

Danuta Łapacz

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku

e-mail: danuta.lapacz@wstih.pl

Prawne i ekonomiczne uwarunkowania unijnego rynku turystycznego

Streszczenie

Analizując dane Eurostatu, rynek turystyczny w Unii Europejskiej charakteryzuje się dynamicznym, a zarazem stałym rozwojem, niemniej jego walory prawno-ekonomiczne są niewyczerpująco diagnozowane. Celem niniejszego opracowania jest zilustrowanie prawnych i ekonomicznych aspektów kształtujących przedstawiony rynek na terenie Unii Europejskiej oraz istniejących tam uwarunkowań dla wzrostu wskaźników ekonomicznych i prawnych uregulowań. W pracy zastosowano metodę analizy wtórnych danych statystycznych oraz analizy dokumentów. Według publikacji Światowej Organizacji Turystyki ONZ, Unia Europejska jest ważnym celem wyjazdów turystycznych, a pięć jej państw członkowskich znalazło się w dziesięć krajów świata najchętniej odwiedzanych przez turystów w 2015 roku. Turystyka może przyczyniać się do tworzenia miejsc pracy i pobudzania wzrostu gospodarczego, a także do rozwoju obszarów wiejskich, peryferyjnych lub słabiej rozwiniętych. Z tego względu rośnie zapotrzebowanie na wiarygodne i zharmonizowane statystyki w tej dziedzinie, jak również w szerszym kontekście polityki regionalnej i polityki zrównoważonego rozwoju.

Słowa kluczowe: ekonomia turystyki, ekonomiczny wpływ turystyki, polityka turystyczna, regulacja turystyki.

JEL: Z3, Z32, Z38.

Wstęp

Branża turystyczna jest ważnym sektorem gospodarki i wywiera znaczący pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy i zatrudnienie w Europie. Rośnie również jej znaczenie w codziennym życiu europejskich obywateli, którzy coraz częściej podróżują, zarówno w celach rekreacyjnych, jak i zawodowych. Turystyka w dużej mierze przyczynia się też do poprawy wizerunku Europy na świecie, do propagowania naszych wartości i uwydatniania atrakcyjności europejskiego modelu, który jest owocem wielowiekowej wymiany kulturowej, różnorodności językowej oraz kreatywności. Aspekt podjęty w niniejszym opracowaniu — analiza wpływu uregulowań prawnych i rekonesans konsumpcji usług turystycznych kształtujących rosnący rynek turystyczny na terenie UE — ma na celu dowieść wagę i niebagatelne znaczenie branży turystycznej na gospodarkę państw członkowskich. W opracowaniu poruszono zagadnienia dotyczące:

- a) ekonomicznych aspektów rynku turystycznego;
- b) regulacji prawnych dotyczących turystyki;
- c) polityki turystycznej UE.

Celem tej analizy jest wskazanie na kluczowe czynniki wpływające na rozwój rynku turystycznego, określenie siły jego oddziaływania.

