

UWARUNKOWANIA POLITYKI TURYSTYCZNEJ W POLSCE W ASPEKCIE GLOBALIZACJI, KRYZYSU EKONOMICZNEGO ORAZ PREZYDENCJI POLSKI W UNII EUROPEJSKIEJ

Aleksander Panasiuk

Uniwersytet Szczeciński

Streszczenie. Miejsce państwa na rynku turystycznym warunkowane jest wieloma czynnikami. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie podstaw polityki turystycznej, następnie wskazanie na zakres czynników ją determinujących oraz odniesienie się do bieżących zagadnień prowadzenia polityki przez państwo, takich jak: globalizacja, kryzys ekonomiczny oraz prezydencja Polski w Unii Europejskiej. Są to czynniki, które powinny być uwzględniane pierwszoplanowo w bieżących zadaniach państwa. Należy uznać, że uwzględnienie w polityce turystycznej kwestii globalizacji i kryzysu ekonomicznego wyznacza możliwości wpływu na gospodarkę turystyczną w długim horyzoncie czasu. Prezydencja Polski w Unii Europejskiej w drugiej połowie 2011 roku, mimo ściśle określonych ram czasowych, powinna umożliwiać nie tylko realizację celów bieżących, ale także długofalowych, jak np. umocnienie Polski na europejskim rynku turystycznym jako destynacji, wpływ na regulacje unijne w zakresie turystyki itp.

Słowa kluczowe: polityka turystyczna, gospodarka turystyczna, globalizacja, kryzys ekonomiczny, integracja europejska

WPROWADZENIE

Turystyka stanowi istotny obszar zainteresowania państwa i jego organów. Punktem wyjścia do omówienia zagadnień polityki turystycznej i jej wpływu na kształtowanie strategii rozwoju turystyki jest ogólne wprowadzenie w zagadnienia polityki społeczno-gospodarczej.

Przez pojęcie polityka należy rozumieć działalność władz państwowych w kształtowaniu stosunków wewnętrznych w państwie oraz stosunków z zagranicą. Często jednak

temu pojęciu nadaje się szersze znaczenie, obejmujące wszelką działalność służącą wpływowi na sprawy publiczne [Winiarski 2006].

Sektor turystyczny znajduje swoje miejsce w obszarze działań władz państwowych o charakterze:

- a) gospodarczym – związanym z funkcjonowaniem rynku turystycznego, a zwłaszcza podmiotów gospodarczych świadczących usługi konsumentom (turyście),
- b) społecznym – obejmującym oddziaływanie na potrzeby społeczne w zakresie uprawiania turystyki, związane z dostępnością usług turystycznych w warunkach rozwoju cywilizacyjnego.

Miejsce państwa na rynku turystycznym warunkowane jest wieloma czynnikami. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie podstaw polityki turystycznej, następnie wskazanie na zakres czynników ją determinujących oraz odniesienie się do bieżących zagadnień prowadzenia polityki przez państwo, takich jak: globalizacja, kryzys ekonomiczny oraz prezydencja Polski w Unii Europejskiej. Są to czynniki, które powinny być uwzględniane pierwszoplanowo w bieżących zadaniach państwa. Polityka turystyczna prowadzona przez organy państwa wynika z ustanowionych norm administracyjno-prawnych oddziałujących na sektor turystyczny bieżąco w okresie obowiązywania konkretnych regulacji oraz ma charakter długofalowy, pozwalający na kształtowanie podstaw do rozwoju. Należy uznać, że uwzględnienie w polityce turystycznej kwestii globalizacji i kryzysu ekonomicznego wyznacza możliwości wpływu na gospodarkę turystyczną w długim horyzoncie czasu. Prezydencja Polski w Unii Europejskiej w drugiej połowie 2011 roku, mimo ściśle określonych ram czasowych, powinna umożliwiać nie tylko realizację celów bieżących, ale także długofalowych, jak np. umocnienie Polski na europejskim rynku turystycznym jako destynacji, wpływ na regulacje unijne w zakresie turystyki itp.

TURYSTYKA JAKO OBSZAR POLITYKI SPOŁECZNO-GOSPODARCZEJ PAŃSTWA

Z punktu widzenia podjętych rozważań należy odnieść się do terminów polityka gospodarcza i polityka społeczna.

