



Marek Hendel

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Kolegium Zarządzania
Katedra Zarządzania Marketingowego i Turystyki
hendel.marek@gmail.com

ZNACZENIE POLITYKI TURYSTYCZNEJ W KSZTAŁTOWANIU POSTAW I ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW, ZGODNYCH ZE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Streszczenie: W artykule postawiono za cel przedstawienie znaczenia polityki turystycznej w kształtowaniu postaw i zachowań konsumentów, zgodnych ze zrównoważonym rozwojem. Politykę turystyczną uznano przy tym za jeden z możliwych instrumentów realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w turystyce w sferze konsumpcji. Na podstawie analizy literatury krajowej i zagranicznej przedstawiono działania możliwe do wykorzystania w polityce turystycznej, które pozwolą kształtować postawy i zachowania turystów, zgodne ze zrównoważonym rozwojem. W podsumowaniu wskazano na konieczność dalszej dyskusji w różnych obszarach bliskich podjętemu w pracy tematowi.

Słowa kluczowe: polityka turystyczna, turystyka zrównoważona, zrównoważony rozwój.

JEL Classification: E2, Q1, Z3.

Wprowadzenie

Tendencja do zmiany rozwoju turystyki w kierunku zrównoważonego rozwoju wśród rządów, organizacji międzynarodowych, społeczności lokalnych i innych zainteresowanych stron pojawiła się pod koniec XX w. [Zolfani i in., 2015]. W zdecydowanej większości dyskusja sprowadzała się do określenia potencjału samoregulacji rynku turystycznego, bazując na przepisach, zasadach i normach postępowania branży turystycznej, turystów i społeczności lokalnych, które nie są tworzone i egzekwowane przez rządy poszczególnych państw [Bramwell, Lane, 2010]. Rezultatem dyskusji był dość sprzeczny pogląd, że

indywidualne podejmowanie decyzji jest najbardziej skutecznym środkiem do osiągnięcia określonych celów, w tym również satysfakcji konsumentów, choć podejście to nie wydaje się wystarczające [Williams, Montanari, 1999].

Zrównoważony rozwój w turystyce stał się jednym z priorytetów instytucji międzynarodowych, czego przykładem są podstawowe dokumenty międzynarodowej legislacji o różnej randze i zasięgu [Przeorek-Smyka, 2013]. Zbieżne z rekomendacjami zawartymi w dokumentach są również wnioski z przeprowadzonych badań naukowych, które wskazują, że istotne znaczenie w tym przypadku mają strategiczne działania po stronie rządów i administracji poszczególnych państw, w szczególności na szczeblu lokalnym [Lemay, Rogers, Martin, 2014; Laitamaki i in., 2016]. Rola rządów i podległych im instytucji oraz administracji powinna się opierać na tworzeniu ogólnych zasad realizacji turystyki zrównoważonej poprzez uwzględnienie potrzeb rynkowych podmiotów strony popytu i podaży, których możliwość uczestnictwa w procesie realizacji jest z różnych względów ograniczona [Para, 2013].

Jak słusznie zauważają S. Nowak i A. Franczak [2013], doświadczenia wielu regionów na świecie wskazują, że właściwy rozwój turystyki jest możliwy jedynie wtedy, gdy odbywa się w sposób planowany. Dotyczy to zarówno działań na dużą skalę poprzez instrumenty legislacyjne i wdrażanie nowych idei, jak i mniejszych projektów, poprzedzonych dyskusją z zainteresowanymi stronami [Lebiedowska, 2010]. Dotychczasowe rezultaty działań w obszarze zrównoważenia w turystyce dalekie są jednak od zakładanych oczekiwań [Hsieh, 2012; Aall, 2014]. Występuje zatem konieczność zidentyfikowania na nowo takich instrumentów, które pozwolą z sukcesem realizować koncepcję zrównoważonego rozwoju w turystyce. Dlatego w artykule postawiono za cel przedstawienie znaczenia polityki turystycznej w kształtowaniu postaw i zachowań konsumentów, zgodnych ze zrównoważonym rozwojem. Politykę turystyczną uznano przy tym za jeden z możliwych instrumentów realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju w turystyce w sferze konsumpcji.

