

# Józef Sala

---

## Stabilizacja gospodarczo-polityczna a turystyka

---

International Journal of Management and Economics 35, 9-20

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Józef Sala**

*Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*

## **Stabilizacja gospodarczo-polityczna a turystyka**

### **Wprowadzenie**

Gospodarka turystyczna jest obecnie coraz ważniejszym sektorem gospodarki światowej. Ma duży wpływ na rozwój miast i regionów [Klimek, 2010, s. 29]. Stymulująca rola gospodarki turystycznej w rozwoju obszarów recepcji turystycznej zależy w głównej mierze od wielkości ruchu turystycznego, który obsługuje konkretny region. Skala światowego i krajowego ruchu turystycznego jest przede wszystkim pochodną poziomu rozwoju ekonomicznego i stabilności politycznej [Tisdell, 2001, s. 23]. Słusznie więc uważa się, że uczestnictwo obywateli konkretnych państw w turystyce jest silnie skorelowane z sytuacją ekonomiczną i polityczną państw emisji ruchu turystycznego [Goeldner, 2006, s. 377]. Silne związki między poziomem rozwoju ekonomicznego a skalą ruchu turystycznego sprawiają, że wszelkie wahania koniunktury gospodarczej mają istotny wpływ na rynek turystyczny.

Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja wpływu stabilności gospodarczej i koniunktury oraz sytuacji politycznej na rynek turystyczny.

### **Sytuacja ekonomiczna a turystyka**

Uczestnictwo w turystyce jest kategorią potrzeb wyższego rzędu. Konsument uczestniczy w podróżach dopiero wówczas, gdy ma on do dyspozycji odpowiednią wielkość funduszu swobodnej decyzji, czyli dochodu, który pozostaje po zaspokojeniu potrzeb podstawowych. Sytuacja gospodarcza ma więc istotny wpływ na zachowania konsumentów na rynku turystycznym [Rudnicki, 2010, s. 15].

Wzrost gospodarczy, podnoszenie dobrobytu społeczeństw i związane z tym powiększanie się funduszu swobodnej decyzji gospodarstw domowych implikuje pojawienie się „efektu dźwigni”. Według J. Mundta jego oddziaływanie polega na tym, że wraz ze wzrostem realnych dochodów ludności przed gospodarstwami domowymi otwiera się szersza przestrzeń „gry finansowej”, powstają nowe horyzonty konsumpcji, także w zakresie podróżowania [Mundt, 2001, s. 43]. Im wyższy poziom zamożności, tym wię-

cej konsumentów może partycypować w podróżach. Gospodarstwa domowe, które nie uczestniczyły dotąd w wyjazdach turystycznych, dzięki pojawieniu się funduszu swobodnej decyzji mogą brać w nich udział. Z kolei dla konsumentów o wyższych dochodach powstają warunki do uczestnictwa w bardziej zróżnicowanych formach turystyki [Kotler, Bowen, Makens, 2006, s. 229]. Dzięki rosnącemu popytowi zwiększa się pojemność rynku, co tworzy korzystne warunki rozwoju dla różnych sektorów gospodarki turystycznej: biur podróży, hoteli, firm gastronomicznych, przedsiębiorstw transportowych. Tworzone są bowiem warunki dla rentownej działalności firm turystycznych.

Z kolei recesja wiąże się zwykle ze spadkiem realnych dochodów konsumentów, zwiększeniem bezrobocia, a to pociąga za sobą zmniejszenie się liczby konsumentów uczestniczących w wyjazdach turystycznych, ponieważ ich koszty nie mogą być pokryte z bieżących dochodów gospodarstw domowych.

Badania wskazują, iż elastyczność dochodowa popytu na podróże zagraniczne jest wysoka, wyższa niż na podróże krajowe [Gaworecki, 2003, s. 108]. W wyniku wzrostu realnego dochodu ludności i oddziaływania „efektu dźwigni” popyt na podróże zagraniczne rośnie więc szybciej niż na podróże krajowe. Na rynku turystycznym następują zmiany: wzrasta udział podróży zagranicznych kosztem krajowych.

