*

ny i jego propozycje kryteriów delimitacji (krajoznawcze, czysto turystyczne, mieszane krajoznawczo-turystyczne i atrakcyjności turystycznej obszaru).

Punktem wyjścia koncepcji podziału Polski na regiony turystyczne Liszewskiego (2009, s. 26) była analiza przestrzeni turystycznej. Poglądy ekonomistów na regiony turystyczne prezentuje artykuł przygotowany przez Nawrota i Zmyślonego (2009), dotyczący międzynarodowej konkurencyjności regionów. Wskazano też na rolę regionu turystycznego w procesie edukacji (Kruczek, 2009, s. 68), zwracając uwagę na to, że region nie tylko tworzy ramy przestrzenne do opisu walorów czy atrakcji turystycznych, ale jest przedmiotem analizy wielu zjawisk turystycznych. Inny punkt widzenia na region turystyczny prezentuje Mikos von Rohrscheidt (2009, s. 72 i n.), oceniając region głównie jako cel współczesnej turystyki kulturowej. Różne aspekty użyteczności pojęcia *region turystyczny* analizuje Kozak (2009, s. 185 i n.), opowiadając się za definicją regionu turystycznego identyfikowanego z jednostkami administracyjnymi.

Kontrowersje w definiowaniu i nazywaniu

Wiedząc już zatem, jak wielką dyskusję odnośnie do znaczenia, definiowania, nazywania, postrzegania, a nawet rzeczywistego bądź abstrakcyjnego istnienia może wywołać w pewnych kręgach użycie terminu *region turystyczny*, dodajmy, że nie są to jedyne kontrowersyjne określenia stosowane w stosunku do turystycznych jednostek przestrzennych.

W tabeli 1 zebrano używane w literaturze fachowej inne określenia związane z regionem turystycznym. Warto zwrócić większą uwagę na trzy z nich, najczęściej stosowane: *obszar turystyczny*, *obszar recepcji turystycznej* oraz zdobywającą coraz większą popularność *destynację*.

Pierwsze z nich – *obszar turystyczny* – określa niesprecyzowaną płaszczyznę przestrzenną mającą określoną funkcję, co wyklucza istnienie w jego ramach jakiegokolwiek systemu powiązań i zależności ekonomicznych. Ze względu na ogólnikowość i umowność znaczenia trudne jest jednoznacznie usytuować go w hierarchii jednostek przestrzennych, co podkreślili Warszzyńska i Jackowski (1978, s. 72), stwierdzając, że „wyższą hierarchicznie jednostką przestrzenną od miejscowości turystycznej jest region turystyczny” (nie wspominając nic w tym zdaniu o obszarze turystycznym). W niektórych opracowaniach można jednak spotkać zmienioną interpretację tych słów umieszczającą obszar turystyczny w hierarchii przestrzennej jako jednostkę niższą od regionu turystycznego (Gołembski, 1999; Kruczek, Sacha, 1999, s. 6; Niezgoda, 2006, s. 51). W literaturze anglojęzycznej jego odpowiednikiem jest termin *tourist (tourism) area* wykorzystywany w pracach o charakterze opisowym lub aplikacyjnych (Butler, 1980; Haywood, 2006). Jego znaczenie jest bardziej uniwersalne w porównaniu z *tourist destination*, a zakres terytorialny bardziej szeroki. Może odnosić się do krajów, miast, obszarów niezurbanizowanych, obszarów bogatych w walory i atrakcje kulturowe lub przyrodnicze, parków rozrywki, kurortów czy nawet targów i miejsc spotkań biznesowych (Haywood, 2006, s. 52).

