

## KONTROWERSYJNE OBSZARY RYNKU TURYSTYCZNEGO

ALEKSANDER PANASIUK

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie  
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej  
e-mail: aleksander.panasiuk@uj.edu.pl

### SŁOWA KLUCZOWE

rynek turystyczny, motywy uprawiania turystyki, popyt turystyczny, podaż turystyczna, turystyka kontrowersyjna

### STRESZCZENIE

Rynek turystyczny jest rozległy i wewnętrznie skomplikowany, a procesy na nim pozostają w ciągłym rozwoju. Współczesne trendy rozwojowe turystyki, występujące zarówno po stronie popytowej (motywy wyjazdów), jak i podażowej (oferty turystyczne), wpływają na strukturę rynku turystycznego, prowadząc do nietypowych zachowań turystycznych, tym samym przyczyniając się do zaistnienia tzw. turystyki kontrowersyjnej. Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja kontrowersyjnych obszarów rynku turystycznego na podstawie elementów jego struktury przedmiotowej. W pracy przedstawiono zagadnienia struktury rynku turystycznego, dokonano próby interpretacji oraz zakresu jego kontrowersyjnych obszarów. Następnie przeprowadzono analizę miejsca turystyki kontrowersyjnej w aspekcie poszczególnych elementów rynku turystycznego, tj. w odniesieniu do popytu turystycznego, podaży turystycznej i polityki społeczno-gospodarczej w zakresie turystyki. Wskazano także na przenikanie się motywów uprawiania turystyki kontrowersyjnej z innymi formami i rodzajami turystyki.

### Wprowadzenie

Współczesny rynek jest w ciągłym procesie rozwoju ilościowego i jakościowego. Na rynkach branżowych stale pojawiają się nowe oferty, na które składają się asortyment produktowy wraz cenami, parametrami jakościowymi produktów oraz warunkami sprzedaży. Oferta rynkowa rozwija się nie tylko w okresach korzystnej koniunktury, lecz także podczas zjawisk kryzysowych w gospodarce globalnej, które wspierają rozwój ofert rynkowych, gdyż wzrastają procesy konkurencji pomiędzy podmiotami rynku. Podobnie jak po stronie podażowej rynku, także po stronie popytowej obserwowany jest ciągły rozwój. Dotyczy on poszukiwania przez konsumentów nowych rozwiązań produktowych oferowanych po korzystnej cenie i mających możliwie wysokie parametry jakościowe. Współczesne trendy rozwojowe turystyki, występujące zarówno

po stronie popytowej (motywy wyjazdów), jak i podażowej (oferty turystyczne), wpływają na strukturę rynku turystycznego, prowadząc do nietypowych dotąd zachowań turystycznych, tym samym przyczyniając się do zaistnienia tzw. turystyki kontrowersyjnej. Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja kontrowersyjnych obszarów rynku turystycznego na podstawie elementów jego struktury przedmiotowej. Artykuł ma charakter teoretyczno-koncepcyjny. Wykorzystano metody krytycznej analizy literatury oraz operacji logicznych.

## Rynek turystyczny

Rynek turystyczny to suma procesów, w których nabywcy (głównie turyści) i oferenci reprezentujący poszczególne subryniki turystyczne określają przedmioty wymiany oferty turystycznej (produkt turystyczny) oraz cenę wraz z warunkami kupna-sprzedaży, doprowadzając do transakcji, przy czym oferta rynku turystycznego wiąże się z zaspokajaniem potrzeb osób podczas podróży i pobytu poza codziennym otoczeniem, będąc pochodną motywów uprawiania turystyki.

