



Jacek Borzyszkowski
POLITECHNIKA KOSZALIŃSKA

STOSUNEK KRAJOWYCH PODMIOTÓW POLITYKI TURYSTYCZNEJ DO WSPÓŁCZESNYCH WYZWAŃ STAWIANYCH PRZED SEKTOREM TURYSTYKI

Cel badań. Celem artykułu jest ocena znaczenia najważniejszych wyzwań stawianych przed sektorem turystyki w wybranych państwach europejskich. Dokonano przeglądu teoretycznych zagadnień odnoszących się do problematyki polityki turystycznej oraz przedstawiono najważniejsze wyzwania sektora turystycznego w najbliższej przyszłości. **Materiał i metody.** Wykorzystano coroczne raporty poszczególnych krajów przedkładanych Komisji Europejskiej oraz częściowe wyniki badań przeprowadzonych w latach 2013–2014 na grupie 25 europejskich narodowych organizacji turystycznych. **Wyniki.** Podjęta w artykule problematyka ma szczególne znaczenie dla polityki turystycznej realizowanej przez poszczególne podmioty funkcjonujące na szczeblu krajowym. Ukazuje hierarchię działań badanych państw w zakresie oddziaływania na sektor turystyczny, a tym samym – najważniejsze problemy polityki turystycznej w analizowanych krajach. **Wnioski.** Wyniki badań ukazały różnorodność wyzwań, co może wskazywać na mnogość problemów, przed którymi stoi współczesna turystyka. Niektóre z nich zostały jednak ocenione dość nisko przez poszczególne podmioty krajowej polityki turystycznej (np. zmiany demograficzne czy klimatyczne), co może świadczyć między innymi o braku wiedzy na temat potencjalnego wpływu tych czynników na turystykę w poszczególnych krajach.

Słowa kluczowe: polityka turystyczna, wyzwania dla turystyki, państwa europejskie

WPROWADZENIE

Państwo odgrywa zasadniczą rolę w kreowaniu współczesnej polityki turystycznej. Do najważniejszych krajowych podmiotów w tej dziedzinie zalicza się narodowe organizacje turystyczne (*national tourism organizations* – NTO) oraz narodowe administracje turystycznej (*national tourism administrations* – NTA). To one w poszczególnych państwach mają największy wpływ na kształt turystyki, co oznacza to, że powinny odpowiednio reagować na zachodzące zmiany w życiu społeczno-gospodarczym.

CEL BADAŃ

Celem przedstawionych badań była ocena znaczenia najważniejszych wyzwań dla sektora turystycznego według opinii wybranych państw europejskich. W pierwszej części opracowania dokonano przeglądu teoretycznych zagadnień odnoszących się do problematyki polityki turystycznej. Określono, jakie może

być do niej potencjalne podejście państwa (czy ściślej – struktur krajowych). W drugiej części przedstawiono najważniejsze wyzwania stojące przed sektorem turystycznym.

Stosunek państwa do turystyki

Trudno sobie wyobrazić, aby rozwój turystyki (niezależnie od tego, czy dotyczy miejscowości, regionu czy kraju) odbywał się w sposób żywiołowy. Państwo w ramach realizowanej przez siebie polityki w mniejszym lub większym stopniu oddziałuje na wszystkie najbardziej istotne elementy podaży i popytu turystycznego i to praktycznie na wszystkich etapach wytwarzania i konsumpcji usług turystycznych (Alejski, 1999). Co więcej, turystyka stanowi istotny obszar zainteresowania państwa i jego organów (Panasik 2014a). Zaangażowanie państwa w turystykę jest o tyle uzasadnione, że jest ono właściwie przygotowane do podejmowania wysiłków na rzecz interesów zbiorowych również w omawianej sferze (Pastras i Bramwell, 2013).

Polityka turystyczna państwa ma na celu kształtowanie odpowiedniej wielkości i struktury przyjazdów i wyjazdów zagranicznych, a ostatnio w coraz większym stopniu krajowego ruchu turystycznego. Świadoma polityka w tej dziedzinie jest działaniem skomplikowanym, wymagającym planowego podejścia do sektora turystycznego oraz konkretnego oddziaływania na jego strukturę (Borzyszkowski, 2005). To także planowanie mające na celu ukierunkowanie rozwoju turystyki (Edgell i Swanson, 2013).