Wzrost gospodarczy i związane z nim podnoszenie się poziomu zamożności ludności implikuje kolejne zmiany w zachowaniach konsumentów. Przede wszystkim obserwuje się nasilenie procesów indywidualizacji i dyferencjacji konsumpcji [Bywalec, 2007, s. 37].

Indywidualizacja konsumpcji kreowana jest przede wszystkim przez to, iż wraz ze wzrostem kulturalnego i ekonomicznego bogactwa społeczeństwa spada rola i siła oddziaływania środowiskowego i utartych norm na zachowania konsumentów na rynku. Wzrasta znaczenie indywidualnego wyboru i suwerenności konsumenta na rynku. Wzrost zamożności zmniejsza wpływy środowiska pracy, związków zawodowych, środowiska religijnego na zachowania konsumenta na rynku. Konsument zyskuje coraz większą suwerenność, spada znaczenie oddziaływania czynnika zewnętrznego. To, jak kto się zachowuje i co czyni, podlega bardziej pod indywidualne normy i preferencje, niż jest określone przez obce i środowiskowe normy. Wzrost roli samodzielnych, indywidualnych decyzji konsumentów znajduje odzwierciedlenie w ich zachowaniach na rynku turystycznym. Konsument dąży do uczestnictwa w podróżach akcentujących ich prestiż, pozwalających na osiągnięcie indywidualnego, subiektywnego przeżycia. Rośnie zainteresowanie znajomością świata, podróżami dalekimi, „szalowymi” [Mundt, 2001, s. 46].

Wzrost gospodarczy i związany z nim wzrost zamożności społeczeństwa implikuje także procesy dyferencjacji zachowań konsumentów na rynku turystycznym. Rozwój ekonomiczny związany jest zwykle z podnoszeniem się poziomu wykształcenia ludności, powstawaniem różnych możliwości w zakresie kariery zawodowej. Rozszerzanie się oferty turystycznej przy wzroście świadomości społeczeństwa sprawia, że zachowania konsumentów stają się bardziej zróżnicowane i elastyczne [Alejziak, 1999, s. 189].

Badając związki między rozwojem gospodarczym, dochodami ludności a rynkiem turystycznym zauważyć można kolejne prawidłowości. Systematyczne powiększanie się poziomu zamożności implikuje zmiany preferencji turystów. Występują tu podobne prawidłowości jak na rynku dóbr konsumpcyjnych.

Wraz ze wzrostem dochodów turyści zgłaszają zapotrzebowanie na lepsze jakościowo usługi, korzystają z lepszych i bardziej kosztownych form i organizacji wyjazdów. Wzrasta więc liczba podróży, których organizatorami są biura podróży kosztem wyjazdów organizowanych indywidualnie. W miarę wzrostu zamożności, wybierając formę zakwaterowania, turyści preferują hotel kosztem zakwaterowania u znajomych, na campingach, w pensjonatach. Rezygnują z organizowania wyżywienia we własnym zakresie, a korzystają z usług renomowanych restauracji, uczestniczą w coraz bardziej atrakcyjnych i kosztownych programach rozrywkowych. Im wyższy dochód turysty, tym częściej korzysta z transportu lotniczego, a zmniejsza się rola transportu kolejowego i podróży autobusami [Kotler, Bowen, Makens, 2006, s. 230].

Powyższe zależności mają istotne konsekwencje dla funkcjonowania międzynarodowego i wewnętrznego rynku turystycznego. Żadna gospodarka rynkowa nie rozwija się w równym tempie. Są okresy, kiedy tempo wzrostu dochodu narodowego jest wysokie, w innych latach jest ono niskie, a czasami dochód nawet spada. Zmiany w cyklu koniunkturalnym mają określone implikacje dla uczestnictwa konsumentów w turystyce. W okresie dobrej koniunktury turystyka, zwłaszcza międzynarodowa, rośnie szybciej jak dochód narodowy, następują jakościowe zmiany strukturalne na rynku turystycznym. W okresie recesji liczba podróży znacząco spada. W latach 2003–2009 występował systematyczny wzrost gospodarczy w świecie (tabela 1). Najwyższa dynamika rozwoju gospodarczego występowała w Chinach i Rosji.