W skład strony podażowej rynku wchodzi nie tylko tradycyjnie rozumiani usługodawcy turystyczni (przedsiębiorcy działający na zasadach komercyjnych), lecz także instytucje tworzące warunki do kreowania i udostępniania oferty turystycznej – przede wszystkim jednostki administracji samorządowej oraz organizacje turystyczne (opierające działalność na zasadach *non profit*). Przedmiotem działalności tzw. niekomercyjnych podmiotów strony podażowej rynku turystycznego są dobra i usługi, jak również kształtowanie warunków rozwoju oferty turystycznej w obszarze turystycznym. Przedmiotem oferty na rynku turystycznym są zatem nie tylko wąsko rozumiane produkty będące dobrami i usługami oferowanymi przez przedsiębiorstwa turystyczne, lecz także świadczenia (np. udostępnianie walorów turystycznych czy atrakcje turystyczne) oraz ogólne warunki do korzystania z funkcji turystycznej obszaru (o charakterze infrastrukturalnym lub informacyjnym) udostępniane przez jednostki samorządowe i organizacje turystyczne. Wyraża się to pojęciem obszarowego produktu turystycznego, który jest zdeterminowany przestrzennie. Dla potrzeb interpretowania zjawisk zachodzących na rynku, w którym przedmiotem wymiany nie są wyłącznie usługi turystyczne, używanie terminu „rynek usług turystycznych” nie byłoby adekwatne do jego zakresu. Należy przyjąć zatem, że właściwym określeniem dla procesów zachodzących na styku podaży–popyt w turystyce jest pojęcie „rynek turystyczny”. Rynek usług turystycznych jest istotną częścią rynku turystycznego. Pojęcie „rynek turystyczny” obejmuje natomiast od strony podażowej, obok usług turystycznych świadczonych głównie przez przedsiębiorstwa turystyczne, także elementy oferty turystycznej jednostek niekomercyjnych (Panasiuk, 2014, s. 36–38).

W ujęciu przedmiotowym rynek turystyczny tworzą: popyt turystyczny, podaż turystyczna wraz ceną i warunkami sprzedaży ofert turystycznych (Wrzosek, 2002, s. 13–18). Na ogólny rynek turystyczny składają się natomiast następujące subryniki:

- a) rynek dóbr turystycznych obejmujący podstawowe dobra turystyczne określane jako walory i atrakcje turystyczne, stanowiące o bezpośrednim zainteresowaniu turystów obszarem turystycznym, a ponadto towary zakupywane przez turystów;

- b) rynek usług turystycznych obejmujący niematerialne świadczenia nabywane jako pojedyncze lub spakietyzowane usługi;
- c) tzw. rynek środków i warunków do uprawiania turystyki obejmujący zarówno elementy materialne, jak i niematerialne, decydujące o ofercie w miejscu docelowym turystyki (np. dostęp do infrastruktury lokalnej, informacja turystyczna, wypożyczanie sprzętu turystycznego).

Rynek turystyczny jest częścią składową ogólnego rynku, jednocześnie przenika się z funkcjonowaniem rynku usług. Świadczenia materialne i niematerialne oferowane turystom są pochodną całej struktury gospodarki, wszystkich rynków sektorowych i praktycznie większości branżowych.

### Kontrowersyjne aspekty turystyki

Zgodnie z interpretacją słownikową kontrowersja to rozbieżność opinii pociągająca za sobą dyskusje i spory aż po konflikt (Bańko, 2007, s. 299). Zachowania turystyczne lub świadczenia turystyczne mogą mieć charakter dyskusyjny i problematyczny. Sposób ich oceny ma charakter subiektywny, chociaż obserwacje dokonywane w otoczeniu społeczno-gospodarczym mogą prowadzić do pewnych uogólnień, które wskażą na rodzaje i formy turystyki i odpowiadające im oferty turystyczne jako kontrowersyjne w sposób obiektywny. Pomimo ekonomicznie uzasadnionych przesłanek, takich jak wolność gospodarcza, swobodna konkurencja, konsumpcjonizm, podejmowanie działalności rynkowej w turystyce o charakterze kontrowersyjnym może być sprzeczne z podstawowymi zasadami i normami etycznymi. Należy zatem uznać, że kontrowersyjne obszary rynku turystycznego to te, które są odmienne od ogólnie przyjętej i akceptowanej w teorii oraz praktyce działalności ekonomicznej i społeczno-kulturowej (Sikora, 2015, s. 22–26). Tym samym określenie „turystyka kontrowersyjna” należy traktować jako termin umowny, wskazujący na kwestie sporne związane z jej nie w pełni jednoznaczną oceną. Są to wszelkie podróże o charakterze turystycznym wzbudzające kontrowersje, prowokujące do dyskusji i sporów, wywołujące rozbieżne opinie, najczęściej jednak oceniane negatywnie, podróże tworzące konflikty o charakterze prawnym, etyczno-moralnym, kulturowym, estetycznym, zdrowotnym (w tym w zakresie bezpieczeństwa), ekonomicznym i ekologicznym (Stasiak, 2015, s. 53–54).