1. Ekonomiczne aspekty unijnego rynku turystycznego

Turystyczny sektor działalności gospodarczej ma potencjał stymulowania wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE, a jednocześnie przyczynia się do rozwoju i integracji gospodarczej i społecznej, zwłaszcza na obszarach wiejskich, górskich, przybrzeżnych, wyspiarskich, w regionach peryferyjnych i najbardziej oddalonych lub podlegających konwergencji. Jako sektor obejmujący prawie 1,8 mln przedsiębiorstw, z których większość to MŚP, zatrudniający około 5,2% całkowitej siły roboczej (czyli około 9,7 mln miejsc pracy, z których wiele zajmują ludzie młodzi) europejska branża turystyczna wytwarza ponad 5% PKB Unii Europejskiej i wskaźnik ten stale rośnie. Turystyka stanowi więc trzeci pod względem znaczenia obszar działalności społeczno-gospodarczej w UE, ustępując miejsca sektorowi handlu i dystrybucji oraz budownictwu. Jeśli wziąć pod uwagę również powiązane z turystyką sektory, to ich całkowity udział w produkcji krajowym brutto jest o wiele wyższy: według szacunków łącznie wytwarzają one ponad 10% PKB Unii Europejskiej oraz obejmują około 12% wszystkich miejsc pracy. Z perspektywy ostatniego dziesięciolecia wzrost zatrudnienia w sektorze turystyki był niemal zawsze wyższy od tego w pozostałych sektorach gospodarki (Komisja Europejska, 2010, s. 2). Branża turystyka jest szczególnie ważna, jeśli chodzi o oferowanie możliwości zatrudnienia dla młodych ludzi, którzy reprezentują dwukrotnie wyższy wskaźnik siły roboczej w turystyce niż w innych gałęziach gospodarki (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2009, s. 10). Unia Europejska umacnia się na pozycji najpopularniejszego kierunku turystycznego na świecie: w 2008 r. odwiedziło ją 370 mln turystów z całego świata, co odpowiada 40% wszystkich przyjazdów w skali globalnej, przy czym 7,6 mln pochodziło z krajów BRIC (Brazylia, Rosja, Indie i Chiny) — jest to znaczny wzrost w porównaniu z 4,2 mln w 2004 r. Przyjazdy te przyniosły ok. 266 mld euro wpływów, z czego 75 mld euro wygenerowanych zostało dzięki przyjazdom turystów spoza Unii. Z kolei podróże obywateli UE przyniosły około 1,4 mld, z czego 90% to wyjazdy w granicach Unii. Zgodnie z szacunkami Światowej Organizacji Turystyki (United Nations World Tourism Organisation — UNWTO) liczba przyjeżdżających do Europy turystów spoza UE będzie w najbliższych latach znacząco rosła. Europejczycy należą również do turystów najczęściej odwiedzających państwa trzecie, co wielu krajom zapewnia stałe i niezwykle istotne źródło dochodów. Czynniki te uzasadniają pogłębienie zewnętrznego wymiaru polityki turystycznej UE, którego celem jest utrzymanie napływu turystów z państw trzecich, a także wspieranie partnerów Unii, zwłaszcza w regionie Morza Śródziemnego (Komisja Europejska, 2010, s. 2).

Znaczenie turystyki dla ekonomicznego, społecznego i kulturowego rozwoju krajów europejskich jest coraz bardziej doceniane. Z raportu opublikowanego przez Światową Organizację Turystyki wynika, że w 2018 r. w podróż udało się 1,4 mld osób, przy czym ruch turystyczny wzrósł o 6% w porównaniu do 2017 roku (GUS, 2019b, s. 17). W przypadku rynku turystycznego określenie jego zakresu związane jest z przyjętą definicją zjawiska turystyki. Najbardziej rozpowszechniona jest definicja opracowana

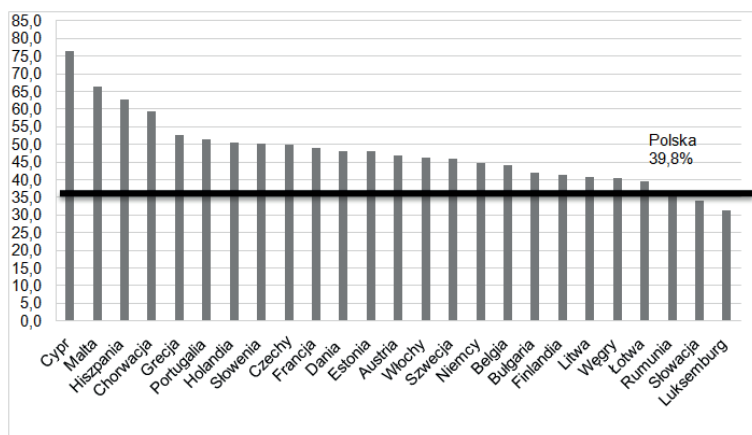
przez UNWTO i przyjęta przez Komisję Statystyki ONZ w 1993 r. Stwierdza ona, że turystyka to ogół czynności osób podróżujących i przebywających poza ich zwykłym otoczeniem przez okres nieprzekraczający 12 miesięcy, w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych. Definicja ta ma w dużym stopniu charakter techniczny, tzn. służy odróżnieniu turystyki od innych zjawisk związanych z podróżami. Nie odnosi się ona natomiast bezpośrednio do motywów psychologicznych, socjologicznych lub innych, które można uznać za przesłankę konstytuującą zjawisko turystyki. Przyjęcie przedstawionego podejścia oznacza, że zakres rynku turystycznego wyznaczony jest przez popyt związany z odbywaniem podróży spełniających wymienione kryteria. Jest to więc rynek definiowany przez charakter konsumpcji (Dziedzic, Skalska, 2012, s. 11).

W 2017 roku w krajach UE odnotowano 656 318 turystycznych obiektów noclegowych, w tym 201 973 obiekty hotelowe tj. hotele, motele, pensjonaty i podobne obiekty. W stosunku do roku poprzedniego zmniejszyła się liczba hoteli i podobnych obiektów o 451 (o 0,2%) (GUS, 2019a, s. 1).