Tabela 1. Pojęcia określające turystyczne jednostki przestrzenne

Typ	Charakterystyka
Miejscowość turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> – podstawowa jednostka osadnicza (miasto, osiedle, wieś), która ze względu na walory turystyczne, infrastrukturę turystyczną i dostępność komunikacyjną stanowi punkt migracji turystycznych (Warszyńska, Jackowski, 1978) – najniższy szczebel w hierarchii turystycznych jednostek przestrzennych (Plan kierunkowy..., 1971),
Rejon turystyczny	<ul style="list-style-type: none"> – część regionu, w której występuje zgrupowanie walorów turystycznych i miejscowości połączonych trasami lub szlakami (Bar, Doliński, 1976) – może go tworzyć zespół miejscowości turystycznych powiązanych ze sobą, ze wspólnym węzłem rozrządowym ruchu turystycznego i bazą zaopatrzeniową (Plan kierunkowy..., 1971) – jednostka przestrzenna niższego rzędu niż region turystyczny (inaczej: podregion) – termin rzadko stosowany
Obszar turystyczny <i>Tourist (tourism) area</i>	<ul style="list-style-type: none"> – część przestrzeni pełniąca funkcję turystyczną, która nie zawiera ściśle określonego kryterium delimitacji (Warszyńska, Jackowski, 1978) – jednostka przestrzenna o jednorodnym typie kompleksu walorów i jednakowej randze walorów mająca dobre potencjalne warunki rozwoju turystyki (Plan kierunkowy..., 1971) – ze względu na ogólnikowość i umowność znaczenia nie może stanowić określonego rzędu w ogólnej hierarchii przestrzeni geograficznej – pojęcie to należy stosować dla określenia terenów niespełniających wymagań dotyczących regionu turystycznego, przede wszystkim z powodu braku kryterium ich delimitacji, aczkolwiek wyodrębnionych dla potrzeb określonego badania
Obszar recepcji turystycznej <i>Tourism (tourist) destination</i>	<ul style="list-style-type: none"> – miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny (Dziedzic, 1998) – fragment przestrzeni, który turysta wybiera jako miejsce docelowe podróży i które zawiera wszystkie niezbędne w czasie pobytu urządzenia i usługi, co umożliwia turyście pozostanie na tym obszarze (Nieżgoda, 2006) – jego zasięg – zależnie od przedmiotu analizy w konkretnej sytuacji – może dotyczyć kraju, poprzez regiony, gminy, do miejscowości lub jej dzielnicy, a nawet obiektu turystycznego (Dziedzic, 1998; Niezgoda, 2006; Żemła, 2010; Nawrocka, 2013) – jego granice mogą być określone z punktu widzenia podziału administracyjnego kraju, samorządów lokalnych, a także przez granice geograficzne czy nawet postrzeżenie subiektywne turysty
Przestrzeń (podprzestrzeń) turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> – przestrzeń rzeczywista, na której następuje realizacja zjawiska turystyki (rozumiana jako fragment ogólnej przestrzeni turystycznej świata) (Liszewski, 2006) – termin może być używany w kategoriach konkretnego miejsca/obszaru (w określonych ramach terytorialnych i czasowych) w analizie i charakterystyce obserwowanych tam aktywności i działań na rzecz turystyki (Włodarczyk, 2006) – biorąc jako kryterium charakter działalności turystycznej oraz stopień kształtowania przez nią przestrzeni geograficznej, rozróżnia się pięć typów przestrzeni turystycznej, które prezentują etapy stopniowego zawłaszczania przestrzeni geograficznej przez działalność turystyczną oraz jej uciążliwość dla środowiska naturalnego: przestrzeń eksploracji turystycznej, penetracji turystycznej, asymilacji turystycznej, kolonizacji turystycznej oraz przestrzeń urbanizacji turystycznej (Liszewski, 2003, 2006)
Teren turystyczny	<ul style="list-style-type: none"> – pojęcie ogólne odnoszące się do wycinka przestrzeni geograficznej nieokreślonej bliżej granicami (Iwicki, 1999)
Destynacja turystyczna	<ul style="list-style-type: none"> – neologizm, próba dosłownego tłumaczenia terminu <i>tourism (tourist) destination</i> przez praktyków – branżę turystyczną – pojęcie opisowe oznaczające miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny (Majewski, 2007; Mikos von Rohrscheidt, 2008; Kruczek, Zmyślony, 2014)

Źródło: Kruczek, Zmyślony (2014).