Za podstawę wyjściową decydującą o możliwości interpretacji zakresu turystyki kontrowersyjnej można uznać kwestie związane z aspektami dysfunkcji turystyki, w tym m.in.:

- masowość ruchu turystycznego,
- przepływy turystów z krajów (regionów) bogatszych do biedniejszych,
- negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze i kulturowe w obszarach recepcyjnych (Wodejko, 1997, s. 56),
- kolonizacja turystyczna,
- negatywne wzorce zachowań turystów w stosunku do ludności miejscowej,
- emigracja za pracą, w tym praca na czarno,
- przestępczość,

- terroryzm,
- handel ludźmi, zmuszanie do niewolniczej pracy.

Należy dodatkowo wskazać na okoliczności noszące często znamiona zjawisk kryzysowych, które wpływają na funkcjonowanie rynku turystycznego, wywołując okresowe lub trwale zmiany w jego funkcjonowaniu. Do typowych zjawisk w tym zakresie można zaliczyć:

- niekorzystne zmiany w koniunkturze gospodarczej (w ujęciu mega-, makro-, mezo- i mikroekonomicznym),
- klęski żywiołowe,
- przedłużające się niekorzystne warunki pogodowe,
- katastrofy przemysłowe,
- działania terrorystyczne
- konflikty militarne, polityczne i społeczne,
- epidemie i pandemie (Panasiuk, 2013b, s. 26–27).

Koniunktura gospodarcza jest pierwszoplanowym czynnikiem ekonomicznym decydującym o stanie funkcjonowania rynku turystycznego. Turystyka traktowana jako dobro wyższego rzędu pod wpływem ryzyka obniżenia dochodów zarówno gospodarstw domowych (turystyka wypoczynkowa), jak i przedsiębiorców (turystyka biznesowa) stanowi o ograniczeniu popytu w warunkach recesji. Koniunktura wpływa bezpośrednio na wielkość światowego ruchu turystycznego oraz wpływy ze światowej turystyki zagranicznej.

Kolejnym zjawiskiem kryzysowym są klęski żywiołowe, które nawiedzają najbardziej popularne destynacje turystyczne oraz mniej znane regiony. Klęski wywołane działaniem sił przyrody powodują zniszczenie podstaw funkcjonowania regionalnych i lokalnych rynków turystycznych, szczególnie poprzez zniszczenia w infrastrukturze turystycznej, a tym samym prowadzą do ograniczenia zdolności do świadczenia usług. Powodują także efekt spadku zainteresowania przyjazdem do regionu turystycznego w obawie o uzyskanie oferty spełniającej oczekiwania turystów, zwłaszcza w krótkim okresie po wystąpieniu zjawisk.

Szczególnym przypadkiem działania sił przyrody, niosącym za sobą skutki o charakterze kryzysowym są niedogodne warunki atmosferyczne przedłużające się w okresie szczytu sezonowego (Orfin, Sidorkiewicz, Wolna-Samulak, 2012). Problem ten dotyczy zwłaszcza obszarów charakteryzujących się intensywnym ruchem turystycznym w stosunkowo krótkim sezonie (np. polskiego Wybrzeża). Niekorzystna pogoda wpływa na odwoływanie rezerwacji w obiektach noclegowych, skracanie czasu pobytu oraz ogólny spadek zainteresowania przyjazdem do destynacji turystów dokonujących decyzji o urlopie na krótko przed nim. Przedłużająca się przed dłuższy okres sezonu niekorzystna aura wpływa bezpośrednio na ekonomiczne podstawy funkcjonowania regionalnej gospodarki turystycznej.

Podobny zakres oddziaływania zjawisk kryzysowych do klęsk żywiołowych, ale będących wynikiem funkcjonowania procesów gospodarczych lub bezpośrednio człowieka obejmują katastrofy przemysłowe, w tym zwłaszcza zanieczyszczenia i skażenia obszarów turystycznych. Tego typu zjawiska wywołują z reguły dłużej trwający efekt ograniczenia popytu niż w przypadku klęsk wywołanych przez naturę.