Polityka gospodarcza (ekonomiczna) to świadome oddziaływanie władz państwowych oraz instytucji i organizacji międzynarodowych na gospodarkę, jej dynamikę, strukturę, funkcjonowanie i stosunki ekonomiczne [Winiarski 2006] za pomocą narzędzi służących do określania założonych celów [Horodecka 2008].

Polityka społeczna nie jest jednoznacznie definiowana. Rozróżniane są dwa podejścia do jej interpretacji, odnoszące się enumeratywnie do zakresu działań państwa. W rozumieniu szerokim polityka społeczna obejmuje sprawy zabezpieczenia społecznego i sprawy pracy, zdrowia, oświaty i wychowania, mieszkalnictwa i kultury. Rozumienie wąskie utożsamiane jest wyłącznie z problematyką świadczeń pieniężnych (emerytury, renty, zasiłki) [Firlit-Fesnak, Szyłko-Skoczny 2007].

Natomiast polityka społeczno-ekonomiczna to termin wprowadzony w celu uwydatnienia konieczności łączenia celów i przesłanek ingerowania organów państwa w sprawy społeczno-gospodarcze [Winiarski 2006]. Traktując, że współczesna polityka państwa

ma realizować ideę odpowiedzialności za dobrobyt obywateli, polityka społeczna i gospodarcza zbliżają się do siebie [Firlit-Fesnak, Szyłko-Skoczny 2007].

Cele oddziaływania państwa dotyczą wielu dziedzin i aspektów społecznych procesu gospodarczego, co pociąga za sobą konieczność dokładnej identyfikacji występujących w tych dziedzinach problemów, a następnie odpowiedniej konkretyzacji sposobów i środków ingerencji. W związku z tym w ramach całości polityki społeczno-ekonomicznej wykształcają się różne dziedziny i podsystemy, np. polityka makro- i mikroekonomiczna, polityka międzynarodowa, polityka regionalna, polityka w poszczególnych sektorach gospodarczych [Winiarski 2006].

Jednym z przykładów polityki sektorowej jest polityka turystyczna, która umożliwia bezpośrednie oddziaływanie państwa na gospodarkę turystyczną, ale także przejawia się w innych politykach sektorowych. Polityka turystyczna (jako polityka sektorowa) jest przedstawiana w literaturze ekonomicznej za pomocą wielu definicji. Według jednej z nich głównym zadaniem polityki turystycznej jest kształtowanie optymalnych rozmiarów i struktury ruchu turystycznego przy zastosowaniu praw ekonomicznych w sferze gospodarki turystycznej, koordynacja rozwoju turystyki z uwzględnieniem jej funkcji i różnorodności jej związków z innymi sferami funkcjonowania kraju [Panasiuk 2007].

Polityka turystyczna jest to także działalność polegająca na określaniu celów ekonomicznych, politycznych, społecznych i kulturalnych związanych z rozwojem turystyki, uzyskiwaniu wszechstronnych pozytywnych efektów wynikających z istnienia popytu i podaży, dążeniu do zaspokojenia potrzeb społecznych w zakresie uprawiania turystyki i precyzowaniu środków niezbędnych do tego [Wodejko 1998].

Ogół działań państwa w gospodarce turystycznej określa jej podstawowe cele, do których należy zaliczyć:

- zaspokojenie potrzeb turystycznych społeczeństwa,
- racjonalne wykorzystanie walorów turystycznych, zasobów pracy i kapitału w sferze gospodarki turystycznej,
- kształtowanie optymalnych rozmiarów i struktury ruchu turystycznego,
- koordynowanie rozwoju turystyki, z uwzględnieniem jej różnych funkcji oraz związków z innymi sferami życia gospodarczego [Kurek 2007].

Podstawowymi elementami składowymi świadomej polityki turystycznej są działania w zakresie kreowania celów ekonomicznych i pozaekonomicznych, a także dobór środków (instrumentów) potrzebnych do ich realizacji. O polityce turystycznej można mówić wtedy, gdy władza państwowa wykazuje się pozytywnym podejściem do turystyki, polegającym m.in. na bieżącej kontroli wpływu tego zjawiska na życie społeczno-gospodarcze państwa [Wodejko 1998]. Polityka turystyczna powinna prowadzić do racjonalnego wykorzystania naturalnych walorów turystycznych danego obszaru oraz do tworzenia programów zagospodarowania turystycznego w regionach gospodarczych.