Klasyczny podział możliwego stosunku państwa do sektora turystyki obejmuje:

- stosunek negatywny – dotyczył i niekiedy jeszcze dotyczy państw, które nie były bądź nie są przygotowane do rozwoju przyjazdowego i wyjazdowego ruchu turystycznego;

- stosunek neutralny – państwo nie ingeruje w rozwój turystyki dopóty, dopóki nie jest on sprzeczny z ogólnymi interesami kraju i nie wywiera negatywnego wpływu na życie społeczno-gospodarcze;

- stosunek pozytywny – świadome działania państwa i bieżąca kontrola wpływu turystyki na życie społeczno-gospodarcze, a tym samym jasno sprecyzowane cele i narzędzia realizowania polityki turystycznej (Wodejko, 1997).

Obecnie, poza nielicznymi wyjątkami, zdecydowana większość krajów w Europie i na świecie prezentuje stosunek pozytywny.

Oddziaływanie na turystykę jest realizowane przez określone podmioty (tzw. podmioty polityki turystycznej), które można sklasyfikować według zasięgu działania (Panasiuk, 2010). Można wśród nich wyróżnić zarówno instytucje stanowiące prawo (organy ustawodawcze, narodowa administracja turystyczna), jak i organizacje wspomagające rozwój rynku turystycznego (regionalne organizacje turystyczne, samorząd gospodarczy) (Panasiuk, 2014b). Na szczeblu krajowym można wyróżnić szereg podmiotów odpowiedzialnych za politykę turystyczną, chociaż do najważniejszych należy zaliczyć dwa z nich, tj. narodowe organizacje turystyczne (NTO) i narodowe administracje turystyczne (NTA). To ich podejście oraz działania wytyczają ogólny obraz stosunku

oraz polityki turystycznej danego państwa (Borzyszkowski, 2005).

Wyzwania współczesnej turystyki i podmiotów polityki turystycznej

Zadaniem państwa jest bez wątpienia nie tylko określenie celów czy instrumentów polityki turystycznej, ale również dostosowanie ich do zmieniającej się sytuacji na dynamicznym rynku turystycznym. Tym samym polityka turystyczna musi mieć charakter dynamiczny, ciągle reagujący na problemy gospodarki turystycznej. Zakłada się, że w wielu działaniach w zakresie rozwoju turystyki coraz ważniejszą rolę odgrywa znajomość tzw. megatrendów rozwoju, czyli zjawisk zachodzących w: demografii, gospodarce, zdrowiu, świadomości i edukacji, technologiach informatycznych, transporcie, zrównoważonym rozwoju, bezpieczeństwie, czasie wolnym oraz doznaniach (Alejsiak, 2012).

W wielu opracowaniach naukowych i innych zwraca się uwagę na znaczenie poszczególnych czynników (lub ich grup) dla potencjalnego rozwoju współczesnej turystyki. Przykładowo, do najważniejszych trendów w aspekcie marketingu turystycznego można zaliczyć:

- ciągle wzrastającą rolę Internetu, m.in. przy wyborze docelowego kierunku turystycznego oraz jako kanału dystrybucji;

- zmiany w technologiach, szczególnie widoczne w telefonii komórkowej oraz telewizji cyfrowej;

- wzrost znaczenia USP (ang. *unique selling proposition*), czyli idei przewodniej marki, polegającej na znalezieniu takiego atrybutu, który będzie stanowił konkretny element wyróżniający daną markę (World Tourism Organization, 2007; Marczak, 2013);

- wpływ OTA (ang. *online travel agencies*) na rynek turystyczny (Pawlicz, 2016).

Coraz częściej zwraca się uwagę na problem innowacyjności w turystyce. Zjawisko to jest (i w coraz większym stopniu będzie) obserwowane we wszystkich segmentach współczesnego rynku turystycznego, m.in. wśród seniorów, którzy coraz bardziej będą zainteresowani usługami rekreacyjnymi

i turystycznymi (Sawińska, 2014). Często podkreślane są również inne elementy współczesnego życia, do których bez wątpienia należy umiejętność właściwego wykorzystania najnowszych technologii informacyjnych (Çetinkaya, 2009; Mich, Franch i Marzani, 2004). Do innych ważnych wyzwań lub nawet trendów obserwowanych w ostatnich latach na rynku turystycznym można zaliczyć chociażby zwiększającą się konkurencję pomiędzy poszczególnymi destynacjami turystycznymi (Mariani i Baggio, 2012) czy wzrost znaczenia współpracy międzynarodowej na rzecz rozwoju turystyki (Mariani, Buhalis, Longhi i Vitouladiti, 2014).