Nasilenie światowego terroryzmu, począwszy od 2001 roku, znacząco wpłynęło na funkcjonowanie destynacji turystycznych, w których dochodziło do tego typu sytuacji kryzysowych. Same ataki terrorystyczne, a także przekaz medialny z nimi związany wpływają bezpośrednio na decyzje dotyczące uprawiania turystyki zarówno w wymiarze ogólnym, jak i skierowanym do konkretnego miejsca (Korstanje, Clayton, 2012). Doświadczenia ostatnich lat wskazują, że trudność przewidzenia tego typu sytuacji oddziałuje na wielkość ruchu turystycznego, głównie w krótkim okresie. Po pewnym czasie od zaistnienia takich zjawisk następuje moment oswojenia się z ryzykiem, a wielkość ruchu turystycznego jest warunkowana przez tendencje wynikające z długookresowej koniunktury. W podobny sposób na funkcjonowanie rynku turystycznego wpływają konflikty militarne, polityczne i społeczne.

Ostatnim z wymienionych zjawisk kryzysowych są epidemie ujawniające się w części regionów turystycznych lub groźby pandemii. Zjawiska zagrożeń chorobotwórczych wynikających z uprawiania turystyki ograniczają ruch turystyczny do miejsc występowania tych zagrożeń (Bernaś, Pujer, 2015). Potencjalna pandemia mogłoby doprowadzić do niemal zupełnego zamrożenia międzynarodowego ruchu turystycznego, a tym samym do głębokiego kryzysu nie tylko regionalnych gospodarek turystycznych, lecz także całych gospodarek narodowych, będących głównie monokulturami turystycznymi.

Wymienione zjawiska wpływają na wielkość ruchu turystycznego do destynacji turystycznych, przede wszystkim ograniczając jego wielkość. Pewne sytuacje kryzysowe stają się w krótszym bądź dłuższym horyzoncie czasowym atrakcjami turystycznymi (np. miejsce po zamachu na World Trade Center w Nowym Jorku) albo miejscami, do których kieruje się ruch turystyczny powodowany motywami wyjazdu uznawanymi w mniejszym lub większym stopniu za kontrowersyjne, np. elektrownia atomowa w Czarnobylu, miejsce katastrofy samolotu w Smoleńsku czy wyspa Utoya.

Biorąc pod uwagę strukturę rynku turystycznego, zagadnienia kontrowersji na rynku turystycznym należy analizować zgodnie z jego układem przedmiotowym, tj. w odniesieniu do popytu turystycznego, podaży turystycznej oraz uzupełniająco do zakresu polityki społeczno-gospodarczej, w tym przede wszystkim turystycznej.

## Kontrowersje w aspekcie popytu turystycznego

Jak już zaznaczono wcześniej, podstawową kwestią wyróżnienia kontrowersji na rynku turystycznym są motywy do uprawiania turystyki. Literatura prezentuje najbardziej typowe formy i rodzaje turystyki z punktu widzenia segmentów rynku turystycznego (Dolnicar, 2008; Panasiuk, 2013a, s. 68–73). W uproszczeniu można uznać, że poza najbardziej typowymi zachowaniami turystycznymi, jak turystyka wypoczynkowa, poznawcza czy kwalifikowana, liczne zachowania turystyczne zbliżają się do motywów wyjazdów związanych z turystyką kontrowersyjną, przykłady zaprezentowano w tabeli 1. Zarówno motywy wyjazdów, jak i szczególne zachowania turystyczne trudno uporządkować według segmentów rynku, zostały one sklasyfikowane jako potencjalnie kontrowersyjne, raczej kontrowersyjne i powszechnie uznawane za kontrowersyjne.

Formy najbardziej kontrowersyjnych zachowań turystycznych przyjęto w naukach o turystyce nazywać *dark tourism* (Wight, 2006). Bariera pomiędzy poszczególnymi klasami jest subiektywnie umowna.

Tabela 1. Przykładowe motywy i zachowania turystyczne charakteryzujące aspekt popytowy kontrowersji na rynku turystycznym