Na układ morfologiczny (strukturę) polityki turystycznej składają się:

- a) podmioty polityki,
- b) adresaci polityki,
- c) modele (metody) polityki,
- d) instrumenty polityki.

Podstawą struktury polityki społeczno-gospodarczej, także turystycznej, jest przyjęty w gospodarce model (metoda) polityki. Następnie realizacja polityki odbywa się za po-

średnictwem odpowiednich instrumentów podporządkowanych stosowanemu modelowi polityki, które są środkami realizacji celów i zadań.

Dwoma podstawowymi metodami polityki społeczno-gospodarczej są liberalizm (brak lub znacznie ograniczona ingerencja państwa w stosunki gospodarcze) i interwencjonizm (oddziaływanie państwa na rozwój i funkcjonowanie gospodarki narodowej). W gospodarce model liberalny i interwencjonistyczny w czystej postaci praktycznie nie występują. Wpływ państwa na gospodarkę przyjmuje zatem formułę modelu mieszanego. W gospodarkach rynkowych panuje przekonanie o konieczności ograniczania wpływu państwa na gospodarkę, tj. odchodzenia od daleko posuniętego interwencjonizmu w kierunku liberalizmu. Taki model nazywany jest deregulacją, czyli inaczej ograniczaniem funkcji państwa w gospodarce. Kryzys obserwowany od 2008 roku przesądza o konieczności zmiany poglądów na rolę państwa w gospodarce. Praktyczne działania rządów państw o gospodarce rynkowej umacniają pozycję państwa na rynku w celu ochrony gospodarek krajów, przedsiębiorstw i społeczeństwa. Unia Europejska deklaratywnie wykorzystuje deregulację w większości sektorów gospodarczych, także i w turystyce.

Zanim zostaną sklasyfikowane instrumenty polityki turystycznej, stanowiące skonkretyzowanie przyjęcia przez państwo modelu polityki, należy dokonać klasyfikacji podmiotów polityki turystycznej. Zadania w zakresie polityki turystycznej realizowane są przez:

1. Podmioty międzynarodowe (np. Światowa Organizacja Turystyki – UN WTO, Komitet ds. Turystyki Unii Europejskiej, Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju – OECD),
2. Narodowe organy centralne:
 - a) ustawodawcze,
 - b) wykonawcze: rząd, narodowa administracja turystyczna (NTA), inne agendy rządowe,
 - c) specjalistyczne: narodowa organizacja turystyczna (NTO).
3. Samorząd terytorialny wszystkich szczebli.
4. Organizacje i stowarzyszenia branżowe w turystyce, a zwłaszcza organizacje samorządowo-turystyczne, instytucje i inne podmioty wspierające rozwój turystyki, lokalne i regionalne podmioty polityki turystycznej, samorząd gospodarczy turystyki.

Adresatami polityki turystycznej są generalnie podmioty tzw. bezpośredniej gospodarki turystycznej. Obejmuje ona działalność tylko tych podmiotów, których funkcjonowanie wynika z realizacji zapotrzebowania zgłaszanego przez turystów. Podstawowym składnikiem struktury gospodarki turystycznej jest przedsiębiorstwo turystyczne, które jest adresatem działań państwa i jego organów w zakresie osiągania celów polityki turystycznej na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym oraz organizacji międzynarodowych [Gołębski 2007]. Do grupy przedsiębiorstw, których funkcjonowanie pozostaje w obszarze polityki turystycznej, należą przede wszystkim: przedsiębiorstwa hotelarskie, biura podróży, podmioty umożliwiające dostęp do walorów turystycznych, piloci i przewodnicy turystyczni [Panasiuk 2008].

Odrębną grupą adresatów polityki turystycznej są konsumenci usług turystycznych, rozumiani jako klienci przedsiębiorstw turystycznych. Wprowadzanie uregulowań prawnych dotyczących świadczenia usług turystycznych przez państwo wynika głównie z potrzeby ochrony interesów konsumentów. Ponadto, w ramach prowadzonej polityki

społecznej państwo powinno tworzyć warunki do powszechnego korzystania z turystyki, a tym samym ułatwiać dostęp do korzystania z pewnych ofert na rynku turystycznym, np. w ramach turystyki socjalnej, turystyki zdrowotnej (w tym uzdrowiskowej), turystyki dzieci i młodzieży, turystyki osób niepełnosprawnych.

