

Włodzimierz Kędizorek, Eliza Różycka
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Płocku

TURYSTYKA W DOBIE GLOBALIZACJI I INTERNACJONALIZACJI DZIAŁALNO- ŚCI GOSPODARCZEJ

Streszczenie:

Turystyka w epoce globalnej i regionalnej gospodarki, stanowi dobry przykład ilustrujący wpływ otwartych rynków w na rozwój nowych gałęzi, które pojawiły się w ciągu ostatnich 50 lat oraz ekspansję firm działających w ustabilizowanych warunkach.

W artykule przedstawiono dane statystyczne, które potwierdzają dynamiczny rozwój turystyki pod wpływem zachodzących przemian w gospodarce światowej, a związanych z liberalizacją i powiększeniem się rynków, które poprzednio ograniczały się do gospodarek narodowych.

Druga część artykułu rozważa przyczyny rozwoju turystyki w świetle międzynarodowej teorii wymiany ekonomicznej. Turystyka międzynarodowa jest częścią składową wymiany międzynarodowej, w związku z czym przyczyn jej rozwoju winno się poszukiwać w ogólnej teorii międzynarodowych stosunków gospodarczych.

Rzeczony ruch turystyczny wykracza poza obrót usługami i migracje ludności. Na międzynarodowe przepływy gospodarcze składają się: międzynarodowy handel produktami materialnymi, międzynarodowy handel usługami (w tym m.in. usługi turystyczne czy też transport pasażerski), międzynarodowy przepływ kapitału, międzynarodowy samoistny ruch ludzi, międzynarodowy przepływ wiedzy technicznej. Turystyka generuje bowiem przepływ towarów, pod postacią zakupów indywidualnych oraz importu na potrzeby rozwoju tej branży, przepływ kapitału - vide działalność korporacji transnarodowych. Znaczna część innowacji ulega też szybkiemu upowszechnieniu dzięki popularności, jaką zdobyły wśród uczestników ruchu turystycznego. Odnosi się to np. do aplikacji mobilnych, systemów rezerwacji komputerowej czy kart płatniczych.

Czynniki rozwoju międzynarodowej wymiany turystycznej mogą zostać zidentyfikowane analogicznie do czynników rozwoju międzynarodowej wymiany handlowej. Ze względu na ich transgraniczny charakter turystyka jest w stanie szybciej niż inne obszary gospodarki wykorzystać zalety integracji międzynarodowej, jednak pod warunkiem, że jej ekspansja przebiega w wa-

runkach całkowitej swobody wolnej od rozwiązań protekcyjnych. Turystyka przynosi analogiczne korzyści do opisanych w tradycyjnych teoriach handlu międzynarodowego, a mianowicie korzyści z wymiany i zalety specjalizacji. Otwarta wymiana turystyczna generuje korzyści ekonomiczne: względne zmiany ceny, wzrost i dywersyfikację produkcji, podnosi jakość świadczonych usług przy znacznie niższych kosztach.

Słowa kluczowe: międzynarodowa turystyka w kontekście gospodarki światowej, międzynarodowe przepływy w gospodarce i ich wpływ na turystykę, czynniki rozwoju turystyki,

Wprowadzenie

Współczesny rozwój turystyki, który dokonał się w okresie ostatnich 50 lat jest niewątpliwym efektem najbardziej intensywnego rozwoju gospodarki światowej oraz skutkiem zachodzących w niej procesów globalizacji i internacjonalizacji większości rozwiniętych państw świata. Procesy te znajdują swoje wyjaśnienie w teoriach rozwoju gospodarczego, a w wielu aspektach, stanowią następstwo przeobrażeń czynników ilościowych w jakościowe (efekt synergii) wywołanych przez globalizację jako proces oddziaływania więzi ekonomicznych, społecznych czy kulturowych.

Turystyka w naturalny sposób związana jest z międzynarodowym przepływem osób oraz zastosowaniem nowych technologii, których wykorzystanie przyczynia się do zwiększenia efektów ekonomicznych, społecznych i środowiskowych, o których mowa jest w teorii globalizacji.

1. Wielkość i czynniki rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego

Wciąż wzrastająca liczba ogólnoświatowych kierunków podróży otworzyła przed turystyką nowe możliwości. Sprawiała, że turystyka stanowi aktualnie jeden z głównych czynników postępu społeczno-gospodarczego dzięki przychodom z eksportu, tworzeniu przedsiębiorstw i miejsc pracy, a także dzięki rozwojowi infrastruktury.

Na przestrzeni ostatnich sześciu dekad możemy zaobserwować, że turystyka permanentnie się rozwija i ulega dalszej dywersyfikacji, stając się jednym z największych i najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki na świecie.

Pomimo przejściowych wahań liczba międzynarodowych podróży wykazuje niemal nieprzerwany wzrost. Choć liczba ta nie należy do najlepszych wskaźników ekonomicznego znaczenia turystyki, to jej przyrost notowany od początku lat 50 XX wieku – z 25 mln w 1950 roku do 278 mln w 1980, 528 mln w 1995 i 1087 mln w roku 2013 [UNWTO, 2014, s. 2] oraz prognozą 1,36 mld w 2020 roku i 1,809 mld w 2030 roku [UNWTO, 2014, s. 15] – potwierdza nadzwyczajną dynamikę tego sektora. W tym samym okresie dochody z turystyki międzynarodowej wzrosły do poziomu 1159 bln dolarów (tabela 1).