Najwięcej turystycznych obiektów noclegowych w Unii Europejskiej w 2017 r. znajdowało się we Włoszech — 204 903 (31,2%), następnie w Chorwacji — 98 341 (15,0%), Hiszpanii — 50 518 (7,7%) i Niemczech — 50 032 (7,6%). W Polsce było 10 681 tego rodzaju obiektów (1,6 proc). Struktura bazy noclegowej w poszczególnych krajach Unii Europejskiej różni się zasadniczo. Obiekty zaliczane do grupy hotele i podobne obiekty zdecydowanie przeważały w takich krajach, jak Cypr (99,7%) i Malta (90,1%). Z kolei w Chorwacji dominowały pozostałe obiekty noclegowe (98,8%), które zdecydowaną większość stanowiły także na Litwie, we Włoszech, w Belgii i Słowenii (odpowiednio 86,2%, 83,9% oraz 82,3% i 81,1%). Nieco niższy udział tej grupy obiektów odnotowano w Polsce (62,0%) (GUS, 2019a, s. 1).

Ze względu na istotne różnice w wielkości poszczególnych obiektów, dopiero analiza struktury miejsc noclegowych pozwala ocenić faktyczną podaż usług w bazie noclegowej. W 2017 r. w turystycznych obiektach noclegowych na terenie Unii Europejskiej oferowano 31,7 mln miejsc noclegowych, z czego 43,8% w obiektach hotelowych. Udział Polski pod względem podaży miejsc noclegowych w obiektach hotelowych wyniósł 2,4% rynku UE. W porównaniu do wyników badania za 2016 r. liczba wszystkich miejsc noclegowych w obiektach hotelowych krajów Unii Europejskiej nieznacznie wzrosła, tj. o 0,9% (GUS, 2019a, s. 1).

W 2017 roku w Polsce działały 4 064 hotele i podobne obiekty noclegowe. Stanowiły one 38,0% krajowej bazy noclegowej i dysponowały 335,9 tys. miejsc noclegowych (tj. 43,4% ogółu miejsc noclegowych w Polsce). Na 10 tys. mieszkańców Polski przypadało 87 miejsc noclegowych w bazie hotelowej. Jeżeli uwzględnimy miejsca noclegowe w całej turystycznej bazie noclegowej, to w 2017 roku na 10 tys. mieszkańców Polski przypadało 201 miejsc. Jeden hotel lub podobny obiekt w Polsce dysponował w 2017 r. przeciętnie 83 miejscami noclegowymi. W Austrii, Czechach i Niemczech liczba ta nie przekraczała 60 miejsc noclegowych. Z drugiej strony na Malcie, w Finlandii, Danii, Chorwacji, Portugalii, Bułgarii, Szwecji i na Cyprze jeden obiekt liczył średnio powyżej 100 miejsc noclegowych (na Malcie nawet 235 miejsc) (GUS, 2019a, s. 1).



Wykres 1. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach w 2017 r. w krajach Unii Europejskiej (brak danych dla Wielkiej Brytanii i Irlandii)

Źródło: *Turystyka w Unii Europejskiej*, GUS, Warszawa 2019, s. 3.

W porównaniu do 2016 r. liczba oferowanych miejsc w obiektach hotelowych najbardziej wzrosła w Portugalii (o 7,7%), w Estonii (o 5,4%), w Bułgarii (o 4,1%), w Finlandii (3,6%), Holandii (o 3,4%), w Danii (o 3,2%). Spadek liczby miejsc noclegowych w bazie hotelowej odnotowano w Luksemburgu (0,9%), Chorwacji (0,5%) oraz w Grecji i we Włoszech (0,4%) (GUS, 2019a, s. 1).

W 2017 r. o 6,6% wzrósł popyt na usługi noclegowe mierzony liczbą udzielonych noclegów we wszystkich turystycznych obiektach noclegowych w krajach Unii Europejskiej, najwięcej w Słowenii (o 12,7%), na Łotwie (o 12,1%), w Chorwacji (10,6%), a w Polsce o 5,7%. Udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym wynosił ponad 90% w przypadku Malty, Cypru i Chorwacji, a w Rumunii i Polsce nie przekroczył 20%. Wskaźnik stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach w Polsce wyniósł w 2017 r. 39,8% i utrzymywał się na poziomie zbliżonym do krajów takich jak: Łotwa, Węgry i Litwa, ale zdecydowanie poniżej krajów z południa Europy — Cypru (76,4%), Malty (66,4%), Hiszpanii (62,6%) i Chorwacji (59,5%), w których sezon turystyczny trwa zdecydowanie dłużej niż na północy. Natomiast wśród krajów, gdzie średnie wykorzystanie miejsc w 2017 roku było niższe niż w Polsce znalazły się: Rumunia (36,5%), Słowacja (34,2%), Luksemburg (31,3%) (GUS, 2019a, s. 1).