Znając układ modelowy polityki turystycznej oraz jej uczestników (podmioty i adresatów), należy wskazać na zakres instrumentów polityki, uwarunkowany – jak już wcześniej zaznaczono – stosowaniem określonych metod, zbliżonych bardziej do liberalizmu lub do pełnej ingerencji. Do podstawowych grup instrumentów polityki turystycznej należy zaliczyć:

- 1) prawne – ogólny system prawny w państwie, ustawodawstwo turystyczne,
- 2) ekonomiczne – fiskalne i finansowe,
- 3) administracyjne,
- 4) organizacyjne,
- 5) informacyjne.

Stosowanie konkretnych instrumentów polityki turystycznej daje podstawę do zapewnienia zgodności standardów oferowanych usług ze standardami obowiązującymi na globalnym rynku turystycznym. Pod wpływem polityki turystycznej państwa oraz organizacji międzynarodowych następuje kształtowanie bardzo ważnego dla każdego przedsiębiorstwa z sektora turystycznego otoczenia instytucjonalno-prawnego, w skład którego wchodzi m.in. system prawny, instytucje rządowe i pozarządowe oraz wszelkiego rodzaju grupy nacisku.

UWARUNKOWANIA KSZTAŁTOWANIA POLITYKI TURYSTYCZNEJ

Kształt polityki turystycznej jest zdeterminowany wieloma czynnikami, które można sklasyfikować w następujących grupach:

1. Czynniki o charakterze ogólnym:
 - a) system społeczny i gospodarczy w państwie,
 - b) sytuacja polityczna,
 - c) stan bezpieczeństwa,
 - d) metody i instrumenty prowadzonej polityki,
 - e) cele i zadania polityki,
 - f) systemem powiązań prawno-organizacyjnych i ekonomicznych w kraju i za granicą,
 - g) zakres prowadzonej ogólnej polityki społeczno-gospodarczej w innych krajach,
 - h) globalizacja.
2. Czynniki o charakterze społecznym:
 - a) poziom rozwoju społecznego,
 - b) świadomość turystyczna władz państwowych i regionalnych,
 - c) świadomość społeczności lokalnych,
 - d) mobilność turystyczna społeczeństwa,
 - e) motywy wyjazdów turystycznych.
3. Czynniki o charakterze gospodarczym:
 - a) stan rozwoju gospodarki,

- b) koniunktura gospodarcza,
 - c) poziom zamożności społeczeństwa,
 - d) miejsce turystyki w gospodarce,
 - e) struktura podaży turystycznej.
4. Inne czynniki związane z rozwojem gospodarki turystycznej:
- a) poziom rozwoju turystycznego,
 - b) posiadane walory turystyczne,
 - c) stan rozwoju zagospodarowania turystycznego,
 - d) polityka turystyczna w UE,
 - e) polityka turystyczna w innych krajach.

Przedstawiony wykaz czynników należy traktować jako ideowy. Omówienie znaczenia i siły oddziaływania poszczególnych czynników byłoby przedsięwzięciem przekraczającym założenia niniejszego opracowania. Należy jednak stwierdzić, że w wykazie czynników znajdują się kwestie bezpośrednio związane z obszarem tematycznym i decydują o podejmowanych działaniach podmiotów polityki turystycznej działających na różnych szczeblach.

GLOBALIZACJA A POLITYKA TURYSTYCZNA

Globalizacja to proces umiędzynarodawiania gospodarki, a zwłaszcza handlu, prowadzący do coraz bardziej intensywnych relacji wzajemnej zależności między podmiotami, które w tej wymianie uczestniczą. Jest to zjawisko dużych i stale rosnących potoków towarów, usług i kapitału między krajami, w rezultacie których wzrasta ruch osób, wiadomości i idei między krajami. W innych ujęciach globalizację wiąże się z liberalizmem, uniwersalizmem, modernizacją i westernalizacją, a także rozpadem koncepcji terytorium jako zwartego obszaru należącego do danego państwa i kształtowaniem jednego globalnego obszaru. Procesy globalizacji, jak z tego wynika, urealniają się zwłaszcza w sferach gospodarczej i przestrzennej [Czerny 2005]. Nie ulega wątpliwości zatem, że globalizacja ujawnia się zarówno w sferze gospodarczej, jak i społecznej. Stąd należy stwierdzić, że zagadnienia globalizacji pozostają w istotnym związku z turystyką oraz decydują o kształcie polityki turystycznej.