**TABELA 1. Dynamika PKB w krajach, których obywatele są najbardziej aktywni turystycznie**

Kraje	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Świat	102,7	104,1	103,5	104,0	103,9	101,7	98,0
Niemcy	99,8	101,2	100,8	103,4	102,7	101,0	95,3
Wielka Brytania	102,8	103,0	102,2	102,8	102,7	99,9	95,1
Stany Zjednoczone	102,5	103,6	103,1	102,7	101,9	100,0	97,3
Chiny	110,0	110,1	110,4	111,6	113,0	109,6	109,1
Francja	101,1	102,5	101,9	102,2	102,4	100,2	97,4
Włochy	100,0	101,5	100,7	102,0	101,5	98,7	95,0
Japonia	101,4	102,7	101,9	102,0	102,4	98,8	94,8
Kanada	101,9	103,1	103,0	103,0	102,8	100,5	97,5
Rosja	107,3	107,2	106,4	107,7	108,1	105,6	92,9
Holandia	100,3	102,2	102,0	103,4	103,9	101,9	96,1
Belgia	100,8	100,8	103,2	101,7	102,9	101,0	97,2

Źródło: Rocznik Statystyczny.

Umiarkowany rozwój gospodarczy państw świata w latach 2000–2007 przyczynił się do wzrostu podróży międzynarodowych z 682 mln w roku 2000 do 919 mln w roku 2008. Był to okres, kiedy wzrosło na międzynarodowym rynku turystycznym znaczenie nowych obszarów recepcji turystycznej: Chin, Turcji, Malezji, Egiptu, Hongkongu, Tajlandii, Arabii Saudyjskiej, Chorwacji, Maroka, Syrii, Ukrainy, Indii, Bułgarii, Argentyny. Najbardziej wzrósł ruch turystyczny w Europie, w Azji i Pacyfiku (tabela 2). Największy przyrost dochodów z tytułu obsługi ruchu turystycznego odnotowały w tym okresie tradycyjne największe destynacje turystyczne oraz szybko rozwijające się nowe obszary recepcji turystycznej, jak: Chiny, Turcja, Hongkong, Malezja, Tajlandia (tabela 3).

Wzrostowi wyjazdów turystycznych w tym okresie towarzyszyło zwiększanie wydatków na podróże, szczególnie przez obywateli krajów wysoko rozwiniętych, wykazujących się dużą aktywnością turystyczną, jak: Niemcy, Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Chiny, Francja, Włochy, Kanada, Holandia, Rosja, Belgia (tabela 4).

Od roku 2008 w światowej gospodarce rozpoczął się kryzys ekonomiczny. Największy spadek PKB odnotowały Włochy, Japonia, Rosja, Niemcy, Wielka Brytania. Kryzys ekonomiczny dotknął wszystkie wysoko rozwinięte kraje. Odbiło się to na uczestnictwie i wydatkach turystycznych obywateli krajów, które wykazują największą aktywność turystyczną. Wydatki Niemców na podróże zmniejszyły się w roku 2009 o 10 mld dolarów, Brytyjczyków o 18 mld, Amerykanów o 6 mld, a Rosjan o 3 mld. Również wydatki na podróże obywateli innych wysoko rozwiniętych państw znacznie się zmniejszyły

**TABELA 2. Wielkość przyjazdów turystów zagranicznych do krajów będących największymi obszarami recepcji (w mln)**

Pozycja	Kraj	2000	2005	2006	2007	2008	2009
	Świat ogółem	682	802	846	901	919	880
1	Francja	77,2	75,0	77,9	80,9	79,2	74,2
2	Stany Zjednoczone	51,2	49,2	51,0	56,0	57,9	54,9
3	Hiszpania	46,4	55,9	58,0	58,7	57,2	52,2
4	Chiny	31,2	46,8	49,9	54,7	53,0	50,9
5	Włochy	41,2	36,5	41,1	43,7	42,7	43,2
6	Wielka Brytania	23,2	28,0	30,7	30,9	30,1	28,0
7	Turcja	9,6	20,3	18,9	22,2	25,0	25,5
8	Niemcy	19,0	21,5	23,6	24,4	24,9	24,2
9	Malezja	10,2	16,4	17,5	21,0	22,1	23,6
10	Meksyk	20,6	21,9	21,4	21,4	22,6	23,6
...							
20	Polska	17,4	15,2	15,7	15,0	13,0	11,9
...							
26	Szwajcaria	7,8	7,2	7,5	8,4	8,6	8,3