Potencjalnie kontrowersyjne	Raczej kontrowersyjne	Typowo kontrowersyjne <i>dark tourism</i>
turystyka		
<ul style="list-style-type: none"> <li>– klubowa (rozrywka, kibicowanie, imprezy masowe)</li> <li>– sportowa (sporty ekstremalne)</li> <li>– łowiecka</li> <li>– safari</li> <li>– tanatoturystyka</li> <li>– kwalifikowana (uprawiana przez osoby bez odpowiedniego przygotowania i sprzętu)</li> <li>– do miejsc kultu religijnego innych religii</li> <li>– medyczna (operacje plastyczne)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– reprodukcyjna</li> <li>– hazardowa</li> <li>– związana z naturyzmem</li> <li>– do miejsc zagrożonych kataklizmami przyrodniczymi i przemysłowymi</li> <li>– z dziećmi z programem niedostosowanym do ich wieku</li> <li>– ingerująca w życie społeczeństw pierwotnych</li> <li>– do obszarów objętych biedą, chorobami lub głodem</li> <li>– do krajów tropikalnych bez odpowiednich szczepień</li> <li>– do destynacji będących dyktaturami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– klubowa (alkohol, narkotyki)</li> <li>– seksualna</li> <li>– aborcyjna</li> <li>– związana z nielegalnym handlem</li> <li>– związana z pracą na czarno</li> <li>– związana z działalnością przestępczą</li> <li>– związana z terroryzmem (w tym z terroryzmem ekologicznym)</li> <li>– związana z udziałem w protestach społecznych</li> <li>– związana z obserwacją działań militarnych</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawione przykłady ilustrują postawy uczestników turystyki, wynikają zarówno z istniejących ofert turystycznych (głównie w zakresie motywów: potencjalnie i raczej kontrowersyjne), jak i z indywidualnie organizowanymi wyjazdami (głównie, ale nie wyłącznie, w zakresie motywów typowo kontrowersyjnych).

### Kontrowersje w aspekcie podaży turystycznej

Struktura podaży rynku turystycznego jest złożona. Podaż turystyczna może być analizowana w ujęciu szerokim i wąskim. Szerokie ujęcie podaży turystycznej odpowiada pojęciu produktu turystycznego i jest to jego wolumen oferowany na sprzedaż przy danej cenie i w danym okresie (Wodejko, 1997, s. 23). Kluczowym aspektem do wyjaśnienia tak rozumianej podaży turystycznej jest kategoria produktu turystycznego. W wąskim znaczeniu podaż turystyczna oznacza wolumen poszczególnych dóbr i usług turystycznych (Gołembski, 2002, s. 58), który jest zaoferowany do sprzedaży świadczeniobiorcom (turystom). Podaż turystyczną można zatem rozpatrywać z punktu widzenia destynacji turystycznej (ujęcie szerokie) lub przedsiębiorstwa turystycznego (ujęcie wąskie) (Kurek, 2007, s. 360).

Podaż turystyczna występuje w obszarach turystycznych o szczególnych walorach turystycznych. To popyt turystyczny przemieszcza się do miejsca występowania podaży turystycznej.

W tym tkwi różnica między podażą turystyczną z podażą praktycznie wszystkich innych form działalności gospodarczej. Aby konsumpcja została zrealizowana, świadczeniobiorca (turysta) musi przybyć do obszaru turystycznego.

W strukturze rynku turystycznego zagadnienia turystyki kontrowersyjnej są pochodną strony podażowej tego rynku. W pierwszym rzędzie należy się odnieść do ofert turystycznych, które tworzą przedsiębiorcy turystyczni w celu oddziaływania na motywy i zachowania turystyczne sklasyfikowane w tabeli 1, a dotyczące zwłaszcza motywów potencjalnie i raczej kontrowersyjnych, aczkolwiek z możliwością oddziaływania także na motywy typowo kontrowersyjne (np. w odniesieniu do turystyki seksualnej i aborcyjnej).

Odnosząc się do wąsko rozumianego produktu turystycznego, można wskazać na kontrowersyjne:

- a) częściowe usługi turystyczne – np. o niskim poziomie jakości, nie w pełni zaspokajającej potrzeby konsumentów;
- b) pakiety turystyczne – niekompletne, np. bez obowiązkowego ubezpieczenia lub sprzedawane po stosunkowo niskiej cenie, ale bez możliwości powrotu turysty do miejsca emisji, oferowane w niewłaściwym terminie (poza sezonem), a także pakiety nadmiernie rozbudowane, dla przeciętnego turysty trudne w odbiorze;
- c) ceny – wyraźnie zawyżone w stosunku do własnej oferty lub znacznie zaniżone w stosunku do oferty konkurentów;
- d) parametry jakościowe – niedostosowane do potrzeb obsługiwanych segmentów rynku.