Tabela 1. Przyjazdy turystów według regionów UNWTO oraz wpływy z turystyki międzynarodowej w 2013 r.

Region	Przyjazdy (mln)	Wpływy (bln USD)	Wpływy w przeliczeniu na jedną podróż (USD)
Świat ogółem	1 087	1 159	1 170
Gospodarki rozwinięte	581	745	1 280
Gospodarki rozwijające się	506	413	820
Europa	563,4	489,3	870
Europa Północna	68,9	74,2	1 080
Europa Zachodnia	174,3	167,9	960
Europa Środkowo-Wschodnia	118,9	59,9	500
Europa Południowa i Region Śródziemnomorski	201,4	187,3	930
Azja i Pacyfik	248,1	358,9	1 450
Azja Północno-Wschodnia	127,0	184,7	1 450
Azja Południowo-Wschodnia	93,1	107,4	1 150
Oceania	12,5	42,6	3 410
Azja Południowa	15,5	24,3	1 570
Ameryki	167,9	229,2	1 360
Ameryka Północna	110,1	171,0	1 550
Karaiby	21,2	24,8	1 170
Ameryka Środkowa	9,2	9,4	1 020
Ameryka Południowa	27,4	23,9	870
Afryka	55,8	34,2	610
Afryka Północna	19,6	10,2	520
Afryka Subsaharyjska	36,2	24,0	660
Bliski Wschód	51,6	47,3	920

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: UNWTO (2014). Tourism Highlights. 2014 Edition, s. 4-5.

Zarówno okresowe spadki, jak i sporadyczne gwałtowne przyrosty tempa wzrostu liczby podróży turystycznych wiążą się z ogólnogospodarczą i polityczną sytuacją. Dla przykładu spowolnienie tempa wzrostu na początku lat 70. XX wieku wynikało z kryzysu naftowego [Dachniewska, 2010, s. 103].

Tendencja rozwojowa turystyki międzynarodowej stanowi konsekwencję zjawisk gospodarczych występujących po stronie popytu i podaży. Z jednej strony mamy do czynienia z nieustannym wzrostem przychodów gospodarstw domowych, wydłużaniem czasu wolnego i jednocześnie wydłużaniem życia, poprawą warunków zdrowotnych społeczeństw i zmniejszaniem wieku emerytalnego, z drugiej strony po stronie podaży mamy wzrost liczby miejsc recepcyjnych,

ułatwienia w zakresie przekraczania granic, rewolucję informatyczną oraz stały rozwój transportu. Dynamiczne przeobrażenia w sektorze lotniczym i motoryzacyjnym prowadzą do zjawiska „kurczenia się świata” i dają możliwość włączenia do ruchu turystycznego niemalże wszystkich grup dochodowych.

Skalę międzynarodowego ruchu turystycznego determinują bardzo różnorodne czynniki, wśród których możemy wymienić czynniki ekonomiczne, polityczne, administracyjne, społeczno-kulturowe, geograficzne i pozostałe [Panaśnik, 2007, s. 195].

Czynniki ekonomiczne wpływają na wielkość międzynarodowego ruchu turystycznego dwutorowo. Po pierwsze, uczestnictwo w międzynarodowych podróżach turystycznych jest przywilejem społeczeństw względnie bogatych. Po drugie, w ramach turystyki masowej, jako miejsce docelowe podróży turysta wybiera z reguły państwo rozwinięte ekonomicznie, odznaczające się odpowiednim poziomem dostępności transportowej oraz rozwiniętą bazą towarzyszącą (zakwaterowanie, wyżywienie).

Potwierdzenie tych zjawisk można znaleźć, analizując dane z tabeli 1 – podróże do Afryki stanowią margines wyjazdów, co wynika z braku potrzebnej infrastruktury, wysokich kosztów transportu i niestabilnej sytuacji politycznej. Liczba przyjazdów zagranicznych na ten kontynent w 2013 roku ukształtowała się na poziomie 55,8 mln, dla porównania liczba przyjazdów do Hiszpanii wyniosła wówczas ponad 60 mln. [UNWTO, 2014, s. 8]

Istotnym czynnikiem są wahania kursów walutowych. Mocna waluta determinuje wzrost cen usług turystycznych w danym państwie (lub grupie państw, np. w strefie euro), słaba zaś relatywny ich spadek.

Najczęściej wymieniane czynniki opisujące międzynarodowy popyt turystyczny zostały wymienione przez L.W. Turnera, Y. Reisingera i S. Witta. Zostały one przedstawione w poniższej tabeli (tabela 2). Ruch turystyczny podzielony został na trzy segmenty: turystykę biznesową (B), wakacyjną (H) odwiedziny znajomych i rodziny (VFR). Plus jest symptomem dodatniej korelacji pomiędzy czynnikiem a danym typem turystyki, minus natomiast ujemnej. [Turner, Reisinger, Witt 1998, s. 194].