TABELA 3. Kraje o największych wpływach z turystyki zagranicznej (w mld USD)

Kraje	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Świat	478	678	743	857	939	850
Stany Zjednoczone	82,4	81,8	85,8	96,9	110,0	93,9
Hiszpania	30,0	48,8	51,1	57,6	61,6	53,2
Francja	33,0	44,0	46,3	54,3	56,6	49,4
Włochy	27,5	35,4	38,1	42,7	45,7	40,2
Chiny	16,2	29,3	33,9	37,2	40,8	39,7
Niemcy	18,7	29,2	32,8	36,0	40,0	34,7
Wielka Brytania	21,9	30,7	34,6	38,6	36,0	30,0
Australia	9,3	16,8	17,8	22,3	24,8	25,6
Turcja	7,6	18,2	16,9	18,5	22,0	21,3
Austria	9,8	16,1	16,6	18,7	21,6	19,4
Hongkong	5,9	10,3	11,6	13,8	15,3	16,5
Tajlandia	7,5	9,6	13,4	16,7	18,2	15,9
Malezja	5,0	8,8	10,4	14,0	15,3	15,8
Grecja	9,2	13,7	14,3	15,5	17,1	14,5
Szwajcaria	6,6	10,0	10,8	12,2	14,4	13,8
Polska	5,7	6,3	7,2	10,6	11,8	9,8

Źródło: www.intur.com.pl.

TABELA 4. Wydatki na wyjazdy zagraniczne według krajów pochodzenia (w mld USD)

Kraje	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Świat	478	678	743	857	939	850
Niemcy	53,0	74,4	73,9	83,1	91,0	81,2
Stany Zjednoczone	64,7	69,0	72,1	76,3	79,7	73,2
Wielka Brytania	38,4	59,6	63,1	71,4	68,5	50,1
Chiny	13,1	21,8	24,3	29,8	36,2	43,7
Francja	22,6	31,8	32,6	38,2	41,4	38,5
Włochy	15,7	22,4	23,1	27,3	30,8	27,9
Japonia	31,9	27,3	26,9	26,5	27,9	25,1
Kanada	12,4	18,0	20,5	24,7	27,2	24,2
Rosja	8,8	17,3	18,1	21,2	23,8	20,8
Holandia	12,2	16,2	17,0	19,1	21,7	20,7
Belgia	9,4	15,0	15,5	17,7	19,7	17,9

Źródło: Dane Instytutu Turystyki.

(por. tabela 4). Nie pozostało to bez wpływu na światowy rynek turystyczny. Największy spadek wpływów z tytułu obsługi zagranicznej turystyki przyjazdowej odnotowały: Francja, Hiszpania, USA, Niemcy, Włochy, Tajlandia, Grecja. Na światowym kryzysie

ekonomicznym ucierpiała również Polska. W latach 2008–2009 liczba przybywających do Polski turystów zmalała. Największy spadek dotyczył przyjazdów z Łotwy, Estonii, Rumunii, Litwy, Wielkiej Brytanii, Irlandii i Szwecji. Liczba turystów z Unii Europejskiej spadła o 6 % (w tym ze „starej Unii” o 4 %, a z nowych krajów członkowskich o 15 %). Spadły też wpływy z tytułu obsługi zagranicznego ruchu turystycznego.