Uwzględnienie kwestii globalizacji w strukturze działań państwa skierowanych na gospodarkę turystyczną nie jest zadaniem łatwym. Jakkolwiek organy państwa odpowiedzialne za turystykę mają świadomość dotyczącą wpływu globalizacji na gospodarkę turystyczną, to z działań tych organów nie wynikają konkretne decyzje uwzględniające ten proces. Polska jako destynacja turystyczna pogarsza swoją pozycję na międzynarodowym rynku turystycznym, uwzględniając kryterium wielkości zagranicznego ruchu przyjazdowego. Tym samym można uznać, że pozostaje raczej destynacją zauważalną w Europie, przy stosunkowo niewielkim oddziaływaniu na inne kontynenty. Czas pobytu, motywy przyjazdów czy wydatki turystów zagranicznych nie pozwalają budować globalnej pozycji Polski na międzynarodowym rynku turystycznym. Z drugiej strony, biorąc pod uwagę kryteria wyjazdów turystycznych Polaków za granicę, można stwierdzić, że wzrasta ruch turystyczny do regionów o ukształtowanej globalnej pozycji. Obserwowane

procesy jednak z trudem mogą być uwzględniane w zakresie działań organów polityki turystycznej.

Traktując globalizację jako aspekt ściśle gospodarczy, należy zauważyć, że napływ kapitału zagranicznego do gospodarki turystycznej nie jest aktualnie znaczący, mimo że rynek hotelarstwa sieciowego oraz biur podróży jest mocno uzależniony od kapitału zagranicznego, głównie jednak europejskiego. Twierdząc nawet, że infrastruktura turystyczna (zwłaszcza baza noclegowa) nie jest w Polsce wystarczająco rozwinięta, nie obserwuje się spektakularnych inwestycji zagranicznych, czego można byłoby oczekiwać w okresie poprzedzającym organizację przez Polskę Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012.

Przyjęte przez rząd „Kierunki rozwoju turystyki do 2015” roku oraz „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008–2015” opracowana przez Polską Organizację Turystyczną nie eksponują zagadnień globalizacji i jej wpływu na polską gospodarkę turystyczną.

KRYZYS EKONOMICZNY A POLITYKA TURYSTYCZNA

Koniunktura gospodarcza jest pierwszoplanowym czynnikiem ekonomicznym decydującym o wielkości popytu turystycznego. Turystyka traktowana jako dobro wyższego rzędu pod wpływem ryzyka obniżenia dochodów gospodarstw domowych (turystyka wypoczynkowa) i przedsiębiorców (turystyka biznesowa) stanowi o ograniczeniu popytu w warunkach recesji.

Jak wynika z badań UN WTO oraz Instytutu Turystyki, niekorzystne zjawiska w gospodarce turystycznej spowodowane kryzysem zostały w 2010 roku zahamowane zarówno w gospodarce globalnej, jak krajowej. Przedstawiane prognozy dotyczące podróży turystycznych wskazują na kontynuację wcześniejszej korzystnej koniunktury na światowym rynku turystycznym w perspektywie drugiej dekady XXI wieku [www.intur.com.pl].

Trzeba jednak podkreślić, że w latach 2008–2009 obserwowano znaczące spadki w światowym ruchu turystycznym, przychodach przedsiębiorstw hotelarskich, biur podróży i linii lotniczych. Pogorszeniu uległa także koniunktura na krajowym rynku turystycznym, która spowodowana jest także niestabilnym kursem złotych. Stąd także, co jest korzystne, większy odsetek Polaków ogranicza się do wyjazdów turystycznych w kraju.

Jak się obserwuje, kryzysem została mocniej dotknięta turystyka biznesowa niż turystyka wypoczynkowa. Mniej ucierpiały też wyjazdy krajowe i wyjazdy do nieodległych krajów. Skracą się długość pobytu i w konsekwencji obniżają się wydatki turystyczne. Priorytetem są główne wyjazdy wakacyjne, kosztem kolejnych – drugich czy trzecich wyjazdów. Sytuację na rynku turystycznym dodatkowo warunkują inne czynniki, jak kłęski żywiołowe w obszarze głównych regionów turystycznych świata, groźba globalnych epidemii, światowy terroryzm czy problemy transportu lotniczego związane z pyłem wulkanicznym z Islandii.