1. Turystyka zrównoważona w sferze konsumpcji

Dynamiczny rozwój sektora turystyki i umocnienie jego pozycji w strukturze gospodarek świata wydają się współcześnie niepodważalne, podobnie jak rola turystyki w gospodarce, której określenie stanowi przedmiot badań naukowych – szczególnie w sprecyzowaniu miejsca turystyki w relacji środowiska przyrodniczego z gospodarką oraz społeczeństwem, zgodnie z założeniami para-

dygmatu zrównoważonego rozwoju. W tym znaczeniu szczególną rolę przypisuje się turystyce zrównoważonej jako idei wywodzącej się z zasad zrównoważonego rozwoju [Durydiwka, Kowalczyk, Kulczyk, 2010], która uwzględnia te zasady w sposób kompleksowy w odniesieniu do gospodarki turystycznej [Nieżgoda, 2006].

Turystykę zrównoważoną uznaje się za koncepcję mającą na celu zmniejszenie napięć powstałych podczas złożonych interakcji pomiędzy przemysłem turystycznym, odwiedzającymi, środowiskiem przyrodniczym oraz społecznością, która jest gospodarzem turystów [Bramwell, Lane, 1993]. Tym samym turystykę zrównoważoną uznaje się za model idealny w ściśle zachowanych warunkach równowagi pomiędzy środowiskiem przyrodniczym, turystami, społecznością lokalną i usługodawcami turystycznymi [Durydiwka, Kowalczyk, Kulczyk, 2010]. Ponadto odwołuje się ją do ciągłego wzrostu konsumpcji dóbr i usług turystycznych, dążąc do niezmiennego zachowania stanu wzrostu w formie jak najbardziej przyjaznej środowisku [Zaręba, 2010], uwzględniając przy tym warunki ekonomicznego i społecznego rozwoju [Nieżgoda, 2006].

Spśród wielu obszarów realizacji zrównoważonego rozwoju konsumpcja w turystyce wymieniana jest jako potencjalnie dająca rezultaty wdrożenia [Sharpley, 2015]. Należy przy tym zwrócić uwagę na zjawisko konsumpcji zrównoważonej w turystyce, które można przedstawić jako bezpośrednie odzwierciedlenie zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce w sferze spożycia¹. W ocenie autora konsumpcję zrównoważoną w turystyce można również określić jako konsumpcję dóbr opartą na świadomym i odpowiedzialnym wyborze decydującym o realizacji potrzeb turystycznych z zachowaniem stanu harmonii pomiędzy konsumentem a lokalną społecznością, gospodarką i środowiskiem przyrodniczym, bez straty również dla przyszłych turystów i możliwości realizacji przez nich potrzeb. Tak przedstawione pojęcie pozwala na wyróżnienie dodatkowo kilku cech szczególnych, takich jak [Hendel, 2016]: wielowymiarowość, samograniczenie, minimalizacja negatywnych skutków konsumpcji i dążenie do całkowitej ich eliminacji czy holistyczny wymiar.

Można przyjąć za A. Niezgodą [2006, s. 46], że turystykę należy postrzegać jako „[...] nieodłączny element szerszej polityki rozwoju i jako jedno z potencjalnych narzędzi służących osiągnięciu optymalnej alokacji zasobów”. Planowy

¹ Kształtowanie postaw i zachowań konsumentów w turystyce, zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, jest równoznaczne z rozwojem konsumpcji zrównoważonej w turystyce. Podobnie podejmowane działania na rzecz rozwoju konsumpcji zrównoważonej w turystyce powodują zmiany w postawach i zachowaniach konsumentów, spójnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

rozwój turystyki zrównoważonej, również w sferze konsumpcji, powinien być przez to oparty na odpowiedniej polityce turystycznej, co wymaga odejścia od stosowanej we współczesnym modelu turystyki komercyjnej reguły podporządkowania jej rozwoju prawom rynku, czy zasady maksymalizacji zysku [Mika, 2008]. Polityka turystyczna staje się zatem istotnym instrumentem w kształtowaniu postaw i zachowań konsumentów, zgodnych ze zrównoważonym rozwojem.