Rodzi się zatem pytanie, czy istnieje możliwość przeciwdziałania kryzysowi w sektorze turystycznym? Środki walki z kryzysem leżą w sferze makroekonomicznych instrumentów kształtowania cyklu koniunkturalnego (inwestycje, podatki, stopy procentowe). Ważnym instrumentem przeciwdziałania i zapobiegania kryzysowi powinno być stałe podnoszenie konkurencyjności gospodarki turystycznej. Wysoka konkurencyjność gospodarki turystycznej na międzynarodowym rynku turystycznym czyni ją bardziej odporną na wahania cyklu koniunkturalnego. Potwierdza to przykład Szwajcarii, która według rankingów ma najbardziej konkurencyjną gospodarkę turystyczną na świecie (tabela 5). Pomimo że Szwajcaria jest dla turystów krajem bardzo drogim, to w latach 2000–2009 roczne wpływy z turystyki wzrosły przeszło 2 razy, a w okresie kryzysu ich spadek był nieduży. Szwajcaria należy do najważniejszych destynacji turystycznych na świecie. Stupięcdziesięcioletnia tradycja przyjmowania turystów zagranicznych, wysoka jakość świadczonych usług, prestiż Szwajcarii w środowisku międzynarodowym, jej neutralność polityczna – to kilka powodów, dla których kraj ten wyrósł na lidera w dzie-

**TABELA 5. Ranking krajów o najwyższym poziomie konkurencyjności gospodarki turystycznej w 2009 r.**

Miejsce w rankingu	Kraj	Indeks konkurencyjności
1	Szwajcaria	5,68
2	Austria	5,46
3	Niemcy	5,41
4	Francja	5,34
5	Kanada	5,32
6	Hiszpania	5,29
7	Szwecja	5,28
8	USA	5,28
9	Australia	5,24
10	Singapur	5,24
...	...	...
26	Czechy	4,86
27	Estonia	4,83
...	...	...
46	Słowacja	4,34
...	...	...
58	Polska	4,18

Źródło: The Travel & Tourism Competitiveness Reports, OECD, Geneva 2009, s. 15.

dzinie przyjazdowej turystyki zagranicznej (*incoming tourism*). Rozwój turystyki w Szwajcarii miał i nadal ma duży wpływ na przemiany społeczno-gospodarcze w tym kraju [Klimek, 2010, s. 12].

Poziom konkurencyjności polskiej gospodarki turystycznej na rynku międzynarodowym jest niski. W 2009 r. Polska uplasowała się dopiero na 58. miejscu w świecie na 139 krajów objętych rankingiem. OECD najwyżej ocenia nasze zasoby naturalne i kulturowe. Na niską konkurencyjność polskiej gospodarki turystycznej na światowym rynku ma wpływ przede wszystkim zły system regulacji funkcjonowania gospodarki turystycznej (tabela 6). W Polsce funkcjonują liczne, często jednak niespójne regulacje, urzędy są niewydajne. System prawny nie zapewnia firmom przejrzystości, neutralności w rozstrzygnięciu sporów biznesowych [Usługi..., 2011, s. 107].

**TABELA 6. Konkurencyjność gospodarki turystycznej Polski w świecie w przekroju subindeksów konkurencyjności**

Lp.	Zmienne konkurencyjności gospodarki turystycznej	Indeks	Miejsce w świecie
1	Ramy regulacyjne funkcjonowania gospodarki turystycznej	4,44	72
2	Rozwój infrastruktury	3,53	68
3	Zasoby naturalne i kulturowe	4,56	29

Źródło: The Travel & Tourism Competitiveness Reports, OECD, Geneva 2009, s. 16.

W Polsce panuje zły klimat dla inwestycji zagranicznych. Bank Światowy i OECD odnotowują spadek reputacji Polski jako kraju, który zapewnia wiarygodny system prawny. Niska konkurencyjność polskiej gospodarki turystycznej spowodowana jest także niedorozwojem infrastruktury turystycznej. Wysoce niezadowolający jest szczególnie poziom rozwoju bazy noclegowej. Pod względem liczby miejsc noclegowych w obiektach typu hotelowego Polska plasuje się na jednym z ostatnich miejsc w Europie. Poziom usług oferowanych przez podmioty gospodarki turystycznej oceniany jest także jako niezadowolający. Niska konkurencyjność polskiej gospodarki turystycznej spowodowana jest niedorozwojem infrastruktury transportowej.