Podobnie jak w odniesieniu do globalizacji, także kwestia kryzysu gospodarczego z trudem jest uwzględniana w działaniach w obszarze polityki turystycznej. Należy mieć tu na uwadze złożoność sytuacji oraz działanie wielu innych czynników (jak wspomniana

niestabilność kursu walutowego). Dokumenty strategiczne nie podejmują kwestii światowego kryzysu gospodarczego i jego wpływu na gospodarkę turystyczną. Powstawały one w okresie przedkryzysowym, a przyjmowane były w początkowym okresie kryzysu, kiedy zjawiska te tylko w małym stopniu dotyczyły Polski. Dodatni poziom przyrostu PKB w kraju oraz stosunkowo zadowalające inne wyniki ekonomiczne dają podstawę do sądzenia, że rozwój gospodarki turystycznej nie będzie zahamowany.

W polskiej polityce turystycznej problem kryzysu gospodarczego nie jest dostrzegany. Państwo nie podejmuje konkretnych działań ani w obszarze oddziaływania na podaż (przedsiębiorców turystycznych, którzy radzą sobie z sytuacją na rynku i nie odnotowuje się upadłości przedsiębiorstw z powodu zbyt niskiego popytu), ani w oddziaływaniu na popyt, zwłaszcza aby kształtować jego intensywność. W tym zakresie uznać należy, że polski rynek turystyczny powinien poradzić sobie z samoregulacją, a obserwowane pozytywne zjawiska w polskiej gospodarce dają podstawę trwania i rozwoju rynku.

PREZYDENCJA POLSKI W UNII EUROPEJSKIEJ A POLITYKA TURYSTYCZNA

1 lipca 2011 roku Polska obejmie przewodnictwo w Radzie Unii Europejskiej. Rada Ministrów przyjęła rozporządzenie o powołaniu pełnomocnika rządu ds. przygotowania organów administracji rządowej i sprawowania przez RP przewodnictwa w Radzie UE. W następstwie prac pełnomocnika rządu, jego zespołu oraz przy zaangażowaniu ministerstw i urzędów 13 stycznia 2009 roku został przyjęty program przygotowań RP do objęcia i sprawowania przewodnictwa w Radzie UE [www.prezydencjaue.gov.pl].

Ocenia się, że w okresie prezydencji zostanie zorganizowanych w Polsce około 2000 spotkań politycznych i gospodarczych. Stanowi to zatem podstawę do zaangażowania branży turystycznej oraz kształtowania wizerunku Polski na arenie europejskiej. W drugiej połowie 2011 roku należy oczekiwać zatem znaczącego wzrostu turystyki kongresowej, biznesowej i kulturalnej.

W programie przygotowań nie dostrzega się zagadnień, które dotyczą turystyki. Tylko pośrednio można zauważyć, że przedsięwzięcia kulturalne związane z prezydencją mogą kształtować zainteresowanie turystów europejskich Polską. Jednocześnie należy uznać, że działania promujące nasz kraj wpłyną na wielkość ruchu turystycznego.

Podstawowym celem polityki turystycznej państwa powinno być wykorzystanie okresu prezydencji do kształtowania przyszłych efektów w gospodarce turystycznej. Temu powinna służyć promocja turystyczna, a zwłaszcza działania prowadzone przez Polską Organizację Turystyczną w celu przygotowania się do innych przedsięwzięć, a zwłaszcza do EURO 2012, co jest odpowiednio wpisane w „Marketingową strategię” POT-u.

PODSUMOWANIE

Na potrzeby opracowania zostały wybrane trzy uwarunkowania kształtujące politykę turystyczną i mające wpływ na poziom rozwoju polskiej gospodarki turystycznej: globalizacja, kryzys gospodarczy, prezydencja Polski w UE.

Z przeprowadzonych obserwacji wynika, że:

1. Procesy globalizacyjne – o długofalowym wpływie na gospodarkę turystyczną – nie pozostają w istotnym obszarze polityki turystycznej. Można wyjść z założenia, że Polska nie jest predysponowana do uznania, że może być globalną destynacją turystyczną.