Tabela 2. Standardowe czynniki wpływające na wielkość popytu turystycznego

Czynnik	Typ turystyki		
	B	H	VFR
Populacja kraju emisji	+	+	+
PKB	+	+	+
Koszt pobytu w kraju recepcji		-	-
Koszt pobytu w krajach konkurencyjnych dla kraju recepcji		+	+
Koszt transportu do kraju recepcji		-	-
Koszt transportu do krajów konkurencyjnych		-	-
Wielkość wymiany handlowej	+		

Źródło: Turner L.W., Reisinger Y., Witt S. (1998). *Tourism Demand Analysis Using Structural Equation Modeling*. *Tourist Economics*, no. 4, s. 301-323 [za:] Panaśnik A. (2007). *Ekonomika Turystyki*. Warszawa: PWN, S. 194.

Wymienieni autorzy biorą pod uwagę także inne czynniki wpływające na popyt turystyczny, np. poziom cen kraju generującego ruch turystyczny bądź współczynnik zaufania gospodarczego kraju recepcji. Zmienne te pośrednio oddziałują na popyt. Poziom cen kraju emisji może negatywnie wpływać na turystykę wakacyjną i odwiedziny u znajomych i krewnych, ponieważ odzwierciedla on wydatki substytucyjne względem turystyki. Niemniej poziom cen może pozytywnie wpływać na turystykę biznesową, gdyż oznacza wzrost aktywności gospodarczej. W kwestii turystyki wypoczynkowej największym wpływem odznacza się poziom cen w kraju recepcji.

Czynniki polityczne mają związek z poziomem ryzyka, jakie ponosi turysta, podróżując do danego kraju. Terroryzm, niepewna sytuacja polityczna, klęski żywiołowe bądź epidemie skutecznie osłabiają tempo rozwoju ruchu turystycznego niż kryzysy gospodarcze. Konsekwencją epidemii SARS i ptasiej grypy na początku tysiąclecia był drastyczny spadek ruchu turystycznego w Azji Południowo-Wschodniej: w kwietniu 2003 roku do Singapuru przyleciało aż o 67% mniej turystów w stosunku w porównaniu z rokiem 2002. Kryzys w Iraku uderzył w głównie w Bliski Wschód (nałożył się na to zaostrzający się konflikt palestyńsko-izraelski). Na wielkość przyjazdowego ruchu turystycznego do Azji Południowo-Wschodniej miało wpływ trzęsienie ziemi (tsunami w grudniu 2004 roku). Spadek ruchu turystycznego w basenie Karaibów jesienią 2005 roku spowodowały huragany. Tego samego roku przejawy terroryzmu (w tym zamachy w Londynie) skutkowały spadkiem zainteresowania podróżami do metropolii europejskich i krajów Bliskiego Wschodu. Egipt, w którym dochody z turystyki międzynarodowej stanowią drugie po Kanale Sueskim źródło przychodów państwa, w 2011 roku odnotował spadek dochodów z turystyki o ponad 33% w stosunku do roku wcześniejszego. Liczba turystów odwiedzających Egipt obniżyła się z 14,7 mln do 9,8 mln, a wpływy z turystyki z 12,5 mld dolarów w 2010 do 8.8 mld w 2011 roku. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 186]. Epidemia Eboli w 2014 roku spowodowała zapaść na afrykańskim rynku turystycznym. Skutki eboli odczuła boleśnie branża turystyczna w całej Afryce, bowiem podróżujący unikali nie tylko regionów zarażonych ebolą – Gwinei, Sierra Leone, Nigerii i Liberii, lecz całego kontynentu.[www 1]. Nieustające w ostatnim okresie ataki somalijskich dżihadystów wyludniły plaże wokół Lamu i Mombasy, boleśnie godząc w kenijską turystykę. Hotelarze z kenijskiego wybrzeża Oceanu Indyjskiego oraz pracownicy rezerwatów przyrody informują, że turyści zaczęli odwoływać przyjazdy do tego kraju po tragicznym ataku islamskich terrorystów z al-Szabaab na kampus uniwersytetu w Garissie, na południowym wschodzie graniczącej z Somalią Kenii. W ataku zginęło 148 osób, ok. 80 zostało rannych, a wiele osób wciąż uważa się za zaginione. Mrozące krew w żyłach relacje tych, którzy przeżyli wywołały głęboki szok w Kenii, zadały nowy cios planom prezydenta Uhuru Kenyatty rozwijania sektora turystyki. Sektor ten stanowiący znaczącą część gospodarki tego kraju, znajduje się na krzywej opadającej od 2013 r., kiedy ludzie z al-Szabaab wdarli się do luksusowego centrum handlowego w Nairobi i w trakcie 4-dniowego krwawego oblężenia zabili 67 ludzi. Od tego momentu nieprzerwane napady tej organizacji i ostrzeżenia przed wyjazdami

do Kenii władz brytyjskich, amerykańskich i australijskich wyludniły plaże pod palmami, zmuszając hotele do zwalniania pracowników. [www 3].