## **Stabilność polityczna i bezpieczeństwo wewnętrzne a turystyka**

Rozwój krajowego i międzynarodowego ruchu turystycznego jest w dużym stopniu uzależniony od stabilności politycznej państw i regionów. Jednym z gwarantów stabilnego rozwoju turystyki jest bezpieczeństwo podróży. Turyści w trosce o własne zdrowie, bezpieczeństwo preferują wyjazdy do państw ustabilizowanych politycznie. Magazyn „Forbes” zbudował ranking najbardziej bezpiecznych krajów świata (tabela 7).



TABELA 7. Najbardziej bezpieczne kraje świata

Miejsce w rankingu	Kraj
1	Singapur
2	Islandia
3	Szwajcaria
4	Bhutan
5	Mauritius
6	Nowa Zelandia
7	Cypr
8	Irlandia
9	Dubaj
10	Wyspy Aruba

Źródło: [www.forbes.com](http://www.forbes.com).

Kraje te legitymują się dobrze rozwiniętym systemem bezpieczeństwa, niską przestępczością, dobrymi stosunkami z sąsiadami, dużą stabilnością polityczną i liberalną polityką ekonomiczną. Wysoka stabilność polityczna i wyróżniające się bezpieczeństwo wewnętrzne sprawiają, że odgrywają one ważną rolę na światowym rynku turystycznym.

Z kolei wszelkie konflikty zbrojne, napięcia polityczne, konflikty wewnętrzne, zamachy terrorystyczne skutkują zwykle natychmiastowym zmniejszeniem wielkości ruchu turystycznego, zwłaszcza przyjazdowego. „Forbes” utworzył listę najmniejbezpiecznych

TABELA 8. Najniebezpieczniejsze kraje świata

Miejsce w rankingu	Kraj
1	Somalia
2	Afganistan
3	Irak
4	Demokratyczna Republika Konga
5	Pakistan
6	Strefa Gazy
7	Sri Lanka
8	Jemen
9	Sudan
10	Zimbabwe
11	Wybrzeże Kości Słoniowej
12	Haiti
13	Algieria
14	Nigeria
15	Gruzja

Źródło: [www.forbes.com](http://www.forbes.com).

krajów świata. Przy jej tworzeniu zostały wzięte pod uwagę wskaźniki przestępczości, ochrony policyjnej i niepokoju społecznych. Zwrócono także uwagę na ryzyko porwań i terroryzmu oraz wskaźnik stabilności geopolitycznej. W tabeli 8 zaprezentowano listę najbardziej niebezpiecznych krajów świata.

Za najbardziej niebezpieczny kraj świata została uznana Somalia, kraj niekończącej się wojny domowej, która rozpoczęła się w 1991 r. Rząd tymczasowy kontroluje jedynie centralną część kraju, zaś na obszarze Somalii funkcjonuje jeszcze pięć „państw”. Na 10. miejscu uplasowało się Zimbabwe, które jest targane wewnętrznym konfliktem między dwoma stronnictwami politycznymi, nie posiada waluty, ma 95-procentowe bezrobocie. Za niebezpieczny dla turystów kraj „Forbes” uznał także Gruzję, która jest w stanie konfliktu zbrojnego z Rosją.

Chociaż większość wymienionych państw ma atrakcyjne walory przyrodnicze, kulturowe duża niestabilność polityczna sprawia, że ich rola na międzynarodowym rynku turystycznym jest niewielka. Są to kraje, które nie są członkami większych międzynarodowych organizacji gospodarczych, dlatego wydaje się, że perspektywy szerszego udziału tych krajów w recepcji ruchu turystycznego, a ich obywateli w turystyce międzynarodowej, są niewielkie.

Ostatnie lata przyniosły kolejne przykłady dużego wpływu sytuacji politycznej na rynek turystyczny. Destabilizacja polityczna w Egipcie, Tunezji i Libii natychmiast wpłynęła na znaczący spadek wyjazdów turystycznych do tych krajów.