Odnosząc się do produktu turystycznego rozumianego w ujęciu obszarowym, można natomiast wskazać na kontrowersyjne:

- a) walory turystyczne zarówno przyrodnicze, jak i kulturowe, które powinny być chronione i udostępniane turystom w ograniczony sposób lub wywołujące kontrowersje o charakterze estetycznym lub etycznym;
- b) atrakcje turystyczne (np. imprezy masowe, parki rozrywki);
- c) elementy infrastruktury turystycznej nie w pełni rozwiniętej i zdywersyfikowanej w zakresie ilościowym i jakościowym w stosunku do ruchu turystycznego i potrzeb turystów;
- d) usługi turystyczne różnych usługodawców nie w pełni dopasowane pod względem ilościowym i jakościowym, np. usługi noclegowe w wysoko skategoryzowanej bazie noclegowej, z jednoczesnym brakiem w obszarze turystycznym innych usług świadczonych na ponadstandardowym poziomie jakościowym (np. gastronomicznych, kulturalnych, rozrywkowych, sportowych);
- e) kontrowersyjne pamiątki turystyczne, np. niezwiązane z miejscem ich sprzedaży (Słodowa-Hełpa, Hełpa-Liszkowska, 2015, s. 41);
- f) kompleksowe oferty w destynacjach turystycznych, nietypowe dla miejsc, w których znaleźli się turyści i niekomponujące się w ogólną ofertę turystyczna miejsca, np. tworzenie oferty turystyki rodzinnej w obszarze, który tradycyjnie obsługuje inne segmenty rynku, np. seniorów lub młodzieży przyjeżdżającej w celach rozrywkowych;

- g) działania marketingowe sankcjonujące nietypowe oferty w obszarach o ściśle wykreowanym wizerunku turystycznym;
- h) podejście do wizerunku turystycznego, także przy wykorzystaniu symboli, haseł promocyjnych nie w pełni lub myląco promujących miejsce docelowe.

Kontrowersje po stronie podażowej dotyczące obszarowego produktu turystycznego są z reguły efektem braku odpowiedniej współpracy pomiędzy podmiotami strony podażowej rynku turystycznego, tj. jednostkami samorządu terytorialnego, przedsiębiorcami turystycznymi oraz organizacjami turystycznymi na danym obszarze.

### Kontrowersje w aspekcie polityki społeczno-gospodarczej, w tym turystycznej

Podstawą struktury polityki turystycznej jest przyjęty w gospodarce model (metoda) polityki. Realizacja polityki odbywa się za pośrednictwem odpowiednich instrumentów podporządkowanych stosowanemu modelowi polityki, które są środkami realizacji celów i zadań. Punktem wyjścia do sformułowania prawidłowości związanych z układem modelowym polityki turystycznej jest zinterpretowanie sposobów kształtowania relacji pomiędzy państwem a rynkiem turystycznym. W literaturze uznaje się, że państwo może przyjąć trzy stanowiska: negatywne, neutralne i pozytywne (Wodejko, 1997, s. 168–169). Stanowisko negatywne występuje w państwach, które nie były bądź nie są przygotowane do przyjęcia przyjazdowego ruchu turystycznego, tym samym starają się ograniczać kontakty własnego społeczeństwa z cudzoziemcami lub ograniczać wyjazdy własnych obywateli. Taki stosunek do rynku turystycznego przejawiają przede wszystkim państwa o ustroju totalitarnym lub pozostające w konfliktach wewnętrznych i zewnętrznych. Stanowisko neutralne państwa polega na nieingerowaniu w rynek turystyczny, dopóki nie jest on sprzeczny z ogólnymi interesami kraju i nie wywiera negatywnego wpływu na życie społeczno-gospodarcze. Relacja braku zainteresowania rynkiem turystycznym stanowi także swoistą decyzję polityczną państwa, co nie oznacza, że rynek turystyczny zupełnie się nie rozwija. Stanowisko pozytywne oznacza jasno sprecyzowane cele i instrumenty polityki turystycznej, co przekłada się na świadome działania państwa i bieżącą kontrolę wpływu efektów wynikających z funkcjonowania rynku turystycznego na życie społeczno-gospodarcze. Relację tę można ująć dwójako:

- pozytywna statyczna – będąca przeciwieństwem negatywnej i przejawiająca się otwartą polityką państwa wobec ruchu turystycznego przyjazdowego i wyjazdowego, dotyczy to zwłaszcza elementów polityki społecznej oraz braku lub nieznacznych zakresu ograniczeń wizowych i paszportowych;
- pozytywna dynamiczna – będąca rozszerzeniem statycznej, zwłaszcza o instrumenty ekonomiczno-prawne i informacyjne, popierająca rozwój rynku turystycznego, tj. prowadzenie publicznych inwestycji turystycznych, ułatwienia podatkowe dla inwestorów, promocja turystyki (Panasiuk, 2011, s. 303–304).