2. Regulacje prawne dotyczące turystyki w Unii Europejskiej

Intersektorowy charakter turystyki powoduje, że liczba aktów prawa wspólnotowego odnoszących się w sposób pośredni lub bezpośredni do turystyki jest duża. Przyjmując za kryterium podziału zakres podmiotowy regulacji prawnych należy wyróżnić dwie grupy. Do pierwszej należy zaliczyć te, które dotyczą wszystkich sektorów (regulacje horyzontalne) natomiast do drugiej te, które dotyczą podmiotów należących jednego sektora (regulacje sektorowe) (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2009, s. 9).

Do najważniejszych, z punktu widzenia turystyki, regulacji horyzontalnych należy zaliczyć (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2009, s. 9):

- Traktat o WE (a w szczególności przepisy o ochronie konkurencji i konsumentów);
- Dyrektywę 2005/36/WE w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (dotyczy zawodu przewodnika turystycznego i pilota wycieczek);
- Dyrektywę 2006/112/WE w sprawie wspólnego systemu podatku od wartości dodanej (dotyczy opodatkowania usług turystycznych podatkiem VAT);
- Dyrektywę 2006/123/WE o usługach na rynku wewnętrznym UE (w tym usług turystycznych).

W ramach drugiej grupy przepisów (regulacje sektorowe) należy wyróżnić regulacje:

1. Dotyczące ochrony interesów ekonomicznych konsumentów usług turystycznych. Do tej podgrupy należy zaliczyć w szczególności (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2009, s. 9):
 - Dyrektywę 90/314 Rady w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek;
 - Dyrektywę 94/47/WE w sprawie ochrony nabywców w odniesieniu do niektórych aspektów umów odnoszących się do nabywania praw do korzystania z nieruchomości w oznaczonym czasie;
 - Rozporządzenie 261/2004/WE ustanawiające wspólne zasady odszkodowania i pomocy dla pasażerów w przypadku odmowy przyjęcia na pokład albo odwołania lub dużego opóźnienia lotów, uchylające rozporządzenie (EWG) nr 295/91.
2. Dotyczące statystyki turystyki (GUS, 2016):
 - Rozporządzenie parlamentu europejskiego i rady (UE) nr 692/2011 z dnia 6 lipca 2011 r. w sprawie europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki i uchylające dyrektywę Rady 95/57/WE;
 - Methodological manual for tourism statistics Version 3.1;
 - European Commission, Virtual Tourism Observatory;
 - Kodeks graniczny Schengen;
 - Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych.
3. Dotyczące *ecolabelingu*² (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2009, s. 9):

² *Ekoetykietowanie, ecolabelling* — proces oznaczania specjalnym znakiem (ekoetykietą) produktów, które charakteryzują się, w stosunku do innych produktów z tej samej grupy towarowej, proekologicznym oddziaływaniem środowiskowym. Taki sposób wyróżnienia umożliwia potencjalnym konsumentom rozpoznanie tej kategorii produktów spośród innych konkurujących z nimi na rynku. Ekologiczne

- decyzja Komisji z 14 kwietnia 2003 r. ustanawiająca ekologiczne kryteria przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom hotelarskim;
- decyzja Komisji z 14 kwietnia 2005 r. ustanawiająca ekologiczne kryteria przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom kempingowym.

Jednym z ważnych kierunków działania UE jest „Poprawa otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej”. W ramach tego kierunku co roku identyfikowane są, zawarte w programie prac Komisji Europejskiej, inicjatywy mogące mieć wpływ na turystykę. Ma to sprawić, aby na wczesnym etapie uwzględniony został ich wpływ na konkurencyjność tego sektora.