Wobec przedstawionych i innych zmian należy akcentować właściwe podejście pomiotów polityki turystycznej. W literaturze przedmiotu dość często zagadnienie to jest rozpatrywane w oparciu o działalność tzw. organizacji zarządzających obszarami recepcji turystycznej (ang. *destination management organizations* – DMO), które występują na różnych szczeblach administracyjnych, tj. krajowym, regionalnym i lokalnym. Chociaż poszczególni autorzy w różny sposób interpretują samo DMO (m.in. w zakresie definiowania), to jednak często odnoszą się do najważniejszych zmian zachodzących w otoczeniu, jak też w działalności samej organizacji. Gretzel, Fesenmaier, Formica i O’Leary (2006, s. 118) wspominają o sześciu wyzwaniach, które stają przed tą organizacją: „adaptacji do zmian technologicznych”, „zarządzaniu oczekiwaniami”, „od marketingu do zarządzania”, „nowych poziomach konkurencji”, „uznaniu twórczego partnerstwa jako nowego stylu życia” oraz „znajdowaniu nowych środków przybliżających do sukcesu”.

Z kolei Bendito i Ramírez (2011) wskazują na inne wyzwania stojące przed narodowymi organizacjami turystycznymi. Według autorów organizacje te swoje wysiłki powinny skupiać wokół trzech sfer:

- zmian w organizacji i zarządzaniu – poprzez stworzenie skutecznej sieci koordynacji i współpracy wszystkich podmiotów odpowiedzialnych za turystykę na danym obszarze;
- zmian w promocji, kreowaniu wizerunku i tworzeniu marki – działania prowadzące do utworzenia wyrazistego obrazu

obszaru recepcji turystycznej ORT, przy jednoczesnym unikaniu uogólnień i stereotypów;

- zmian w projektowaniu i planowaniu komunikacji *on-line* – działania mające na celu optymalizację informacji i promocji turystycznej w Internecie oraz skupienie wysiłków na docelowych konsumentach.

MATERIAŁ I METODY

Przedstawienia informacji na temat podejścia wybranych krajów europejskich do wyzwań dla sektora turystycznego dokonano na podstawie przeglądu corocznych raportów (ang. *annual tourism reporting*) (Roczne raporty... 2016) składanych do Komisji Europejskiej przez poszczególne państwa. Informacje pochodzą z 2015 r. Raporty zostały złożone łącznie przez 19 państw¹. Warto nadmienić, iż w wypadku Belgii używano podwójne dane, tj. osobno dla regionów Walonii i Niemieckojęzycznej Wspólnoty Belgii. Tym samym uzyskany materiał pochodzi z 20 jednostek. Na podstawie wyróżnionych 18 obszarów działania poszczególne kraje określały ich znaczenie dla polityki turystycznej (na podstawie przyjętych cen).

W pracy wykorzystano również częściowe wyniki badań przeprowadzonych w latach 2013–2014 na 25 europejskich narodowych organizacjach turystycznych². Dzięki temu oceniono również znaczenie wybranych problemów stojących przed współczesną turystyką.

¹ Belgia, Bułgaria, Chorwacja, Czechy, Finlandia, Grecja, Holandia, Hiszpania, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja.

² Austria, Belgia (Flandria), Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Francja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Irlandia Płn., Irlandia + Irlandia Płn., Luksemburg, Łotwa, Monako, Niemcy, Polska, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szkocja, Szwajcaria, Szwecja, Węgry, Włochy.

WYZWANIA DLA SEKTORA
TURYSTYCZNEGO A PODEJŚCIE
KRAJÓW EUROPEJSKICH

Raporty roczne składane Komisji Europejskiej zawierają szereg cennych informacji obrazujących stan turystyki w poszczególnych krajach, w tym m.in. w zakresie organizacji turystyki, jej umiejscowienia w dokumentach planistyczno-strategicznych czy podejmowania konkretnych działań na rzecz rozwoju tej gałęzi gospodarki. W stosownym miejscu raportów odniesiono się do kwestii najważniejszych problemów sektora turystycznego, a ściślej – określenia ich hierarchii. Państwa miały ocenić ważność każdego z nich poprzez wskazanie jednej z trzech odpowiedzi, określających znaczenie danego czynnika, tj. „duże”, „średnie” oraz „małe” (tab. 1). W tym miejscu warto podkreślić, iż 18 zaproponowanych obszarów działań

charakteryzuje się bardzo dużą różnorodnością, wyróżniono bowiem nie tylko czynniki charakterystyczne dla klasycznego ujęcia atrakcyjności turystycznej (w tym dziedzictwo kulturowe, naturalne, transport), ale odniesiono się również do współczesnych problemów zarówno sektora turystycznego, jak i ogólnoswiatowej gospodarki (np. zmiany demograficzne, kryzys gospodarczy).