Po przystąpieniu do Unii Europejskiej i do NATO, Polska znalazła się w grupie państw o dużej stabilności politycznej. Wchodząc do układu z Schengen, który znosi kontrolę osób przekraczających granice między państwami, a w zamian za to wzmacnia współpracę w zakresie bezpieczeństwa i polityki azylowej, Polska zapewniła sobie korzystne warunki dla rozwoju ruchu turystycznego.

## **Wpływ klęsk żywiołowych na ruch turystyczny**

Rozwój turystyki wiąże się z koniecznością penetracji nowych destynacji turystycznych, kreowania nowych produktów, przygotowywania podróży dostarczających uczestnikom niepowtarzalnych wrażeń. Popyt na takie podróże generowany jest szczególnie przez bogatszych turystów, uczestników podróży motywacyjnych. Zarówno na istniejących obszarach ruchu turystycznego, jak i na potencjalnych, perspektywicznych regionach ruchu turystycznego, możliwości rozwoju turystyki kształtują między innymi warunki klimatyczne. Czynnikiem ograniczającym skalę ruchu turystycznego są klęski żywiołowe. Rozumie się przez nie ekstremalne zjawiska naturalne, powodujące znaczne szkody na terenie objętym zjawiskiem i pozostawiające zmiany obrazu Ziemi. Do klęsk żywiołowych zalicza się: powódzie, susze, huragany, pożary, trzęsienia ziemi, tsunami, osuwiska ziemi, katastrofy kosmiczne.

Kłęski żywiołowe mogą spowodować całkowitą dewastację infrastruktury turystycznej, co sprawia, że obszary recepcji turystycznej nie nadają się do wypoczynku. Dodatkowo kłęski żywiołowe odstraszą potencjalnych turystów z innych regionów. Często musi upłynąć wiele czasu, aby wielkość ruchu turystycznego powróciła do stanu sprzed kłęski żywiołowej.

W ciągu ostatnich 30 lat zwiększyła się zarówno częstotliwość, jak i intensywność kłęsk żywiołowych. Całkowita liczba zarejestrowanych klimatycznych kłęsk żywiołowych zwiększyła się trzykrotnie: z 1280 w latach 1978–1987 do 3435 w latach 1998 i 2007.

Największą kłęską żywiołową ostatnich lat było trzęsienie ziemi na Ocenie Indyjskim w roku 2004. Największe zniszczenia tsunami spowodowało na wybrzeżu Indonezji, Sri Lanki, Indii, Tajlandii i Japonii. Śmieć poniosło co najmniej 294 tys. ludzi. Kataklizm negatywnie odbił się na zagranicznej turystyce przyjazdowej do wielu krajów tego regionu. W okresie odbudowy zniszczeń po tsunami wystąpiło wiele negatywnych zjawisk. Sektor formalny zaczął uzyskiwać przewagę nad sektorem nieformalnym. Małe i słabe lokalne firmy (np. rybackie) zaczęły być wypierane z atrakcyjnych lokalizacji przez duże korporacje pod pretekstem planowania przestrzennego [Cohen, 2005, s. 3].

Polska była również krajem, w którym w ostatnich latach wystąpiły kłęski żywiołowe. Największą w historii była powódź w 1997 r. w dorzeczu górnej Odry. Wyrządziła na tym obszarze ogromne szkody i wpłynęła znacząco na zmniejszenie się zagranicznego ruchu przyjazdowego do Polski.

Największe skutki kłęsk żywiołowych ponoszą kraje słabo rozwinięte. Muszą one przesuwac środki przeznaczone na bieżący rozwój na przedsięwzięcia mające na celu usuwanie skutków kłęsk. Sektor turystyczny może jednak stymulować rozwój społeczno-ekonomiczny tych krajów.

## Zakończenie

Uczestnictwo w turystyce jest kategorią potrzeb wyższego rzędu. Zaspokojenie tej potrzeby jest możliwe, gdy gospodarstwa domowe dysponują odpowiednim funduszem swobodnej decyzji. Z tych względów sytuacja ekonomiczna i koniunktura ma duży wpływ na rynek turystyczny.