3. Polityka turystyczna na terenie UE

W polityce turystycznej występują cele ekonomiczne i pozaekonomiczne. W państwach o wyraźnie wykształconej funkcji turystycznej uwidocznił się głównie cel pozaekonomiczny, w tym głównie cele społeczne i ekologiczne, gdzie w centrum uwagi znajduje się człowiek oraz środowisko przyrodnicze i kulturowe. Takimi krajami są np. Austria, Hiszpania (na turystykę zrównoważoną³), Szwajcaria, Niemcy (rozbudzenie potrzeb turystycznych). W Polsce dominuje cel ekonomiczny czego wyrazem jest zapis strategii rozwoju kraju, że turystyka służy osiągnięciu celów strategicznych kraju. Praktyka jest taka, że większość krajów stosuje w turystyce system celów mieszanych czyli ekonomicznych, społecznych i ekologicznych. Zakres polityki turystycznej składa się z planowania przestrzennego, planowania ekonomicznego, marketingu i promocji, kształcenia zawodowego, badań naukowych, interwencjonizmu⁴ w zakresie turystyki (Kozak, 2009).

Narzędzia polityki turystycznej, czyli środki, którymi dąży się do osiągnięcia celu, dzielą się na 4 grupy (Kozak, 2009):

- a) narzędzia wynikające z ogólnej polityki państwa tj. aktywizacja regionów mniej rozwiniętych gospodarczo, aktywizacja sektora usług, współtworzenie i realizacja polityki zagranicznej, realizacja zadań w dziedzinie polityki kulturalnej, ochrony zdrowia czyli polityki społecznej;
- b) ustawodawstwo turystyczne, np. stanowienie przepisów o miejscowościach turystycznych, przepisów o bazie noclegowej, przepisów o funkcjonowaniu gospodarki turystycznej;
- c) narzędzia ekonomiczno-finansowe — będą to: ustalanie cen, wysokości podatków, oprocentowania kredytów, ograniczenia dewizowe;
- d) narzędzia administracyjno-organizacyjne — wynikające z działalności organizacji narodowych i narodowych administracji turystycznych.

znakowanie wyrobów spełnia następujące funkcje: ekologiczną, informacyjną, stymulacyjną, marketingową i edukacyjną.

³ *Turystyka zrównoważona* — rodzaj turystyki, mający na celu maksymalne zminimalizowanie negatywnego wpływu turystyki na środowisko naturalne i kulturę lokalną, pomagając jednocześnie w generowaniu możliwości zatrudnienia dla lokalnych mieszkańców. Celem turystyki zrównoważonej jest zadbanie o to, aby rozwój przyniósł pozytywne doświadczenie dla społeczności lokalnych, firm turystycznych oraz dla samych turystów.

⁴ Stosunki gospodarczo-polityczne polegające na bezpośrednich interwencjach państwa na rynku.

Od 2010 roku Komisja Europejska określiła podejście UE do rozwoju turystyki, definiując nowe ramy działań mających podnieść konkurencyjność i zwiększyć potencjał rozwojowy UE zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju (POT, 2011, s. 17):

- Europa winna pozostać najpopularniejszym kierunkiem turystycznym na świecie;
- turystyczny sektor działalności gospodarczej, jako obejmujący prawie 1,8 mln przedsiębiorstw i dający zatrudnienie około 5,2% całkowitej siły roboczej, ma potencjał stymulujący wzrost gospodarczy i wzrost zatrudnienia w UE, a jednocześnie przyczynia się do rozwoju i integracji gospodarczej oraz społecznej, europejska branża turystyczna wytwarza ponad 5% PKB Unii Europejskiej i wskaźnik ten stale rośnie. Turystyka stanowi więc trzeci pod względem znaczenia obszar działalności społeczno-gospodarczej w UE, ustępując miejsca sektorowi handlu i dystrybucji oraz budownictwu;
- Unia Europejska umacnia się na pozycji najpopularniejszego kierunku turystycznego na świecie (POT, 2011, s. 18).

Zgodnie z traktatem lizbońskim głównym zadaniem europejskiej polityki turystycznej jest stymulowanie konkurencyjności tego sektora, przy założeniu, że w perspektywie długoterminowej konkurencyjność ta będzie się w dużej mierze opierać na równowadze i trwałości strategii jego rozwoju. Cel ten jest wyraźnie związany z nową strategią gospodarczą Unii — „Europa 2020”, a szczególnie z jednym z jej projektów przewodnich: „Polityka przemysłowa w erze globalizacji”. Co więcej, turystyka może się również przyczynić do powodzenia innych projektów przewodnich, takich jak „Unia innowacji”, „Europejska agenda cyfrowa” oraz „Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia” (POT, 2011, s. 19). Podpisana w 2010 roku Deklaracja Madrycka⁵ zawiera szereg zaleceń co do wdrażania skonsolidowanej europejskiej polityki turystycznej. Podkreśla konieczność podniesienia konkurencyjności tego sektora zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, a także potwierdza, iż działania UE na rzecz turystyki niosą ze sobą wartość dodaną i — poprzez zintegrowane podejście do turystyki — stanowią uzupełnienie działań podejmowanych przez państwa członkowskie. Działania na rzecz turystyki powinny się skoncentrować wokół czterech filarów (POT, 2011, s. 19):