Drugi z terminów – *obszar recepcji turystycznej* – jest określeniem bardziej szczegółowym od poprzedniego (Dziedzic, 1998, s. 9–10; Niezgoda, 2006, s. 51–57; Żemła, 2010; Nawrocka, 2013) i odpowiada stosowanemu w literaturze anglojęzycznej terminowi *tourist (tourism) destination*, który dosłownie określa miejsce migracji i penetracji turystycznej. Jak stwierdza Niezgoda (2006,

s. 52), zasięg obszaru recepcji turystycznej jest definiowany poprzez cel i motyw podróży, a więc zgodnie z czynnikami popytowymi. Jego zasięg może zatem dotyczyć różnych poziomów geograficznych. Buhalis (2000) uważa natomiast *tourist destination* za zdefiniowany region geograficzny, który jest przez odwiedzających rozpoznawany jako indywidualna jednostka posiadająca polityczną i legislacyjną ramę dla marketingu turystycznego i planowania; oferuje on mieszankę produktów i usług turystycznych podciągniętych pod markę, którą jest nazwa danego regionu.

Pojęcie to stosowane jest w większości przypadków do analizy zjawisk turystycznych w wymiarze lokalnym lub regionalnym w odniesieniu do miejscowości, mikroregionów lub regionów (m.in. Fyall, Garrod, 2005; Middleton, Clarke, 2001; Palmer, Bejou, 1995; Ritchie, 2000; Vanhove, 2005; Machiavelli, 2001; Petrić, Mrnjavac, 2003; Tzu-Kuan Hsu, Yi-Fan Tsai, Herg-Huey Wu, 2009) bez specjalnej potrzeby definiowania. Zwykle bowiem jest używane w dwóch uzupełniających się wymiarach: geograficznym (przestrzennym) oraz percepcyjnym, spójnym ze sposobem postrzegania go przez turystów (Jeffries, 2001, s. 134–136; Jackson, Murphy, 2002). Jak zatem słusznie zauważa Kozak (2009, s. 195), podejmowany w polskiej literaturze problem definicji regionu turystycznego właściwie zniknął z literatury światowej, a wyjaśnienie tego fenomenu może się wiązać z tym, że w dojrzałych gospodarkach rynkowych większy nacisk kładzie się na rzeczywiste zachowania przestrzenne turystów oraz produkty turystyczne jako przedmioty konsumpcji niż w jakikolwiek sposób definiowane regiony. W gruncie rzeczy bowiem obszar recepcji turystycznej to tylko taki obszar, w którym turyści rzeczywiście realizują swoje cele.

Zgodnie z określeniem Komisji Europejskiej (2000) termin *tourism destination* określa dwie komplementarne płaszczyzny: płaszczyznę wewnętrzną (strukturę), czyli określony w przestrzeni spójny system współdziałających ze sobą podmiotów podejmujący suwerenne decyzje, oraz płaszczyznę zewnętrzną opartą na wizerunku i sposobie postrzegania przez podmioty spoza tego obszaru, przede wszystkim turystów. Zaletą tego określenia jest uwzględnienie zarówno czynników podażowych, jak i spojrzenie od strony popytu turystycznego. Może się bowiem zdarzyć, że dany obszar może nie być postrzegany w świadomości turystów jako odrębny region turystyczny pomimo istnienia wyraźnych cech (przyrodniczych, gospodarczych, historycznych lub funkcjonalnych), które go wyróżniają.