2. Polityka turystyczna a kształtowanie postaw i zachowań konsumentów – miejsce zrównoważone rozwoju

Podstawowym zadaniem kształtowanej polityki turystycznej na obszarach lokalnych i regionalnych jest wyznaczenie działań na rzecz zmian w konsumpcji [Rapacz, Gryszel, Jaremen, 2008]. Polityka turystyczna odnosi się przy tym do rozwoju turystyki w kontekście form konsumpcji i produkcji [Estoł, Font, 2016]. Za punkt wyjścia w rozważaniach można jednak przyjąć pogląd E. Nawrockiej [2011, s. 175], która zwraca uwagę na cztery aspekty sensowności stosowania polityki turystycznej w ogóle, tj. mechanizm rynkowy nieradzący sobie ze wszystkimi problemami związanymi z rozwojem turystyki (negatywne efekty zewnętrzne dotyczące środowiska przyrodniczego czy społeczno-ekonomicznego); brak w pełni skomercjalizowanych dóbr, z których korzystają turyści, np. walory antropogeniczne; potrzeba koordynacji działań wielu podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych z różnych sektorów i branż tworzących ofertę turystyczną, ze względu na wymóg kompleksowości produktu turystycznego; przypisane turystyce funkcje, m.in. funkcje kulturowe i społeczne, co implikuje obecność turystyki w polityce społecznej i kulturowej państwa. Można więc określić, parafrazując pogląd S.M. Wheelera [2002], że kształtowanie postaw i zachowań konsumentów, zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, w kontekście polityki turystycznej jest szczególnym wyzwaniem obecnych czasów.

M.W. Kozak [2010] jest zdania, że polityka turystyczna powinna się opierać na nowym paradygmacie turystyki, uwzględniającym zmiany zachodzące po stronie turystów w kierunku zwiększonej świadomości swoich potrzeb, bycia otwartym na lokalną kulturę i tradycję. Większość wyróżnionych zmian przez badacza związana jest z konsumpcją zrównoważoną. Ich uwzględnienie, wraz z ogólnymi założeniami turystyki zrównoważonej w polityce turystycznej, wymaga więc oparcia na trzech fundamentach: polityki przyszłości, nowej filozofii zarządzania oraz wielopodmiotowej współpracy [Edgell, 2006].

Z kolei C.M. Hall [2007] na podstawie rozważań o konsumpcji turystycznej związanej z ruchem „slow” wyszczególnia kilka elementów, które powinna zawierać polityka turystyczna: rozwój nakazanych norm środowiskowych w różnych skalach ładu; przyjęcie analizy cyklu życia „od kołyski do kołyski” w odniesieniu do infrastruktury turystycznej i długości życia produktów; rozwój etycznych środków konsumpcji; wykorzystywanie podatków i innych środków do odzwierciedlenia pełnych kosztów środowiskowych rozwoju turystycznego. Wyszczególnione propozycje bliskie są kształtowaniu postaw i zachowań konsumentów, zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju.

W bezpośrednim odniesieniu polityki turystycznej do konsumpcji zrównoważonej charakter działań powinien zostać nakierowany na obszar wyboru podróży przez turystę, przepływie turystów oraz ich zachowaniu i świadomości, co szczegółowo przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Obszar działań polityki turystycznej w kierunku kształtowania postaw i zachowań turystów zgodnych ze zrównoważonym rozwojem