Mimo wszystko sektor turystyczny jest stosunkowo odporny na wydarzenia polityczno-ekonomiczne. Zamachy terrorystyczne z 11 września 2001 roku były przyczyną spadku liczby odwiedzających: ruch turystyczny w Azji Południowej zmniejszył się o 24%, w Ameryce o 20%, a na Bliskim Wschodzie o 11%, ale już w 2002 roku liczba turystów odwiedzająca Amerykę Północną zaczęła rosnąć.

Na czynniki administracyjne składają się: obowiązek posiadania paszportu przy wyjazdach zagranicznych, obowiązek wizowy, meldunku, konieczność wymiany walut, formalności celne, kontrole paszportowe itp. Po 11 września 2001 roku kontrole wjazdowe oraz procedura wydawania wiz w USA uległy zastrzeżeniu, co natychmiast negatywnie odbiło się na wielkości ruchu turystycznego. Z dniem 1 października 2003 roku zaczęły obowiązywać wizy dla obywateli polskich podróżujących na Białoruś i do Rosji, co w sposób istotny ograniczyło ruch turystyczny pomiędzy Polską a Rosją. [Dziedzic, Łopaciński, Saja, Szegidewicz, 2009]. Natomiast zniesienie kontroli paszportowych oraz wprowadzenie wspólnej waluty w większości krajów europejskich pobudzało wzrost ruchu turystycznego w krajach UE.

Czynniki społeczno-kulturowe decydują o atrakcyjności danego kraju i są w znacznym stopniu ukształtowane przez historię. Obejmują one elementy niematerialne (np. utrwalony wizerunek postaw narodowych, walory kulinarne czy folklor) i materialne (charakterystyczne zabytki, przedmioty sztuki zgromadzone w danym kraju). Niebagatelne znaczenie ma czynnik oryginalności oraz niepowtarzalności. Czynniki te mogą także wpływać bardzo negatywnie na wizerunek państwa, stąd też walczy się ze stereotypami często hamującymi ruch turystyczny.

Do czynników geograficznych należy położenie kraju (np. położenie względem rynków emisji ruchu turystycznego, lokalizację w określonej strefie klimatycznej) oraz środowisko naturalne. Kreacja tych czynników jest w sumie niemożliwa, niemniej istnieje możliwość ich właściwej pielęgnowania i wykorzystania.

Pozostałe czynniki obejmują w głównej mierze preferencje i modę, zatem te same czynniki, które kształtują także krajowy popyt turystyczny.

Okres ostatnich 50 lat dowodzi, że negatywne następstwa kryzysów gospodarczych czy też politycznych nigdy nie trwały długo i wiązały się raczej ze zmianą struktury ruchu turystycznego aniżeli z jego faktycznym ograniczeniem. Wydarzenia takie jak ataki terrorystyczne, czy też epidemie, z reguły odbijały się negatywnie na rynku podróży długodystansowych, jednocześnie przynosiły jednak nasilenie regionalnego i/lub krajowego ruchu turystycznego. Zmienia się zakres, czas trwania podróży i struktura spożycia, a także wielkość wydatków w czasie pobytu w miejscu docelowym, jednak samo zainteresowanie podejmowaniem podróży turystycznych w zasadzie się nie zmienia.

Pomimo umiędzynarodowienia turystyki rynki krajów sąsiadujących w dalszym ciągu stanowią na każdym kontynencie najważniejsze obszary turystyki przyjazdowej. Około 80% turystyki zagranicznej odbywa się w obrębie kontynentu zamieszkiwanego przez turystę. Mieszkańcy krajów UE najchętniej spędzają swój wolny czas nad Morzem Śródziemnym lub w Alpach. Japończycy

najczęściej podróżują po krajach Azji. Wyjazdy międzykontynentalne obejmują jedynie 1/5 wszystkich wyjazdów zagranicznych. [UNWTO,2014, s. 12]. Co więcej, stały wzrost międzynarodowego ruchu turystycznego wynika przede wszystkim ze zwiększającej się wymiany pomiędzy rozwiniętymi regionami świata, co z kolei sprawia, że ruch turystyczny jest zjawiskiem bardzo skoncentrowanym.

Tabela 3. Liczba podróży według regionów generujących przychody (w mln \$)

Region	1990	2000	2013
Świat ogółem	434	677	1087
Europa	261,1	388,2	563,4
Azja i Pacyfik	55,8	110,1	248,1
Ameryki	92,8	128,2	167,9
Afryka	14,7	26,2	55,8
Bliski Wschód	9,6	24,1	51,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: UNWTO (2014). Tourism Highlights. 2014 Edition, s.13.

Europa w dalszym ciągu obsługuje ponad połowę wszystkich światowych migracji turystycznych. Odnacza się także największymi wpływami z tego tytułu. Niemniej dane zawarte w powyższej tabeli wskazują, że hegemonia turystyczna Europy jest zagrożona przez rynek azjatycki¹. Klasyczne kraje turystyczne stopniowo tracą również udział w rynku w związku z coraz szybszym wzrostem liczby przyjazdów do krajów rozwijających się.