Pojawiający się w literaturze popularnej, przekazach promocyjnych i ofertach turystycznych termin – *destynacja turystyczna* – jest neologizmem, próbą dosłownego tłumaczenia z języka angielskiego określenia *tourist destination*. W środowisku praktyków branży turystycznej jest już swobodnie używany, przez naukowców wciąż jeszcze bywa rzadko stosowany, tym niemniej z roku na rok przybywa opracowań naukowych, w których takie sformułowanie występuje (np. Majewski, 2007; Mikos von Rohrscheidt, 2009; Kruczek, Zmyślony, 2014). Jak wiele innych anglojęzycznych terminów, jest on po prostu bardziej uniwersalny i prostszy w użyciu, a jego znaczenie wynika zwykle z kontekstu, w jakim jest użyty. Można zatem przypuszczać, że w niedalekiej przyszłości będzie on stopniowo wypierał termin *region turystyczny*.

Podsumowanie

Ten pobieżny przegląd literatury wskazuje na brak wspólnej definicji regionu turystycznego (Sobotka, 2014). W omawianych definicjach pojawiają się cechy, które pozwalają na wyróżnienie takich regionów. Najczęściej wymieniana jest jednorodność obszaru pod względem fizycznogeograficznym, wielkość ruchu turystycznego, zagospodarowanie turystyczne i powiązania komunikacyjne.

Obecnie coraz częściej definiuje się region jako duże terytorium z pewną charakterystyczną kombinacją cech przyrodniczych i społeczno-ekonomicznych (Knox, 1998). Również w odniesieniu do turystyki mimo dużej żywotności tradycyjnego podejścia fizjograficznego w kontekście rozwoju turystyki kulturowej i innych kreowanych współcześnie jej form obserwujemy zwrot w stronę stosowania regionów społeczno-ekonomicznych (Kozak, 2009, s. 197). Uznaje się też region turystyczny za swoistą dezagregację regionów fizycznogeograficznych i społeczno-ekonomicznych (Brzezińska-Wójcik, Świeca, 2016, s. 34).

Stosowany od niedawna termin *destynacja turystyczna* przyjął się wśród praktyków branży turystycznej, operują nim touroperatorzy, hotelarze i przewoźnicy oraz administracja turystyczna. Natomiast w polskiej literaturze fachowej tłumaczony jest on jako obszar recepcji turystycznej (ORT). Co prawda termin *region turystyczny* prawie zniknął z literatury światowej (Kozak, 2009), trudno jednak wyrokować o jego wymarciu. Obszar recepcji turystycznej jest terminem opisowym, relatywnym, ma w związku z tym ograniczony charakter poznawczy oraz aplikacyjny, nie można go bowiem w pełni stosować jako narzędzia działania w przestrzeni ze względu na brak jasnego określenia jego granic i rzędu wielkości. W polskich realiach studia nad turystyką oparte są na tradycyjnym pojmowaniu regionu i regionalizacji jako narzędzia bardziej precyzyjnego niż obszar recepcji turystycznej. Nawiązując do cytowanych powyżej poglądów Knoxa, Kozaka, Brzezińskiej-Wójcik i Świecy, można region turystyczny uznać za efekt dezagregacji regionów fizycznogeograficznych i społeczno-ekonomicznych.

Analizowana w artykule różnorodność terminologiczna zmusza badaczy zjawisk turystycznych do szerokiej interpretacji nazewnictwa, utrudnia komunikację i wymianę myśli naukowych, jest także przyczyną wielu kontrowersji w rozumieniu i wyodrębnianiu regionów turystycznych. Wypracowanie ujednoczonych standardów terminologicznych jest nadal aktualnym wyzwaniem dla naukowców badających różnorodne aspekty zjawisk turystycznych lokowane w przestrzeni geograficznej.