Obszar działań polityki turystycznej	
Wybór podróży i przepływ turystów	Zachowania i świadomość turystów
Działania na rzecz przeniesienia części wzmoczonego ruchu turystycznego w sezonie poza sezon turystyczny	Zachęcanie turystów do okazywania szacunku wobec lokalnej społeczności oraz unikania wszelkich zachowań mogących negatywnie wpłynąć na odwiedzany obszar
Podjęcie strategicznych decyzji dotyczących ograniczenia dostępu do obszarów chronionych. Decyzja ta dotyczy przede wszystkim wyboru pomiędzy wzrostem dochodów z udostępniania obszaru a zniechęcaniem do odwiedzin z powodu wrażliwości ekologicznej obszaru	Zachęcanie turystów do zwiększonego zainteresowania dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym odwiedzanego obszaru
Wpływanie na wybór środka transportu mieszczącego się w granicach zrównoważonego rozwoju	Nakierowanie działań na zachęcanie turystów do nabywania produktów lokalnych
Zachęcanie turystów do skorzystania z oferty podmiotów strony podaży przestrzegających zasady zrównoważonego rozwoju. Promowanie inicjatyw opartych na współpracy w celu wsparcia tychże przedsiębiorstw	Uświadamianie turystów co do konieczności redukcji negatywnego wpływu ich działalności na środowisko przyrodnicze. Szczególne zwrócenie uwagi na nadmierne zużywanie zasobów wody, energii oraz generowanie odpadów
Wprowadzanie ograniczeń dotyczących wielkości grupy odwiedzającej dany obszar, aby były mniej uciążliwe dla środowiska i społeczności	Promowanie dobrych praktyk w wypoczynku na świeżym powietrzu. Zachęcanie turystów do aktywności, obserwacji przyrody
Zachęcanie turystów do wydłużania pobytu w odwiedzanej miejscowości jako odpowiedź na coraz większą popularność krótkich wyjazdów turystycznych, uważanych często za mniej zrównoważone	Zachęcanie turystów do wspierania w różnorodny sposób projektów społecznych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: United Nations Environment Programme and World Tourism Organization [2005, s. 70].

Odpowiedzialność za sukces we wdrożeniu zrównoważonego rozwoju w turystyce przypisuje się w pierwszej kolejności rządowi krajowemu, które powinny koordynować i doprowadzać do równowagi ról i interesów grup interesariuszy

oraz chronić zasoby poprzez odpowiednią politykę i strategię rozwoju [Farmaki i in., 2015]. Charakter zaangażowania rządu, zdeterminowany jest zwłaszcza strukturą gospodarczą i polityczną, ale również i panującą ideologią polityczną, która ma niemały wpływ na kształt obu struktur w państwie [Sharpley, Knight, 2009; Andrades, Dimanche, 2017]. Pomimo tak powszechnie zdefiniowanych ról najczęściej wymienianymi problemami wdrażania polityki turystycznej opartej na zrównoważonym rozwoju są [Dodds, 2007; Duffy, Dwyer, 2018]: brak zaangażowania interesariuszy; brak integracji ram polityk regionalnych i krajowych; brak woli politycznej; brak koordynacji z innymi podmiotami rządowymi. Powyższe zestawienie może dziwić, zważywszy na powszechne wskazywanie przez badaczy wszystkich wymienionych problemów jako konieczności w realizacji turystyki zrównoważonej. Warto dodać, że wymienione problemy wiążą się z kształtowaniem postaw i zachowań konsumenta.

3. Wybrane problemy realizacji polityki turystycznej

Rynek turystyczny jest stosunkowo silnie regulowany przez podmioty publiczne m.in. w celu zmniejszenia asymetrii informacji, ograniczenia kosztów transakcyjnych, internalizacji efektów zewnętrznych, występowania monopoli lub wsparcia konsumpcji dóbr merytorycznych [Pawlicz, 2015]. W przypadku krajowej polityki turystycznej zwraca się jednak szczególną uwagę na konieczność stosowania zasady ideologicznej neutralności całej sfery turystyki i wypoczynku, przez co polityka turystyczna bardzo często przyjmuje liberalny i niewartościujący charakter, który nie narzuca społeczeństwu wzorów i sposobów wypoczynku [Alejziak, 1992]. Z kolei za podstawowe zadanie polityki turystycznej, niezależnie od skali (międzynarodowej, państw, regionów czy obszarów recepcji), uznaje się „[...] stwarzanie optymalnych warunków do rozwoju turystyki, popieranie zorientowanego na rynek i opartego na prywatnej własności i inicjatywie sektora turystycznego, który jest w stanie zaspokoić potrzeby turystyczne własnych obywateli, przynosząc przy tym wymierne korzyści terenom recepcyjnym oraz sprostać konkurencji na rynku międzynarodowym, nie niszcząc przy tym dziedzictwa kulturowego oraz środowiska przyrodniczego, które jest przecież podstawowym »surowcem« przemysłu turystycznego” [Alejziak, 2011, s. 362]. Kształtowanie zachowań i postaw zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju wśród konsumentów usług turystycznych zależne jest więc od kształtu polityki turystycznej. Dlatego konsumpcja zrównoważona w turystyce, podobnie jak turystyka zrównoważona, staje się ważnym elementem polityki turystycznej na każdym możliwym szczeblu realizacji [Kiryłuk, 2012].