Z punktu widzenia podjętej problematyki turystyki kontrowersyjnej najistotniejsze kwestie związane z polityką społeczno-ekonomiczną dotyczą:

- systemów społeczno-gospodarczych w krajach emisyjnych utrudniających wyjazdy turystyczne własnych mieszkańców za granicę, a także uprawiania turystyki na terenie kraju;
- systemów społeczno-gospodarczych w krajach recepcyjnych utrudniających przyjazdy turystów z zagranicy;
- zakresu oddziaływania na rozwój turystyki przez organy publiczne, w tym na infrastrukturę turystyczną, promocję turystyczną;
- finansowania rozwoju turystyki ze środków publicznych;
- otwarcia na kapitał zagraniczny;
- przygotowania pracowników do potrzeb rynku turystycznego.

Najistotniejszymi aspektami polityki społecznej, w tym turystycznej, wzbudzającymi kontrowersje są:

- polityka paszportowa, tj. element polityki wewnętrznej skierowany do własnych mieszkańców – ograniczająca bądź ułatwiająca wyjazdy turystyczne z granicę;
- polityka wizowa, tj. polityka zewnętrzna skierowana do obywateli innych krajów, chcących przyjechać z różnych powodów, także sklasyfikowanych jako kontrowersyjne.

Z polityką paszportową, a zwłaszcza z wizową, wiążą się instrumenty procedur uzyskania tych dokumentów, czasu oczekiwania, czasu i zasięgu obowiązywania, kosztów, które ubiegający się musi ponieść. Utrudnienia w politykach paszportowej i wizowej stanowią istotną kontrowersję społeczną na współczesnym rynku. W krajach demokratycznych obowiązujące procedury z reguły nie są nastawione antyturystycznie, ale oddziałują na inne obszary życia społeczno-gospodarczego, np. rynek pracy.

## Przenikanie się kontrowersyjnych zachowań turystycznych z innymi formami i rodzajami turystyki

Współczesne podróżowanie, tj. także współczesna turystyka, nie ogranicza się do pojedynczych motywów wyjazdów. Z punktu widzenia popytu należy mieć na uwadze fakt przenikania się wielu motywów wyjazdów turystycznych w trakcie jednej podróży turystycznej, stąd w typowych zachowaniach turystycznych uczestników poszczególnych segmentów rynku turystycznego można obserwować także zachowania uzupełniające, które stanowią obszar turystyki kontrowersyjnej. Typowy turysta, którego głównym motywem wyjazdu jest np. wypoczynek lub poznanie, często rozszerza zakres aktywności, wchodząc w kontrowersyjne obszary zachowań turystycznych. Zachowania takie mogą mieć charakter przemyślany i zaplanowany lub zupełnie przypadkowy. Często uczestnik ruchu turystycznego może nawet nie zastanawiać się, że jego zachowania turystyczne mogą być kontrowersyjne. Wynika to głównie z bardzo subiektywnej oceny zachowań. Dla części uczestników zachowania turystyczne wymienione w tabeli 1 jako potencjalne i raczej kontrowersyjne nie będą stanowiły podstawy do refleksji.

Podobnie sytuacja taka może dotyczyć np. turystyki seksualnej lub aborcyjnej, gdyż stanowi cel sam w sobie dla uczestnika ruchu turystycznego, który w jego systemie wartości może, ale

nie musi być uznawany za kontrowersyjny. Przy okazji takich motywów wyjazdu realizowane są także inne, typowe dla miejsca, w którym znalazł się turysta, np. związane z uprawianiem turystyki kulturowej.