Tabela 4. Główne kraje recepcji turystycznej w 2013

Lp.	Kraj	Liczba turystów przyjeżdżających (mln)	Wpływy (mld USD)
1.	Francja	84,7	56,1
2.	USA	69,8	139,6
3.	Hiszpania	60,7	60,4
4.	Chiny	55,7	51,7
5.	Włochy	47,7	43,9
6.	Turcja	37,8	28,0
7.	Niemcy	31,5	41,2
8.	Wielka Brytania	31,2	40,6
9.	Rosja	28,4	12,0
10.	Tajlandia	26,5	42,1
17.	Polska	15,8	10,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: UNWTO (2014). Tourism Highlights. 2014 Edition, s. 8-11.

¹ Dowodzi to tezy, że światowy ruch turystyczny jest nierozzerwalnie związany z tempem rozwoju gospodarczego.

Pierwsza dziesiątka krajów przyjmujących największą liczbę turystów międzynarodowych w 2013 roku koncentrowała aż 45% globalnej liczby przyjazdów odnotowanych w skali świata.

W pierwszej dziesiątce krajów znalazły się w głównej mierze kraje wysoko rozwinięte. Warto zwrócić szczególną uwagę na wysoką pozycję Chin, które w ciągu ostatnich lat cieszą się dynamicznym wzrostem liczby turystów – w 1990 roku odwiedziło ten kraj 10 mln osób, w 2005 - 46,8 mln a w 2013 roku już 55,7 mln osób. Przychody tego państwa z turystyki przyjazdowej odznaczają się podobnym tempem wzrostu, niemniej w dalszym ciągu są one znacząco niższe niż przychody Hiszpanii i Francji oraz wielokrotnie niższe niż przychody USA, choć obydwa te kraje przyjmują podobną liczbę turystów zagranicznych.

2. Przyczyny rozwoju międzynarodowej wymiany turystycznej w świetle teorii ekonomicznych

Turystyka międzynarodowa jest częścią składową wymiany międzynarodowej, w związku z czym przyczyn jej rozwoju winno się poszukiwać w ogólnej teorii międzynarodowych stosunków gospodarczych. Na międzynarodowe przepływy gospodarcze składają się:

- międzynarodowy handel produktami materialnymi,
- międzynarodowy handel usługami (w tym m.in. transport pasażerski oraz usługi turystyczne),
- międzynarodowy przepływ kapitału,
- samoistny ruch międzynarodowy ludzi (wraz z migracjami turystycznymi),
- międzynarodowy przepływ wiedzy technicznej. [Balcerowicz, 1987, 18-21].

Rozwój ruchu turystycznego wykracza poza obrót usługami i migracje ludności. Turystyka generuje bowiem przepływ towarów (w formie zakupów indywidualnych oraz importu na potrzeby rozwoju tej branży), przepływ kapitału (działalność korporacji transnarodowych) i wiedzy technicznej (wiele innowacji uległo szybkiemu upowszechnieniu dzięki popularności, jaką zdobyły wśród uczestników ruchu turystycznego - odnosi się to np. do kart płatniczych, aplikacji mobilnych, systemów rezerwacji komputerowej). [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 190].

Czynniki rozwoju międzynarodowej wymiany turystycznej mogą zostać zidentyfikowane analogicznie do czynników rozwoju międzynarodowej wymiany handlowej. Podstawowe teorie rozwoju handlu międzynarodowego obejmują:

- teorie neoczynnikowe upatrujące przyczyn rozwoju handlu międzynarodowego w poziomie kosztów względnych, różnicach w wyposażeniu w zasoby naturalne i niejednorodności czynników pracy oraz kapitału. Ich istota wyraża się w uogólnionej zasadzie obfitości zasobów, według której każdy kraj powinien eksportować towary, których wytwarzanie wiąże się z większym zastosowaniem relatyw-

nie obfitych czynników produkcji, a importować towary, których produkcja wymaga większego zastosowania czynników względnie mało obfitych;

- teorie neotechnologiczne, które w centrum swego zainteresowania lokują zmiany spowodowane ciągłym postępem technicznym (stąd teoria luki technologicznej, teoria cyklu życia produktu oraz teoria korzyści skali będąca ich uzupełnieniem);
- teorie popytowo-podażowe, w myśl których jedną z istotnych korzyści z rozwoju handlu międzynarodowego jest lepsze zaspokojenie potrzeb konsumentów i inwestorów w zakresie ilości i jakości dostępnych dóbr. [Czarny, 2002, s. 23-41].

Czynnik trwałego lub przejściowego braku określonych produktów (turystycznych) na rynku wiąże się bezpośrednio z poziomem wyposażenia poszczególnych państw i regionów w warunki naturalne (np. klimatyczne bądź odnoszące się do walorów krajobrazowych) lub antropogeniczne (dzieła rąk ludzkich mające charakter unikatowy w skali świata, regionu albo państwa). Składają się one na podstawę atrakcyjności państw/obszarów i źródło renty turystycznej. Jeśli walory mają charakter unikatowy w skali świata, to otrzymywaną rentę turystyczną nazywamy rentą monopolową. Taka sytuacja towarzyszy głównie walorom naturalnym, religijnym (sanktuaria i miejsca kultu), leczniczym, a także niektórym walorom architektonicznym (niepowtarzalne założenia urbanistyczne – Wenecja, Rzym, starożytne Machu Picchu i pojedynczych obiektów – piramidy egipskie, wieża Eiffła. Tadz Mahal). Brak określonego typu walorów naturalnych może jawić się jako przeszkoda w rozwoju pewnych form turystyki kwalifikowanej (narciarstwo, żeglarstwo, speleologia czy też surfing) i uniemożliwić kreowanie określonej oferty turystycznej w danym kraju. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 190-191].