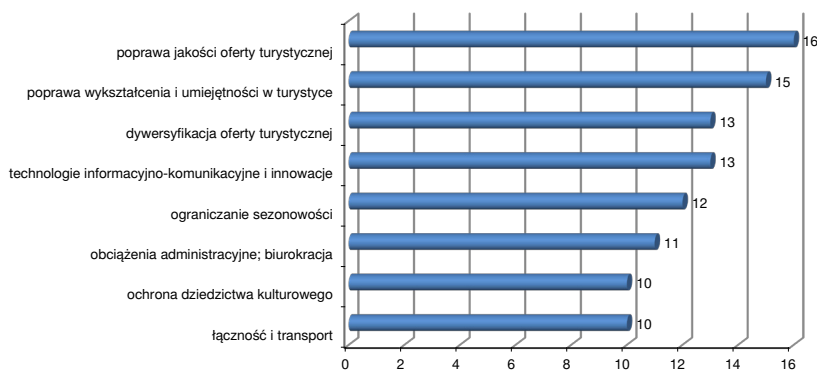
Dane przedstawione w tabeli 1 pozwalają na wyciążenie kilku wniosków. Po pierwsze, poszczególne czynniki zostały ocenione przez większość badanych jednostek (dominują pozycje z 19 wskazaniami). Trzy z nich (dywersyfikacja oferty turystycznej, poprawa wykształcenia i umiejętności w turystyce oraz poprawa jakości turystycznej) oceniły wszystkie kraje.

Po drugie, warto zwrócić uwagę na ogólną liczbę wskazań poszczególnych rang. Okazuje się, że czynniki, których znaczenie

Tab. 1. Stosunek krajów europejskich do wyzwań dla sektora turystycznego (ujęcie syntetyczne)

Lp.	Czynnik	Znaczenie			Liczba wskazań czynnika
		duże	średnie	małe	
1.	Poprawa jakości oferty turystycznej	16	4	–	20
2.	Poprawa wykształcenia i umiejętności w turystyce	15	5	–	20
3.	Dywersyfikacja oferty turystycznej	13	6	1	20
4.	Technologie informacyjno-komunikacyjne i innowacje	13	6	–	19
5.	Ograniczanie sezonowości	12	4	3	19
6.	Obciążenia administracyjne; biurokracja	11	6	1	18
7.	Ochrona dziedzictwa kulturowego	10	9	–	19
8.	Łączność i transport	10	7	2	19
9.	Ochrona dziedzictwa naturalnego	9	10	–	19
10.	Ulepszanie dostępności danych społeczno- -ekonomicznych w sferze turystyki	9	8	2	19
11.	Konkurowanie z innymi destynacjami	9	8	1	18
12.	Zwiększanie zrównoważonego rozwoju turystyki	8	10	1	19
13.	Zatrudnienie w turystyce	7	12	–	19
14.	Poprawa dostępności usług turystycznych	7	12	–	19
15.	Rozwój „odpowiedzialnych praktyk” w turystyce	5	14	–	19
16.	Kryzys gospodarczy	4	9	5	18
17.	Zmiany demograficzne	3	10	5	18
18.	Zwalczanie zmian klimatycznych	2	9	7	18
19.	Łączna liczba wskazań czynnika o danej randze	163	149	28	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie rocznych raportów poszczególnych krajów przedkładanych Komisji Europejskiej (Roczne raporty... 2016).



Zródło: Opracowanie własne na podstawie danych w tabeli 1.

Ryc. 1. Wyzwania dla sektora turystycznego najczęściej wskazywane jako najważniejsze

określono jako „duże”, zostały wskazane aż 163 razy. Podobnie wysoko oceniono czynniki o znaczeniu „średnim” – 149 razy. Badane państwa dość rzadko (łącznie 28 razy) wskazywały na najniższe oceny. Potwierdza to, że czynniki zaproponowane przez Komisję Europejską zostały trafnie wyróżnione.

Na rycinie 1 przedstawiono obszary działania, które uzyskały najwyższe oceny, tj. takie, które wskazano co najmniej 10 razy z wartością „dużą”.