Realizowanie polityki turystycznej opartej na konsumpcji zrównoważonej w turystyce nie jest jednak wolne od problemów. Występuje ogólna obawa rządów krajowych, że jakiegokolwiek działania nakierowane na realizację zrównoważonego rozwoju w obszarze konsumpcji w turystyce (np. mówienie konsumentom, że nie mogą wszędzie podróżować, konsumować wedle uznania, nie mogą zbyt często podróżować samolotem) wpływają negatywnie na elektorat, tracąc przez to społeczne poparcie [Gordon, Carrigan, Hastings, 2011]. Dlatego zaczynają występować skrajności w działaniu rządów – od działań informujących i edukujących na rzecz ograniczenia niezrównoważonej konsumpcji do działań naruszających wręcz suwerenność konsumenta [Sanne, 2002; Heiskanen i in., 2009]. Wydaje się więc, że kształtowanie postaw i zachowań turystów, zgodnych ze zrównoważonym rozwojem, zależy nie tyle od określenia konieczności działań na jej rzecz w polityce turystycznej, co od umiejętnego wyboru instrumentów i zastosowania ich na rzecz zrównoważenia stylu życia i konsumpcji turystycznej.

Powyższy warunek nie wydaje się prosty w realizacji. Występują bowiem zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy stosowania „zniechęcających” instrumentów, takich jak podwyżka podatków czy ograniczenia prawne, na rzecz możliwego zaostżenia istniejących już ograniczeń [Wilk, 2002]. Pojawiają się również propozycje łączenia instrumentów polityki i strategii na rzecz konsumpcji zrównoważonej, które nie będą rozwiązaniami dynamicznymi w stosunku do konsumentów [Heiskanen i in., 2009]. Utrudnieniem w tym przypadku jest podejście konsumentów, którzy z reguły są nie tylko przekonani do tego, że z sukcesem podejmują małe lub większe działania na rzecz np. ograniczenia własnego negatywnego wpływu na środowisko przyrodnicze, ale uważają, że taki problem zależy od wyborów indywidualnej jednostki, wskazując tym samym na niepotrzebny udział władz rządowych w rozwiązywaniu tych problemów [Smith, 1998]. Słuszne wydaje się zatem szczególnie zwrócenie uwagi w działaniach polityki turystycznej na rzecz konsumpcji zrównoważonej w turystyce na kształtowanie świadomości konsumpcyjnej.

Podsumowanie

Polityka turystyczna stanowi jeden z podstawowych instrumentów rozwoju turystyki. Kwestią najważniejszą w jej wykorzystaniu jest jednak określony kształt rozwoju turystyki, który może być nastawiony na przyciągnięcie jak największej liczby turystów, pomijając przy tym jakiegokolwiek negatywne efekty

takiego podejścia. Z drugiej strony polityka turystyczna może być nastawiona na minimalizowanie negatywnych efektów rozwoju turystyki. Należy podkreślić, że fundamentem realizacji polityki turystycznej jest konsument, który niezależnie od kształtu i charakteru polityki jest jej głównym odbiorcą.

W pracy wykazano, że polityka turystyczna może być narzędziem w kształtowaniu postaw i zachowań turystów, zgodnych ze zrównoważonym rozwojem. Warto podkreślić, że podjęte rozważania stanowią wstęp do szerszej dyskusji. We wskazanym obszarze przedmiotem badań powinien być m.in. rzeczywisty wpływ realizowanej polityki turystycznej opartej na zrównoważonym rozwoju na turystę, uwarunkowania kształtowania polityki turystycznej opartej na zrównoważonym rozwoju, czy możliwy wpływ konsumenta jako interesariusza na kształt i charakter polityki turystycznej.