Według modelu Heckshera-Ohlina [Budnikowski, 2006, s. 84-90] każde państwo specjalizuje się w produkcji zgodnie z dostępnymi zasobami środków produkcji. Świadczenie usług turystycznych nie wymaga wysoko wykwalifikowanej siły roboczej, wymaga jej z kolei działalność organizacyjna. Państwa biedniejsze są na ogół w posiadaniu tańszej siły roboczej, co skutkuje produkcją usług pracochłonnych właśnie tam. Natomiast w myśl teorii przewag (kosztów) komparatywnych D. Ricardo [Rymarczyk, 2006, s. 24] przesłanką specjalizacji i handlu międzynarodowego jest występowanie komparatywnych różnic w kosztach wytwarzania: dane państwo winno się specjalizować w produkcji w zgodzie do posiadanych zasobów, determinuje to bowiem produkcję po najniższych kosztach. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 191].

Można przyjąć, że udziałem turystyki są analogiczne korzyści opisywane w tradycyjnych teoriach handlu międzynarodowego mianowicie korzyści z wymiany oraz korzyści ze specjalizacji. Biorąc pod uwagę względy ekonomicznej opłacalności, każdy kraj próbuje eksportować te produkty, w których osiągnął wysoką specjalizację - to samo zjawisko kieruje działalnością usługodawców turystycznych. Otwarta wymiana turystyczna rodzi korzyści ekonomiczne: względ-

ne ceny zmieniają się, rośnie i różnicuje się produkcja, podnosi się również jakość przy istotnie niższych kosztach świadczenia usług, niż byłoby to możliwe przy autarkii. Reakcja na zmiany względnych cen i dostosowywanie struktury produkcji do wymogów rynku światowego pozwoli gospodarce na osiągnięcie dodatkowych zysków wynikających ze specjalizacji. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 191].

Rozwój turystyki międzynarodowej jest w wielu kwestiach zbieżny z modelami rozwoju handlu międzynarodowego, np. w aspekcie lokalizacji działalności na rynkach o relatywnie tanich zasobach siły roboczej. Umożliwia to w dużej mierze rozwój technologii, w szczególności możliwość zastępowania atrakcji naturalnych sztucznymi warunkami do uprawiania turystyki, dzięki którym wyposażenie w określone walory naturalne przestaje być niezbędnym czynnikiem lokalizacji inwestycji. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 194].

Powstawanie atrakcji bez względu na historyczne wyposażenie kraju w walory turystyczne (budowa parków rozrywki, enklaw turystycznych) umożliwia kreowanie nowych obszarów turystycznych w miejscach, gdzie wyposażenie w tanią siłę roboczą czyni tę działalność wyjątkowo dochodową i gdzie w sumie nie ma alternatywy gospodarczej.

Znacząca część obecnego masowego ruchu turystycznego to wyjazdy typu 3 x S² Segment ten odznacza się dużą możliwością substytucji walorów. Enklawy turystyczne tworzone są w państwach o najniższym koszcie siły roboczej, realizowane jednak przez wysoko wykwalifikowaną kadrę korporacji transnarodowych, pochodzącą z państw najwyżej rozwiniętych. Nadwyżki kapitałowe państw wysokorozwiniętych umożliwiają finansowanie tych inwestycji oraz zagwarantowanie wysokiego poziomu standardu wyposażenia i obsługi przy nakładach wielokrotnie niższych aniżeli wymagane w kraju macierzystym.

Niemniej kwestia homogeniczności produktu zarówno w modelu Heckshera-Ohlina, jak i modelu przewagi komparatywnej w przypadku usług turystycznych może zostać podważona. Po pierwsze bowiem, turyści (szczególnie z krajów rozwiniętych) oczekują usług o coraz wyższym standardzie, które nie zawsze mogą być im dostarczone w krajach słabiej rozwiniętych. Po drugie, podróże turystyczne do różnych części świata trudno ze sobą porównać z uwagi na unikatowość licznych walorów turystycznych. Ponadto międzynarodowa wymiana turystyczna (podobnie jak inne formy działalności gospodarczej) ulega przeobrażeniom na skutek następujących zjawisk:

- gospodarki poszczególnych państw upodabniają się do siebie (w następstwie procesów integracji ekonomicznej, umiędzynarodowienia procesów gospodarczych, a także ekspansji korporacji transnarodowych, nasileniu inwestycji zagranicznych oraz postępującej swobodzie przepływu czynników produkcji);
- wraz ze wzrostem PKB per capita zmniejsza się znaczenie konsumpcji dóbr podstawowych;

² Sea, sun, sand – morze, słońce, piasek.

- utrwała się model konsumpcji pochodzący z krajów dobrze rozwiniętych;
- istotna część handlu światowego (i wymiany turystycznej) odbywa się pomiędzy krajami wysoko uprzemysłowionymi, nieróżniącymi się zasadniczo od siebie z uwagi na czynniki produkcji bądź technologię,
- duża część obrotów odnosi się z bardziej do dóbr substytucyjnych niż komplementarnych.