Literatura

- Bachvarov, M. (2003). Region turystyczny – nowa treść w starej formie. *Turyzm*, 13 (1), 5–19.
- Bar, R., Doliński, A. (1976). *Geografia turystyczna*. Warszawa: WSiP.
- Bartkowski, T. (1982). Podstawowe elementy teorii regionalizacji turystycznej. W: *Regionalizacja turystyczna Polski*. Poznań: Wyd. AWF.
- Brzezińska-Wójcik, T., Świeca, A. (2016). *Region – aspekty teoretyczne i wymiar praktyczny*. W: T. Brzezińska-Wójcik, E. Skowronek, A. Świeca (red.), *Od regionu geograficznego do regionu turystycznego* (s. 9–38). Lublin: Wyd. UMCS.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of the Future*. *Tourism Management*, 21 (1), 97–116.

- Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution. *The Canadian Geographer*, 24 (1), 5–12.
- Deja, W. (1982). Problemy regionalizacji turystycznej. W: *Regionalizacja turystyczna Polski*. Poznań: Wyd. AWF.
- Durydiwka, M., Kowalczyk, A. (2003). Region turystyczny a procesy globalizacji. *Turyzm*, 13 (1), 21–42.
- Dziedzic, E. (1998). Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego. *Monografie i Opracowania Szkoły Głównej Handlowej*, 442.
- Fyall, A., Garrod, B. (2005). *Tourism Marketing: A Collaborative Approach*. Clevedon: Channel View Publications.
- Golebski, G. (red.) (1999). *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*. Warszawa, Poznań: PWN.
- Haywood, K.M. (2006). Evolution of Tourism Areas and the Tourism Industry. W: R.W. Butler (red.), *The Tourism Area Life Cycle*. vol. 1: *Applications and Modifications* (s. 51–70). Clevedon Channel View Publications.
- Iwicki, S. (1998). Turystyka w zrównoważonym rozwoju obszarów pojeziernych. *Rozprawy Akademii Techniczno-Rolniczej im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich*, 87.
- Jackson, J., Murphy, P. (2002). Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 4 (1), 36–52.
- Jeffries, D. (2001). *Governments and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Kaczmarek, J., Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2008). Przestrzeń gościnna – kilka uwag o konkurencyjności regionów. W: G. Golebski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji* (s. 136–150). Poznań: Wyd. AE w Poznaniu.
- KE (2000). *Towards Quality Coastal/Rural/Urban Tourism*. Brussels: Enterprise Directorate-General – Tourism Unit.
- Knox, P.L. (1998). *Places And Regions In Global Context*. Upper Sadle River: Prentice-Hall.
- Kornak, A.S., Rapacz, A. (2001). *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*. Wrocław: Wyd. AE we Wrocławiu.
- Kostrowicki, A. (1982). Terytorialne systemy rekreacyjne a regiony turystyczne. W: *Regionalizacja turystyczna Polski*. Poznań: Wyd. AWF.
- Kowalczyk, T. (2000). *Geografia turystyki*. Warszawa: PWN.
- Kozak, M.W. (2009). Regiony turystyczne: aspekty użyteczności pojęcia. *Folia Turistica*, 21, 185–203.
- Kruczek, Z. (2009). Region turystyczny jako podmiot edukacji. *Folia Turistica*, 21, 51–70.
- Kruczek, Z., Zmyślony, P. (2014). *Regiony turystyczne. Podstawy teoretyczne. Studia przypadku*. Kraków: Proksenia.
- Liszewski, S. (2003). Region turystyczny. *Turyzm*, 13 (1), 43–54.
- Liszewski, S. (2005). Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy. Przykład miasta Łodzi. *Turyzm*, 15 (1–2), 121–138.
- Liszewski, S. (2008). *Ewolucja poglądów na temat regionu turystycznego. Od regionu krajoznawczego po funkcjonalny*. W: G. Golebski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji* (s. 127–135). Poznań: Wyd. AE w Poznaniu.
- Machiavelli, A. (2001). Tourist Destinations as Integrated Systems. *Tourist Review*, 56 (3–4), 6–11.
- Majewska, J. (2006). Samorządowy interwencjonizm lokalny w inicjowaniu procesów rozwojowych w turystyce. W: S. Wodejko (red.), *Gospodarka turystyczna a grupy interesu* (s. 115–128). Warszawa: Oficyna SGH.
- Mazurski, K.R. (2009). Region turystyczny jako pojęcie. *Folia Turistica*, 21, 7–16.
- Mazurski, K.R. (2014). *Cywilizacyjna pozycja turystyki*. Wrocław: Wyd. WSZ – Edukacja.
- Middleton, V.T.C., Clarke J. (2001). *Marketing in Travel in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2008). *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*. Gniezno: GWSH Milenium,.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2009). Region jako cel współczesnej turystyki kulturowej. *Folia Turistica*, 21, 71–94.
- Mileska, M.I. (1963). Regiony turystyczne Polski. Stan aktualny i potencjalne możliwości rozwoju. *Praca Geograficzna PAN*, 43.
- Nawrocka, E., (2013). *Wizerunek obszaru recepcji turystycznej. Podstawy konceptualizacji i czynniki jego kreowania*. Wrocław: Wyd. UE we Wrocławiu.
- Niezgoda, A. (2006). *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Poznań: Wyd. AE w Poznaniu.
- Palmer, A., Bejou, D. (1995). Tourism Destination Marketing Alliances. *Annals of Tourism Research*, 22 (3), 616–629.