Literatura

- Aall C. (2014), *Sustainable Tourism in Practice: Promoting or Perverting the Quest for a Sustainable Development?*, "Sustainability", Vol. 6, No. 5, s. 2562-2583.
- Alejsiak W. (1992), *Turystyka i wypoczynek jako element polityki społecznej w Polsce*, „Roczniki Naukowe AWF Kraków”, t. XXV, s. 5-37.
- Alejsiak W. (2011), *Globalna polityka turystyczna – utopia, alternatywa czy konieczność?*, „Folia Turistica”, nr 25(2), s. 343-392.
- Andrades L., Dimanche F. (2017), *Destination Competitiveness and Tourism Development in Russia: Issues and Challenges*, "Tourism Management", No. 62, s. 360-376.
- Bramwell B., Lane B. (1993), *Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach?*, "Journal of Sustainable Tourism", Vol. 1, No. 1, s. 1-5.
- Bramwell B., Lane B. (2010), *Sustainable Tourism and the Evolving Roles of Government Planning*, "Journal of Sustainable Tourism", Vol. 18, No. 1, s. 1-40.
- Dodds R. (2007), *Sustainable Tourism and Policy Implementation: Lessons from the Case of Calviá, Spain*, "Current Issues in Tourism", Vol. 10, No. 4, s. 46-66.
- Duffy S., Dwyer L. (2018), *Tourism in a Protected Landscape: Challenges to Sustainable Development. In Tourism Policy and Planning Implementation* [w:] K. Andriotis, D. Styliadis, A. Weindenfeld (eds.), *Tourism Policy and Planning Implementation*, Routledge, London, s. 94-114.
- Durydiwka M., Kowalczyk A., Kulczyk S. (2010), *Definicja i zakres pojęcia „turystyka zrównoważona”* [w:] A. Kowalczyk (red.), *Turystyka zrównoważona*, PWN, Warszawa, s. 21-44.
- Edgell D.L. (2006), *Managing Sustainable Tourism – A Legacy for the Future*, Haworth Press.

- Estol J., Font X. (2016), *European Tourism Policy: Its Evolution and Structure*, "Tourism Management", Vol. 52, s. 230-241.
- Farmaki A., Altinay L., Botterill D., Hilke S. (2015), *Politics and Sustainable Tourism: The Case of Cyprus*, "Tourism Management", Vol. 47, s. 178-190.
- Gordon R., Carrigan M., Hastings G. (2011), *A Framework for Sustainable Marketing*, "Marketing Theory", Vol. 11, No. 2, s. 143-163.
- Hall C.M. (2007), *The Possibilities of Slow Tourism: Can the Slow Movement Help Develop Sustainable Forms of Tourism Consumption*, Achieving Sustainable Tourism, 11-14 September, Helsingborg.
- Heiskanen E., Brohmann B., Fritsche U.R., Schonherr N., Aalto K. (2009), *Policies to Promote Sustainable Consumption: Framework for a Future-Oriented Evaluation*, "Progress in Industrial Ecology, An International Journal", Vol. 6, No. 4, s. 91-99.
- Hendel M. (2016), *Koncepcja konsumpcji zrównoważonej w turystyce jako możliwość realizacji założeń turystyki zrównoważonej*, „Marketing i Rynek”, nr 2, s. 13-19.
- Hsieh Y.C. (2012), *Hotel Companies' Environmental Policies and Practices: A Content Analysis of Their Web Pages*, "International Journal of Contemporary Hospitality Management", Vol. 24, No. 1, s. 97-121.
- Kiryłuk H. (2012), *Zrównoważony rozwój turystyki wyzwaniem współczesnej polityki turystycznej*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 259, s. 247-263.
- Kozak M.W. (2010), *Turystyka: niewykorzystywana szansa rozwojowa regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 42(4), s. 43-59.
- Laitamaki J., Hechavarría L.T., Tada M., Liu S., Setyady N., Vatcharasoontorn N., Zheng F. (2016), *Sustainable Tourism Development Frameworks and Best Practices: Implications for the Cuban Tourism Industry*, "Managing Global Transitions", Vol. 4, No. 1, s. 7-29.
- Lebiedowska B. (2010), *Some Aspects of Sustainable Development in Tourism of Metropolises and Metropolitan Regions. Sustainable Tourism in Metropolises*, "Polish Journal of Sport and Tourism", vol. 17, nr 3, s. 147-152.
- Lemay M.H., Rogers C., Martin D. (2014), *Sustainable Tourism in Belize*, Inter-American Development Bank.
- Mika M. (2008), *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej* [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, PWN, Warszawa, s. 406-482.
- Nawrocka E. (2011), *Rozwój turystyki i przestrzeń. Implikacje dla polityki turystycznej*, „Ekonomia”, nr 17(5), s. 171-185.
- Niezgoda A. (2006), *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań.