Najczęściej wskazywanym czynnikiem z oceną wysoką okazała się „poprawa jakości oferty turystycznej” (łącznie 16 wskazań na 20 możliwych). Problem związany z ofertą turystyczną został ponadto dość mocno zaakcentowany w innym czynniku – „dywersyfikacji oferty turystycznej” (13 wskazań). Bardzo mocny nacisk położono na problem rozwoju zasobów ludzkich w turystyce („poprawa wykształcenia i umiejętności w turystyce” – 15 wskazań).

Z drugiej strony często wskazywano na bariery ograniczające rozwój turystyki, jak np.: „obciążenia administracyjne i biurokrację” (11 wskazań). Warto również nadmienić, iż czynnik „ograniczanie sezonowości” został oceniony wysoko (12 wskazań). Był on wyróżniony m.in. przez państwa, w których typowy główny sezon turystyczny jest dość długi ze względu na warunki klimatyczne (Bułgaria, Chorwacja, Grecja, Malta i Hiszpania). W kontekście działań podejmowanych na rzecz ograniczania sezonowości inicjowane są różnego rodzaju projekty, których jednym z celów jest wy-

dłużanie sezonu turystycznego. Jako przykład można wskazać m.in. Europe Senior Tourism Program (2014), czyli rozwiązanie zwiększające aktywność turystyczną seniorów. Według założenia programu „[...] obywatele Europy, którzy ukończyli 55 lat, będą mieć do dyspozycji kompletny program pozwalający na spędzenie wakacji w Hiszpanii poza sezonem turystycznym”.

Z danych zamieszczonych w tabeli 1 wynika, iż czynnik „kryzys gospodarczy” został oceniony przeciętnie (4 wskazania – „duże znaczenie”, 9 – „średnie”, 5 – „małe”). Może to oznaczać, że badane państwa już w nieco mniejszym stopniu zwracają uwagę na problem ogólnoswiatowego kryzysu gospodarczego i jego wpływu na turystykę. Tym samym można szacować, że zjawisko to nie ma aż tak dużego znaczenia dla turystyki tych państw, jak jeszcze kilka lat temu. Warto jednak pamiętać, iż podstawowe założenia wynikające z zarządzania kryzysowego dotyczą m.in. stwierdzenia, że kryzys rzeczywiście istnieje oraz podjęcia stosownych działań zmierzających do naprawienia sytuacji (Gatsou, Gray i Niininen, 2009). Podobnie problem „zmian demograficznych” oceniono głównie na poziomie średnim.

Podsumowując, należy stwierdzić, że większości badanych czynników wystawiono ocenę wysoką lub średnią. W zaledwie trzech przypadkach odnotowano przewagę ocen niskich nad wysokimi. Dotyczyło to „zmian demograficznych”, „kryzysu gospodarczego” oraz „zwalczania zmian klimatycznych”. W wypadku tego ostatniego można domnie-

mywać, iż problem jest traktowany dość pobieżnie, co jest zjawiskiem negatywnym. Tym bardziej że zgodnie z szacunkami Światowego Forum Ekonomicznego sektor turystyczny odpowiada za 5% globalnych emisji gazów cieplarnianych (World Economic Forum, 2009). Ponadto historia pokazuje, że zmiany klimatyczne miały i mają duży wpływ na sektor turystyczny (Weir, 2017). Ogólnie działania w tym zakresie powinny obejmować zarówno edukację ekologiczną (pracowników organizacji, społeczeństwa, turystów), jak również stworzenie systemu zachęt dla przedsiębiorstw turystycznych do realizacji inwestycji proekologicznych (Dodds, 2010).

Zaprezentowane podejście do 20 obszarów problemowych, reprezentujące stanowisko 19 państw Unii Europejskiej, obrazuje syntetyczny stosunek do wybranych problemów rozwoju współczesnej turystyki. W wielu przypadkach zauważono znaczną zgodność w podejściu do określonych czynników wyselekcjonowanych przez Komisję Europejską. Jak przedstawiono na rycinie 1, w wypadku aż ośmiu czynników przynajmniej połowa destynacji nadała badanym czynnikom duże znaczenie. To wskazuje, że państwa w wielu przypadkach mają podobne podejście do określonych zagadnień.