- Petrić, L., Mrnjavac, Ž. (2003). Tourism Destinations as a Locally Embedded System: Analogy between Tourism Destination and Industrial District. *Tourism*, 51 (4), 403–416.
- Plan kierunkowy zagospodarowania turystycznego Polski do roku 1990* (1971). Warszawa: GKKFiT, Instytut Turystyki.
- Ritchie, J.R.B. (2000). Crafting a Destination Vision: Putting the Concept of Resident-Responsive Tourism Into Practice. W: C. Ryan, S. Page (red.), *Tourism Management: Towards the New Millennium* (s. 183–196). Oxford: Elsevier Science.
- Sobotka, S. (2014). Próba wyznaczenia obszarów o najwyższym stopniu wykorzystania turystycznego jako przesłanki do regionalizacji turystycznej Polski. *Turyzm*, 24 (2), 35–43.
- Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2003). Produkt turystyczny miejsca. *Turyzm*, 13 (1), 55–80.
- Tzu-Kuan Hsu, Yi-Fan Tsai, Herg-Huey Wu (2009). The Preference Analysis for Tourism Choice of Destination. *Tourism Managment*, 30, 288–297.
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Wallis, A. (1990). *Socjologia przestrzeni*. Warszawa: Niezależna Oficyna Wydawnicza.
- Warszyńska, J., Jackowski, A. (1978). *Podstawy geografii turystyki*. Warszawa: PWN.
- Zmyślony, P. (2003). Region turystyczny w ujęciu ekonomicznym. *Turyzm*, 13 (1), 105–115.
- Żemła, M. (2010). *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej*. Katowice: Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa.

REGIONS OR TOURIST DESTINATIONS. CONTROVERSY SURROUNDING DEFINITIONS AND NAMING

KEYWORDS

tourist region, tourist destination

ABSTRACT

A region is a concept widely-used both in daily life as well as in politics, the economy, administration, management and academic research. It appears in the language of everyday speech, the media, politics, the economy and above all in academia. The aim of this article is to describe the evolution of the concept of a tourist region, and to explain the controversy surrounding its definition and naming. Most specialists dealing with the geography of tourism regard a tourist region as an clearly defined category that can be delineated both on the basis of analysis of tourist traffic, and on related phenomena (e.g. tourist attractions, tourist infrastructure, supply of tourist services). Apart from the term tourist region, the literature uses names such as tourist area, tourist reception area and tourist destination. The term 'tourist destination', which literally describes a place of tourist migration and penetration, is difficult to translate into Polish. The concept is used in most cases for the analysis of tourist phenomena on a local or regional scale, in reference to places, micro-regions or regions, and with no particular need for further definition.

Translated by Nick Ratenbury

JEL CODES

L83, M51, R10, Z31, Z32