Kryzys ekonomiczny, zapoczątkowany w 2008 r., w istotny sposób wpłynął na międzynarodowy rynek turystyczny. Uczestnictwo w turystyce międzynarodowej uległo obniżeniu przede wszystkim za sprawą zmniejszenia wydatków na wyjazdy turystyczne obywateli krajów najbardziej aktywnych turystycznie: Niemiec, Wielkiej Brytanii, Włoch, Francji. Spowodowało to obniżenie wpływów z turystyki międzynarodowej takich krajów, jak: USA, Hiszpania, Niemcy, Wielka Brytania. Na kryzysie najmniej ucierpiały kraje o wysokim poziomie konkurencyjności gospodarki turystycznej.

Polska plasuje się na dalekim miejscu pod względem konkurencyjności gospodarki turystycznej. OECD szczególnie nisko ocenia funkcjonujący w Polsce system regulacji gospodarki turystycznej, a głównie system prawny. Polskie przepisy prawne są niespójne, niestabilne, nie zapewniają firmom przejrzystości, neutralności w rozstrzygnięciu sporów biznesowych. W porównaniu do innych krajów Unii Europejskiej poziom rozwoju infrastruktury turystycznej jest niezadowolający. Wszystko to spowodowało, że Polska odczuła znacząco skutki światowego kryzysu ekonomicznego w zakresie wielkości przyjazdów turystycznych i wpływów uzyskiwanych z tytułu jego obsługi.

Istotny wpływ na kierunki światowego ruchu turystycznego ma stabilność polityczna. Duże bezpieczeństwo i stabilność polityczna Europy to ważne czynniki sprawiające, że zajmuje ona pierwsze miejsce pod względem liczby przyjmowanych turystów.

W najbliższych latach wiele krajów, szczególnie afrykańskich, pomimo posiadania atrakcyjnych walorów turystycznych nie będzie obszarami recepcji turystyki międzynarodowej. Powodem tego jest destabilizacja polityczna w tych krajach, liczne konflikty zbrojne i zamieszki.

## Bibliografia

- Alejsiak W., 1999, Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku, Albis, Kraków
- Bywalec Cz., 2007, Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarczej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Cohen E., 2005, Turystyka a naturalne katastrofy, WSIZ, Rzeszów
- Gaworecki W.W., 2003, Turystyka, PWE, Warszawa
- Goeldner Ch., Richtie J., 2006, Tourism. Principles, Practices, Philosophies, John Wiley&Sons, New Jersey
- Klimek K., 2010, Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego Szwajcarii, PTE, Kraków
- Kotler P., Bowen J., Makens J., 2006, Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice Hall, New Jersey
- Mundt J., 2001, Einführung in den Tourismus, Oldenbourg, München
- Rocznik Statystyczny GUS, 2010, GUS, Warszawa
- Rudnicki L., 2010, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Proksenia, Kraków
- The Travel & Tourism Competitiveness Reports, 2009, OECD, Geneva
- Tisdell C., 2001, Tourism Economics, the Environment and Development. Analysis and Policy, Edward Elgar Publishing, Northampton
- Usługi w Polsce 2008–2010, 2011, red. B. Słomińska, IBRKK, Warszawa

## Economic and political stabilisation and tourism

### Summary

Participation in tourism is primarily determined by the volume of funds at the disposal of potential tourists. An increase in the income of population results in broader participation in tourism. The economic growth, a decisive factor determining the wealth of population, contributes to shaping the population involvement in tourism. In the years 2000–2007, the world noted a moderate economic growth, which translated into a continuous increase in international tourist traffic. Since 2008, the world economy has been in recession, which resulted in a slump in international tourism. Among other countries, Poland has been also experiencing the effects of the crisis, which have resulted in a decrease in the number of tourists visiting our country. One of the reasons for that is low competitiveness of the Polish hospitality management in the world tourism market.

**Keywords:** free decision fund and participation in tourism, economic crisis and tourism, political destabilisation and tourism, natural disasters and tourism

**Słowa kluczowe:** fundusz swobodnej decyzji a uczestnictwo w turystyce, kryzys ekonomiczny a turystyka, destabilizacja polityczna a turystyka, klęski żywiołowe a turystyka.