- Nowak S., Franczak A. (2013), *Regionalne strategie rozwoju a realizacja koncepcji zrównoważonej turystyki* [w:] S. Nowak (red.), *Ekonomiczno-organizacyjne problemy działalności turystycznej w regionach*, Akademia Wychowania Fizycznego, Katowice, s. 63-77.
- Para A. (2013), *Zasady zrównoważonego rozwoju turystyki – bariery i szanse dla branży turystycznej*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja”, nr 11(1), s. 5-16.
- Pawlicz A. (2015), *Wybrane problemy pomiaru regulacji rynku turystycznego*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, nr 27(3), s. 37-49.
- Przeorek-Smyka R. (2013), *Determinanty prawne zrównoważonego rozwoju turystyki w Unii Europejskiej i w Polsce. Wybrane problemy*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 304, s. 241-252.
- Rapacz A., Gryszel P., Jaremen D.E. (2008), *Udział mieszkańców w realizacji idei zrównoważonego rozwoju w gminach turystycznych* [w:] G. Gołębski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Akademia Ekonomiczna, Poznań, s. 162-179.
- Sanne C. (2002), *Willing Consumers – or Locked-in? Policies for a Sustainable Consumption*, „Ecological Economics”, Vol. 42, No. 1, s. 273-287.
- Sharpley R. (2015), *Sustainability: A Barrier to Tourism Development* [w:] R. Sharpley, D.J. Telfer (eds.), *Tourism and Development. Concept and Issues*, 2nd ed., Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto, s. 319-337.
- Sharpley R., Knight M. (2009), *Tourism and the State in Cuba: From the Past to the Future*, „International Journal of Tourism Research”, Vol. 11, No. 3, s. 241-254.
- Smith T.M. (1998), *The Myth of Green Marketing: Tending Our Goats at the Edge of Apocalypse*, University of Toronto Press, Toronto.
- United Nations Environment Programme and World Tourism Organization (2005), *Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers*.
- Wheeler S.M. (2002), *Constructing Sustainable Development/Safeguarding Our Common Future: Rethinking Sustainable Development*, „Journal of the American Planning Association”, Vol. 68, No. 1, s. 110-111.
- Wilk R. (2002), *Consumption, Human Needs, and Global Environmental Change*, „Global Environmental Change”, Vol. 12, No. 1, s. 5-13.
- Williams A.M., Montanari A. (1999), *Sustainability and Self-regulation: Critical Perspectives*, „Tourism Geographies”, Vol. 1, No. 1, s. 26-40.
- Zaręba D. (2010), *Ekoturystyka*, PWN, Warszawa.
- Zolfani S.H., Sedaghat M., Maknoon R., Zavadskas E.K. (2015), *Sustainable Tourism: A Comprehensive Literature Review on Frameworks and Applications*, „Economic Research”, Vol. 28, No. 1, s. 1-30.

**THE IMPORTANCE OF TOURISM POLICY IN SHAPE OF ATTITUDES
AND BEHAVIOURS OF CONSUMERS, CONSISTENT WITH
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Summary: The aim of the article is to present the importance of tourism policy in shape of attitudes and behaviours of consumers, consistent with sustainable development. Tourism policy was recognized as one of the possible instruments to implement the concept of sustainable development in tourism in the sphere of consumption. Based on the literature analysis, the author present activities that can be used in tourism policy to shape of attitudes and behaviours of consumers, consistent with sustainable development. In conclusion, the author pointed to the need for further discussion in various areas close to the subject taken at work.

Keywords: tourism policy, sustainable tourism, sustainable development.