Warto także odwołać się do wyników badań przeprowadzonych w latach 2013–2014 wśród 25 narodowych organizacji turystycznych (NTO) z wybranych krajów europejskich. Przedstawiciele poszczególnych organizacji oceniali wówczas znaczenie konkretnych działań. Do oceny ich ważności przyjęto skalę od 0 do 5 (gdzie 0 oznacza, że zjawisko nie występuje lub nie ma żadnego znaczenia dla badanej organizacji; 1 – wartość najniższa; 5 – wartość najwyższa) (Borzyszkowski, 2015). Okazało się, że problem zarządzania kryzysowego był, podobnie jak w wcześniej prezentowanym badaniu, oceniany bardzo nisko (średnia ocena wyniosła 1,75). Tak jak w wypadku badań Komisji Europejskiej, dość wysoko oceniono problem rozwoju zasobów ludzkich (średnia ocen 3,76). Podobieństwo między wynikami badań widać także w odniesieniu do rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych, które badane NTO oceniły średnio na 4,04 (w badaniach Ko-

misji Europejskiej w 13 na 20 możliwych przypadków oceniono je najwyżej). Pewną różnicę widać natomiast w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki. W ocenach Komisji Europejskiej w 10 przypadkach oceniono je średnio, a w 8 – wysoko. Badania przeprowadzone na grupie NTO wykazały, że czynnik ten był oceniany bardzo wysoko (średnia ocen 4,20) (Borzyszkowski, 2015).

Poza omówionymi 18 czynnikami Komisja Europejska wprowadziła również dodatkową pozycję – „inne”, w której państwa mogły wymienić zarówno dodatkowy czynnik istotny dla rozwoju turystyki, jak i określić jego ważność dla danego kraju. Warto podkreślić, iż zaledwie 7 państw odniosło się do tej pozycji i wyróżniły one następujące elementy:

- aktualny problem z uchodźcami i migrantami (wartość średnia) – Czechy;
- rozwój rynku dla singli (wartość wysoka) – Hiszpania;
- odkrywanie nowych nisz rynkowych (wartość wysoka) – Malta;
- rozwój turystyki na obszarach wiejskich (wartość wysoka), digitalizacja / nowe media (wartość wysoka) – Niemcy;
- zarządzanie obszarami recepcji turystycznej (wartość wysoka) – Słowacja;
- partnerstwo publiczno-prywatne oraz organizacji pozarządowych (wartość wysoka) – Słowenia;
- poprawa rentowności, głównie małych przedsiębiorstw (wartość wysoka), wydajne partnerstwa publiczno-prywatne na obszarach wiejskich (wartość wysoka), skuteczna sprzedaż i rozwój systemów rezerwacji dla MSP (wartość wysoka) – Szwecja.

Wskazane przez poszczególne państwa problemy są wyraźnie zróżnicowane. Duży nacisk położono m.in. na problem współpracy w turystyce, wyrażony partnerstwem publiczno-prywatnym (Słowenia, Szwecja). Należy jednoznacznie docenić podejście wspomnianych państw do tego zagadnienia, ponieważ jest ono bardzo istotne dla turystyki, będącej sektorem dynamicznym, wręcz wymagającym współpracy sektora publicznego i prywatnego (Malachovský, 2012). Co więcej, system zarządzania regionem zależy od jednoczesnego zaangażowania wielu

podmiotów zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego (Vanhove, 2005). Zarządzenie ORT powinno być oparte na działalności właściwej organizacji skupiającej się na współpracy publiczno-prywatnej (Padurean, 2010). Część krajów (Hiszpania, Malta) zwróciła również uwagę na kwestie rozwoju pewnych segmentów rynkowych, co wskazuje na ich ewentualne zaangażowanie w specjalizację określonych form turystyki. Warto wspomnieć o podejściu czeskim, w którym eksponuje się jak najbardziej aktualne problemy społeczno-ekonomiczne Europy, w tym wypadku problem uchodźstwa.

WNIOSKI

Wyselekcjonowanie i określenie hierarchii wyzwań stojących przed turystyką stanowi istotny punkt wyjścia do konstruowania krajowej polityki turystycznej. Zaprezentowane w pracy podejście odpowiednich podmiotów z wybranych krajów europejskich wyraźnie określa stosunek do omówionych problemów. Z drugiej strony badania świadczą również o trafności selekcji poszczególnych czynników przez Komisję Europejską, gdyż wyróżnione problemy znalazły odzwierciedlenie w wysokich notach przyznanych im przez badane państwa. Warto jednocześnie podkreślić różnorodność zaproponowanych kierunków działania, co może wskazywać na mnogość problemów, przed którymi stoi współczesna turystyka. Podmioty polityki turystycznej muszą prowadzić działania na różnych obszarach, tak aby sprostać coraz większej konkurencji na rynku. Ponadto intensyfikacja wielu z nich, zwłaszcza w ostatnich kilkunastu latach (m.in. zjawiska o charakterze kryzysowym), sprawia, że zakres działalności i zainteresowania analizowanych podmiotów relatywnie się zwiększa. Zaprezentowane problemy są dość zróżnicowane i często wynikają z określonego podejścia poszczególnych państw, warunkowanego specyfiką ich sytuacji w zakresie szeroko rozumianej turystyki, do zagadnień jej rozwoju.