## Podsumowanie

Dokonując syntetycznej oceny podjętych rozważań, należy podkreślić względność przeprowadzonych klasyfikacji i ocen. Od strony popytu motywy uprawiania turystyki podlegają wyłącznie subiektywnej ocenie. Podobnie jak zakres oferty turystycznej jest indywidualnie oceniany przez potencjalnych jej uczestników. Podkreślenia wymaga istotny związek aspektów turystyki kontrowersyjnej ze współcześnie występującymi dysfunkcjami turystyki w otoczeniu społeczno-gospodarczym. Wydaje się, że istotnym, a dotąd tylko wspomnianym problemem jest kwestia szeroko rozumianego bezpieczeństwa uprawiania turystyki. Wskazane przykłady turystyki kontrowersyjnej od strony popytowej rynku wiążą się z ograniczeniami wynikającymi z zapewnienia pełnego bezpieczeństwa uczestników przez dostawców cząstkowych usług turystycznych, organizatorów turystyki oraz w destynacjach turystycznych. Wiele z przywołanych przykładów turystyki kontrowersyjnej naraża turystów na konsekwencje w trakcie jej uprawiania lub w dłuższym horyzoncie czasu. Są to kwestie związane z ograniczeniem bezpieczeństwa, natury społecznej, kulturowej, finansowej, zdrowotnej, a nawet życia.

## Literatura

- Bańko, M. (red.) (2007). *Słownik języka polskiego*. T. 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bernaś, B., Pujer, K. (2015). Safety and risk in tourism. *The Central European Review of Economics and Management*, 2 (15), 223–243.
- Dolnicar, S. (2008). Market segmentation in tourism. W: A. Woodside, D. Martin (red.), *Tourism Management* (s. 129–138). Cambridge: CABI.
- Gołembski, G. (red.) (2002). *Kompendium wiedzy o turystyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Korstanje, M.E., Clayton, A. (2012). Tourism and terrorism: conflicts and commonalities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 1 (4), 8–25.
- Kurek, W. (red.) (2007). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Orfin, K., Sidorkiewicz, M., Wolna-Samulak, A. (2012). Kreowanie ofert specjalnych w obiektach hotelarskich a wydłużenie sezonu turystycznego. *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 24, 385–396.
- Panasiuk, A. (red.) (2011). *Ekonomika turystyki i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Panasiuk, A. (red.) (2013a). *Marketing w turystyce i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Panasiuk, A. (2013b). Marka turystyczna jako instrument zarządzania regionalną gospodarką turystyczną w warunkach sytuacji kryzysowych. *Współczesne Zarządzanie*, 1, 21–30.
- Panasiuk, A. (2014). *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*. Warszawa: Difin.
- Sikora, J. (2015). Etyczne aspekty turystyki kontrowersyjnej w warunkach komercjalizacji rynku turystycznego. W: G. Godlewski, M. Zalech (red.), *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży – formy, uwarunkowania, skutki* (s. 22–33). Biała Podlaska: AWF.
- Słodowa-Helpa, M., Helpa-Liszkowska, K. (2015). Kontrowersyjne produkty turystyczne – iście szatańskie pomysły czy pilna potrzeba? W: G. Godlewski, M. Zalech (red.), *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży – formy, uwarunkowania, skutki* (s. 34–44). Biała Podlaska: AWF.

- Stasiak, A. (2015). *Turystyka kontrowersyjna jako emanacja gospodarki doświadczeń*. W: G. Godlewski, M. Zalech (red.), *Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży – formy, uwarunkowania, skutki* (s. 53–69). Biała Podlaska: AWF.
- Wight, A.C. (2006). Philosophical and methodological praxes in dark tourism: Controversy, contention and evolving paradigm. *Journal of Vacation Marketing*, 2 (12), 119–129.
- Wodejko, S. (1997). *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Handlu i Prawa.
- Wrzosek, W. (2002). *Funkcjonowanie rynku*. Warszawa: PWE.

## THE CONTROVERSIAL AREAS OF TOURIST MARKET

### KEYWORDS

tourist market, the motives for tourism, tourism demand, tourism supply, tourism controversial

### ABSTRACT

The tourist market is extensive and internally complicated, and the processes on it are constantly developing. Contemporary development trends in tourism, occurring both on the demand side (motives of trips) and supply (tourist offers), affect the structure of the tourism market, leading to unusual tourist behavior, thus contributing to the emergence of so-called controversial tourism. The aim of this study is to identify controversial areas of the tourist market, based on elements of its subject structure. The paper presents the issues of the tourism market structure, an attempt to interpret and the scope of controversial areas of this market. Then, the analysis of the controversial tourism site was carried out in the aspect of particular elements of the tourism market, i.e. in relation to tourist demand, tourism supply and socio-economic policy in the field of tourism. It was also pointed out that the motives for practicing controversial tourism overlap with other forms and types of tourism.

### JEL CODES

L10, L83, Z3