2. Kryzys gospodarczy – wpływa bieżąco na stan gospodarki turystycznej, ale jego oddziaływanie może nieść za sobą skutki długofalowe. Traktowany jest jako zjawisko niezagrażające silnie polskiej gospodarce turystycznej, co potwierdzają wskaźniki rynku turystycznego. Nie stanowi także istotnego obszaru polityki turystycznej. Ponadto należy podkreślić, że dokumenty strategiczne dotyczące turystyki (przyjęte przez podmioty polityki turystycznej w 2008 roku), powstały wtedy, kiedy kryzys dopiero się rozpoczynał i nie dotyczył ze znaczącą siłą polskiej gospodarki. Mimo ochłodzenia stanu gospodarki turystycznej w 2009 roku, początek 2010 roku sygnalizuje wzrosty, zatem działania rządu w tym obszarze nie okazały się konieczne.

3. Prezydencja Polski w UE – nie jest dotąd dostrzegana jako cel polityki turystycznej i realna możliwość wzmocnienia polskiego rynku turystycznego. Można zatem uznać, że podobnie jak przy dwóch powyższych czynnikach, efekt prezydencji dla gospodarki turystycznej będzie miał charakter tylko krótkookresowy i dotyczył będzie tylko ściśle wybranych form i rodzajów turystyki, adresowanych do ściśle sprofilowanego, aczkolwiek wymagającego, turysty.

Dokonując próby ogólnej oceny, należy stwierdzić, że dostrzeganie zarówno bieżących, jak i długofalowych problemów w polityce turystycznej jest m.in. wynikiem niewłaściwego przyporządkowania turystyki do struktury resortów. Urząd Ministra Sportu i Turystyki koncentruje swoje działania przede wszystkim w obszarze sportu. Turystyka oderwana od resortu gospodarki nie jest traktowana na równi z innymi branżami gospodarczymi, stąd część problemów tej branży nie jest wystarczająco analizowana i poddawana oddziaływaniu w zakresie polityki społeczno-gospodarczej. Dodatkowo znacząca liczba podmiotów polityki turystycznej na różnych szczeblach oraz nie zawsze uporządkowane kompetencje sprawiają, że część działań nie jest wystarczająco skutecznych, a na szczeblach regionalnym i lokalnym zadania podmiotów polityki turystycznej mają charakter konkurencyjny.

Należy prawdopodobnie oczekiwać, że okres prezydencji Polski w UE będzie wykorzystany dla rozwoju gospodarki turystycznej bieżąco w czasie trwania prezydencji. Wydaje się jednak, że cele długookresowe polityki turystycznej dla gospodarki turystycznej nie będą znaczące i trwałe.

PIŚMIENNICTWO

- Czerny M., 2005. *Globalizacja a rozwój*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Firlit-Fesnak G., Szyłko-Skoczny M., 2007. *Polityka społeczna*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Gołębski G. (red.), 2007. *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*. PWE, Warszawa.
- Horodecka A., 2008. *Ewolucja celów polityki gospodarczej. Rola zmian otoczenia*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kurek W. (red.), 2007. *Turystyka*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Panasiuk A. (red.), 2007. *Ekonomika turystyki*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.

- Panasiuk A. (red.), 2008. *Gospodarka turystyczna*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Winiarski B. (red.), 2006. *Polityka gospodarcza*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Wodejko S., 1998. *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Wyższa Szkoła Handlu i Prawa, Warszawa
www.intur.com.pl
www.prezydencjaue.gov.pl

DETERMINANTS OF TOURISM POLICY IN POLAND IN THE ASPECT OF GLOBALISATION, ECONOMIC, CRISIS AND POLISH PRESIDENCY IN THE EUROPEAN UNION

Abstract. Position of the state on the tourism market is determined by many factors. The aim of the paper is presentation of bases of tourism policy and its determiners as well as reference to the current issues of policy making by the state like: globalization, economic crisis and Polish presidency in the European Union. Those factors should be treated as a priority in the current tasks of the state. It should be assumed that inclusion of issues of globalization and economic crisis in the tourism policy results in the possibilities of influencing tourism policy in the long term. Polish presidency in the European Union in the second half of the year 2011, although strictly described by the time frames, should enable realization of not only current goals but also long time goals such as e.g. strengthening Polish position as a place of destination on the European tourism market, influence on European Union's regulations in the field of tourism etc.

Key words: tourism policy, tourism economy, globalization, economic crisis, European integration

Zaakceptowano do druku – Accepted for print 29.09.2010