Negatywnie należy się odnieść do dość niskich ocen niektórych czynników, które mają istotny wpływ na obraz współczesnej

turystyki, m.in. kwestii zmian demograficznych czy klimatycznych. Może to świadczyć o braku wiedzy na temat potencjalnego wpływu tych czynników na turystykę w poszczególnych destynacjach.

Główne obszary zainteresowań badanych podmiotów skupiały się wokół elementów przyczyniających się do poprawy konkurencyjności określonych destynacji. Położenie nacisku na jakość i dywersyfikację oferty turystycznej, podnoszenie jakości kadr czy stosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych wyraźnie pokazuje najważniejsze kierunki polityki turystycznej w najbliższych latach. Warto podkreślić, iż analiza zaprezentowanych obu wyników badań wskazuje na ich dużą zbieżność, a tym samym – zgodność w zakresie określania hierarchii poszczególnych czynników i wyzwań stojących przed współczesną turystyką.

Zaprezentowane w niniejszej pracy wyniki badań zostały przedstawione w sposób syntetyczny. Jednocześnie wskazują na ogólne podejście wybranych krajów do problemów współczesnej turystyki. Dane te powinny być cenną wskazówką zarówno dla państw, jak i decydentów z mniejszych obszarów recepcji turystycznej (np. regionów). Co więcej, tego typu badania powinny być prowadzone regularnie, co pozwoliłoby na określenie ewentualnych zmian w podejściu państw europejskich do problemów turystyki oraz prognozować przyszłe wyzwania i zagrożenia dla rynku turystycznego.

BIBLIOGRAFIA

- Alejziak, W. (1999). *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*. Kraków: Albis.
- Alejziak, W. (2012). Sekwencyjna analiza trendów turystycznych (SATT) jako instrument diagnozowania zmian w popycie turystycznym. W: A. Panasiuk (red.), *Popyt turystyczny. Zagadnienia podstawowe. Zeszyty Naukowe*, 697. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 82, 27–42.
- Bendito, V.V.F., Ramírez A.M. (2011). *The role of national tourism offices (NTOs) in the Promotion of International Tourism Destinations*. Pobrano z: http://pascal.iseg.utl.pt/~advance/iibc/programme_files/p8_bendito_ramirez.pdf [dostęp: 01.07.2017].