Tradycyjne teorie handlu stanowią w gruncie rzeczy wyjaśnienie wymiany produktów jednorodnych pochodzących z różnych gałęzi przemysłu niż wyrobów zróżnicowanych. Tymczasem z obserwacji rynku turystycznego wynika, że część turystów ochoczo zmienia kraj recepcji turystycznej, poszukuje jednak tego samego typu (standardu) usługi, podczas gdy inni przywiązują największą wagę do standardu i stosownie do niego dokonują wyboru usługodawcy i miejsca. Ani turystyki światowej, ani handlu międzynarodowego nie sposób traktować dłużej wyłącznie w kategoriach wymiany dóbr różniących się między sobą (zatem na wzór wymiany międzygałęziowej, której przykładem będzie wymiana zachodząca pomiędzy krajem, który ma dogodne warunki do uprawiania turystyki narciarskiej, a nie ma dostępu do morza, a krajem, który dysponuje atrakcyjnymi plażami, ale musi importować ofertę turystyki narciarskiej). Jednocześnie mamy do czynienia z wymianą wewnątrzgałęziową, której istota wyraża się w tym, że kraj jednocześnie eksportuje i importuje produkty będące bliskimi substytutami w produkcji, konsumpcji bądź obu tych sferach łącznie (w turystyce zjawisko to obserwowane jest powszechnie: Austriacy chętnie wyjeżdżają na narty w Alpy francuskie bądź włoskie, przyczyn tej wymiany nic można wyjaśnić niedoborem środków produkcji). Dobra zróżnicowane (bliskie substytuty) są efektem nowych możliwości produkcyjnych i nowych preferencji konsumentów, a ich zróżnicowanie przebiega poziomo lub pionowo. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 193].

Istota różnicowania poziomego w ekonomii polega na stosowaniu podobnej techniki produkcji sprawiającej, że poszczególne przedsiębiorstwa odznaczają się porównywalnymi krzywymi kosztów, a różnice mają jedynie subiektywny charakter. W przypadku towarów różnicowanie to odnosi się do dóbr różniących się wyglądem i stylem, ale mających identyczne przeznaczenie końcowe i zaspokajających te same potrzeby (wysoka elastyczność substytucji popytu). W ujęciu teorii Chamberlaina w warunkach konkurencji monopolistycznej (charakterystycznej dla rynku turystycznego) dobra te zapewniają pewien zakres swobody cen i strategii marketingowej. Konsumentci pragną nabywać tak wiele odmian, jak tylko się da (zwiększający się wybór dóbr dodatnio koreluje z ich satysfakcją) i w zasadzie każda nowa odmiana produktu ma zagwarantowane miejsce w ich budżetach. Ten typ różnicowania poziomego obrazuje w turystyce poszukiwanie coraz to nowych miejsc docelowych podróży, nawet jeśli przeznaczenie końcowe (zaspokajana potrzeba) będzie nieustannie to samo (np. uprawianie narciarstwa). Funkcję handlu w tych warunkach stanowi rozszerzanie dostępności istniejących

odmian w kolejnych krajach. Najistotniejszym narzędziem konkurencji jest reklama, a podstawowy koszt dostosowania stanowią koszty marketingu. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 194].

Pionowe zróżnicowanie produktu w ujęciu ekonomicznym ma związek z różnicami w kosztach wytwarzania produktów o różnej jakości. Na przykład poprawa jakości obsługi w hotelu narzuca konieczność zatrudnienia lepiej wykwalifikowanego personelu bądź nakładów na szkolenia. Analogicznie większa powierzchnia przypadająca na jednego gościa (będąca jednym z warunków uzyskania wyższej kategorii obiektu hotelowego) pociąga za sobą wyższy poziom kosztów i wpływa na podniesienie ceny noclegu. Każdy turysta wyraża chęć kupna produktu o najwyższej jakości, ale tej ostatniej towarzyszy na ogół wyższa cena, gdyż produkt lepszy jakościowo wiąże się z większym nakładem któregoś czynnika (np. kapitału lub pracy ludzkiej). Nabywcy muszą usatysfakcjonować się odmianą o najwyższej jakości spośród ofert dostępnych finansowo, a wybór konsumenta nie jest konsekwencją zamiłowania do różnorodności, ale różnic w wysokości cen i dochodów nabywców. [Kachniewska, Nawrocka, Pawlicz, 2012, s. 194].

Wśród czynników rozwoju turystyki międzynarodowej należy zwrócić uwagę na charakter popytu turystycznego, który kieruje się różnymi upodobaniami i okresową modą. Efekt Veblena (efekt prestiżowy) wpływa np. na demonstracyjne podejmowanie podróży zagranicznych.

Znaczącym czynnikiem pozostaje również liberalizacja przepływów międzynarodowych. Zasady międzynarodowego handlu usługami wprowadzają: podpisany podczas Rundy Urugwajskiej Światowej Organizacji Handlu (WTO) Układ Ogólny w sprawie Ceł i Handlu (GATT) i Układ Ogólny w sprawie Handlu Usługami (GATS), który ma na celu stopniową liberalizację handlu usługami.