1. Stymulowanie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie.
2. Wspieranie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości.
3. Konsolidacja wizerunku Europy jako zbioru kierunków turystycznych wysokiej jakości, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.
4. Pełne wykorzystanie potencjału różnych obszarów polityki i instrumentów finansowych UE na rzecz rozwoju turystyki.

Nowe działania UE to stymulowanie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie poprzez zachęcanie do różnicowania oferty turystycznej, rozwijanie innowacji w sektorze turystycznym, podnoszenie kwalifikacji zawodowych, działania na rzecz przedłużenia sezonu turystycznego, rozbudowanie bazy wiedzy społeczno-gospodarczej na temat turystyki.

⁵ Akt podpisany w 2002 roku na Europejskim Kongresie na rzecz Osób Niepełnosprawnych.

Podsumowanie

Liczba noclegów udzielonych w turystycznych obiektach noclegowych w krajach unijnych nieprzerwanie wzrasta od 2009 roku. W 2017 r. osiągnęła wartość 3 254,3 mln. Udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym wyniósł 49,2%. W 2017 roku w Polsce działały 4 064 hotele. Stanowiły one 38% krajowej bazy noclegowej i dysponowały prawie 336 tys. miejsc noclegowych. W porównaniu do 2016 r. liczba oferowanych miejsc w obiektach hotelowych najbardziej wzrosła w Portugalii o 7,7%.

Złożoność rynku turystycznego oraz wielka różnorodność zaangażowanych w nią podmiotów wymaga współpracy wszystkich interesariuszy biorących udział w planowaniu i wdrażaniu polityk i środków na szczeblu europejskim. Instytucje Wspólnoty, administracje krajowe, organizacje zawodowe, pracodawcy i pracownicy, organizacje pozarządowe i naukowcy powinni budować partnerstwa na wszystkich szczeblach, aby podnieść konkurencyjność turystyki europejskiej i zademonstrować jej ważną rolę. Rozwój współpracy i partnerstwa w ramach odnowionej polityki powinien być regularnie rewidowany w trakcie Europejskich Forów Turystyki.

Korzyści z eskalacji turystyki dla unijnych gospodarek wynikają z: rozwoju przedsiębiorczości, powstania nowych miejsc pracy i zmniejszenia bezrobocia, napływu nowych inwestycji, dochodów uzyskiwanych z obecności turystów.

Bibliografia

- Dziedzic, E., Skalska, T. (2012). *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*. Warszawa: Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki.
- GUS. (2016). *Akty prawne związane ze statystyką w dziedzinie turystyki*. Warszawa: GUS.
- GUS. (2019a). *Turystyka w 2018 roku*. Warszawa: GUS.
- GUS. (2019b). *Turystyka w Unii Europejskiej*. Warszawa: GUS.
- Komisja Europejska. (2010). *Europa — najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie — nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego*. Bruksela: Komisja Europejska.
- Kozak, N.W. (2009). *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*. Warszawa: Scholar.
- Ministerstwo Sportu i Turystyki. (2009). *Turystyka w strukturach Unii Europejskiej*. Warszawa: Ministerstwo Sportu i Turystyki, Departament Turystyki.
- POT. (2011). *Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020*. Warszawa: POT.

Legal and economic conditions of the EU tourist market

Abstract

When analyzing Eurostat data, the tourist market in the European Union is characterized by dynamic and constant development, however, its legal and economic advantages are inexhaustibly diagnosed. The aim of this study is to illustrate the legal and economic aspects shaping the presented market in the European Union and the conditions therein for the increase in economic and legal indicators. The method used to analyze secondary statistical data and document analysis. According to the publication of the World Tourism Organization of the United Nations, the European Union is an important tourist destination, and five of its member states found themselves in the top ten countries of the world most visited by tourists in 2015. Tourism can contribute to creating jobs and stimulating economic growth, as well as to the development of rural, peripheral or less developed areas. Therefore, there is a growing need for reliable and harmonized statistics in this field as well as in the wider context of regional policy and sustainable development policy.

Keywords: tourism economics, economic impact of tourism, tourism policy, tourism regulation.