- Borzyszkowski, J. (2005). *Polityka turystyczna państwa*. Koszalin: Politechnika Koszalińska.
- Borzyszkowski, J. (2015). *Organizacje zarządzające obszarami recepcji turystycznej. Istota, funkcjonowanie, kierunki zmian*. Koszalin: Politechnika Koszalińska.
- Çetinkaya, A.S. (2009). *Destination competitiveness through the use of information and communication technologies. European and Mediterranean Conference on Information Systems*. Izmir: Crowne Plaza Hotel.
- Dodds, R. (2010). Destination marketing organizations and climate change – the Need for Leadership and Education. *Sustainability*, 2, 3449–3464.
- Edgell, D., Swanson, J. (2013). *Tourism policy and planning: yesterday, today, and tomorrow*. Oxon: Routledge.
- Europe Senior Tourism Program (2014). Pobrano z: <http://www.europesenior tourism.eu/pl/quest> [dostęp: 06.07.2017].
- Gatsou, M., Gray, L., Niininen, O. (2009). Crisis management: a case study from the Greek passenger shipping industry. W: N. Scott, E. Laws, B. Prideaux (red.), *Safety and security in tourism. Recovery marketing after crises* (s. 191-202). New York: The Haworth Hospitality and Tourism Press.
- Gretzel, U., Fesenmaier, D.R., Formica, S., O’Leary, J.T. (2006). Searching for the future: challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 45(2), 116–126.
- Malachovský, A. (2012). The systematic crisis of tourism in the context of the European tourism market. W: M. Jalinik, R. Ziółkowski (red.), *Rynek usług turystycznych* (s. 199–217). Białystok: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej.
- Marczak, M. (2013). Branding w turystyce – przykłady wykorzystania przez narodowe organizacje turystyczne (NTO) w wybranych krajach. W: *Gospodarka turystyczna w regionie. Rynek turystyczny – współczesne trendy, problemy i perspektywy jego rozwoju. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 304, 182–190.
- Mariani, M.M., Baggio, R. (2012). Special issue: managing tourism in a changing world, issues and cases. *Anatolia*, 23(1), 1–3.
- Mariani, M.M., Buhalis, D., Longhi, Ch., Vitouladiti, O. (2014). Managing change in tourism destinations: Key issues and current trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 269–272.
- Mich, L., Franch, M., Marzani, P. (2004). *Guidelines for excellence in the web sites of tourist destinations: a study of the regional tourist boards in the Alps*. IADIS International Conference e-Society.
- Padurean, L. (2010). *Looking at Destination Governance Through Three Lenses*. Vienna: BEST EN.
- Panasiuk, A. (2010). Uwarunkowania polityki turystycznej w Polsce w aspekcie globalizacji, kryzysu ekonomicznego oraz prezydencji Polski w Unii Europejskiej. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 9(4), 379–388.
- Panasiuk, A. (2014a). Determinanty i modele kształtowania roli państwa w gospodarce turystycznej. *Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*, 16, 159–175.
- Panasiuk, A. (2014b). *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*. Warszawa: Difin.
- Pawlicz, A. (2016). Wybrane aspekty funkcjonowania OTA na polskim rynku hotelarskim. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(34), 155–165.
- Pastras, P., Bramwell, B. (2013). A strategic-relational approach to tourism policy. *Annals of Tourism Research*, 43, 390–414.
- Roczne raporty za rok 2015 przedkładane Komisji Europejskiej (2016): Belgia (Walonia), Belgia (Niemieckojęzyczna Wspólnota Belgii), Bułgaria, Chorwacja, Czechy, Finlandia, Grecja, Holandia, Hiszpania, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Polska, Portugalia, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwecja. Bruxelles: European Commission.
- Sawińska, A. (2014). Seniorzy i preseniorzy jako perspektywny podmiot rynku turystycznego i rekreacyjnego. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 46, 171–177.
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Weir, B. (2017). Climate change and tourism – are we forgetting lessons from the past? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 108–114.
- Wodejko, S. (1997). *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Prywatna Wyższa Szkoła Handlowa.
- World Economic Forum (2009). *Towards a low carbon travel & tourism sector*. Pobrano z: <http://www.weforum.org/pdf/ip/att/ClimateChangeReportCopenhagen.pdf> [dostęp: 10.10.2017].
- World Tourism Organization (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: World Tourism Organizations.

Abstract

The approach of the national tourism policy entities
towards the contemporary challenges in the tourism sector

Background. The aim of the paper is to evaluate the most important challenges in the tourism sector in selected European countries. In the first part, a theoretical overview was conducted with regard to the problems of tourism policy. The second part presents the most significant challenges faced by the tourism sector. **Material and methods.** Here, the annual reports were applied which are submitted to the European Commission by the particular countries. The article also includes partial results of the research performed in years 2013–2014 among 25 European national tourist organizations. **Results.** The issue discussed in the paper is of particular significance for the tourism policy implemented by specific entities functioning on the domestic level. It presents the hierarchy of actions taken by particular countries in the area of influencing the tourism sector, as well as the problems of tourism policy most important for the analysed countries. **Conclusions.** The results of the study reveal the variety of the highlighted challenges, which could indicate a number of problems that contemporary tourism faces. However, some of them were evaluated relatively low (e.g. those in the area of demographic and climatic changes), which can reflect the lack of knowledge on the potential influence of these factors on tourism in particular destinations.

Key words: tourism policy, challenges for tourism, European countries

Praca wpłynęła do Redakcji: 28.09.2017

Po recenzji: 17.11.2017

Zaakceptowano do druku: 29.11.2017

Adres do korespondencji:

Jacek Borzyszkowski
Katedra Turystyki i Marketingu
Politechnika Koszalińska
ul. E. Kwiatkowskiego 6E
75-343 Koszalin
e-mail: jacbo@wp.pl

Jak cytować:

Borzyszkowski, J. (2017). Stosunek krajowych podmiotów polityki turystycznej do współczesnych wyzwań stawianych przed sektorem turystyki. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 59, 3–11.