Turystyka stanowi branżę, w której korzystanie z usług wiąże się z koniecznością przemieszczenia się do miejsca ich świadczenia, stąd przy konsumpcji usług za granicą ułatwienia powinny odnosić się nie tylko dostarczania usług konsumentom, ale również swobody migracji osób. W żadnej innej działalności ograniczenia swobody migracji nie oddziałują aż tak silnie na tempo rozwoju jak w międzynarodowym ruchu turystycznym. [Kachniewska, 1998, s. 6]. Z uwagi na skalę przepływów finansowych pozostających w związku z turystyką różne organizacje międzynarodowe (UN WTO, WTTC, OECD), jak również Wspólnota Europejska są aktywnie zaangażowane w proces liberalizacji wymiany turystycznej oraz innych branż usługowych wywierających wpływ na obsługę ruchu podróżniczego (transport, ubezpieczenia, formy płatności, promocja turystyczna). Przez wzgląd na swój transgraniczny charakter turystyka jest w stanie szybciej niż inne dziedziny wykorzystać atuty międzynarodowej integracji, niemniej warunkiem jej ekspansji jest pełna swoboda od praktyk protekcyjnych.

Literatura

- Balcerowicz Leszek. 1987. *Międzynarodowe przepływy gospodarcze*. Warszawa: PWN
- Budnikowski Adam. 2006. *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*. Warszawa: PWE
- Dziezic Tomasz, Łopaciński Krzysztof, Saja Andrzej, Szegidewicz Jerzy. 2009. *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce*. Warszawa.
- Czarna Elżbieta. (2002). *Teoria i praktyka handlu wewnątrzgałęziowego*. Warszawa: SGH
- Kachniewska Magdalena. 2010. *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa hotelowego*. Warszawa: Oficyna wydawnicza SGH
- Kachniewska Magdalena, Nawrocka Elżbieta, Pawlicz Adam. 2012. *Globalizacja i internacjonalizacja działalności turystycznej*. W *Rynek Turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, red. Magdalena Kachniewska, Elżbieta Nawrocka, Agnieszka Niezgoda, Adam Pawlicz. Warszawa: Wolters Kluwer business.
- Panasiuk Aleksander. (2007). *Ekonomika Turystyki*. Warszawa: PWN
- Rymarczyk Jan. (2006). *Międzynarodowe stosunki gospodarcze*. Warszawa: PWE
- UNWTO (2014). *Tourism Highlights. 2014 Edition*
- Turner Lindsay, Reisinger Yvette, Witt Stephen. (1998). *Tourism Demand Analysis Using Structural Equation Modeling*. *Tourist Economics*, no. 4, s. 301-323 [za:] Panasiuk Alaksander. (2007). *Ekonomika Turystyki*. Warszawa: PWN
- [www 1] <http://www.dw.de/ebola-zapa%C5%9B%C4%87-na-afryka%C5%84skim-rynku-turystycznym/a-18034565> (stan na 17.05.2015r.)
- [www 2] <http://www.ekonomia.rp.pl/arttykul/1191539.html> (stan na: 17.05.2015 r.)

TOURISM IN THE ERA OF GLOBALIZATION AND INTERNATIONALIZATION OF ECONOMIC ACTIVITIES

Summary

Tourism in the age of globalized and internationalized economy shows the influence of open markets within global economy on development of a new branch which has emerged during last 50 years.

In the article are shown the statistics which describes how quick has been the grow of tourism and what kind of reasons one can select and point.

Next question which has been considered to understand what reasons contribute to the development of the touristic exchange within theories of economy. The second part of the article considers the causes of the development of the international tourism exchange in the light of economic theory. International

tourism is part of the international exchange and, therefore, the action of its development should be sought in the general theory of international Relation. The international economic flows consist of: international trade in physical products, international trade in services (including under another passenger transport and tourist services), international capital flow, intrinsic illusion international traffic (along with tourist migration), the international flow of technical knowledge. The development of international touring is on many issues with my model of the development of international trade, for example. in terms of the location of the activity on the markets with relatively cheap labour force resources.

It can be assumed that the participation of tourism are analogous benefits described in traditional theories of international trade, namely the benefits of exchange and the benefits of specialization. Open tourist exchange generates economic benefits: relative prices change, grow and diversify production, also raises the quality at a significantly lower cost of the provision of services. Tourism is a sector in which the use of the service is associated with the need to move it to their benefit, hence the consumption of services abroad to facilitate should relate not only to the provision of services to consumers, but also the freedom to migrate. In any other activity restrictions on the freedom of migration does not have quite so heavily on the pace of development as the international movement of tourist destination.

For the sake of their cross-border nature of tourism is capable of faster than other areas of use advantages of international integration, however, provided its expansion is complete freedom from protectionist practices.

Keywords: Global economy as context of international tourism, international flows in economy and its influence on tourism, factors of development of tourism, model Hecksher-Olina and its approach to analysis's of tourism in the frame of global market, Chamberlin's theory within analysis of international tourism, number of journeys by region generating revenue (million \$) in 1990-2013, the main countries of tourist reception in 2013.