

## **EKONOMIZACJA TURYSTYKI**

### **– JEJ NEGATYWNE SKUTKI**

Zaledwie 150 lat temu rozpoczęła się współczesna epoka w podróżach człowieka, która nadała im dzisiejszy, inny niż poprzedni, nowoczesny wymiar, masowy charakter, globalny zasięg i ogromne znaczenie gospodarcze. Ten triumfalny proces podboju przez turystykę nowych obszarów i sfer ludzkiej aktywności trwa nadal i ma dziś lepsze niż kiedykolwiek warunki. Na takich przesłankach formułowane są równie obiecujące prognozy organizacji międzynarodowych, przewidujące podtrzymanie obecnych trendów wzrostowych.

Turystyka masowa w tej skali, w której różnych formach uczestniczy współcześnie sporo ponad 2 mld ludzi na świecie, niesie jednak wiele istotnych zagrożeń o różnym charakterze.

Większość z tych dysfunkcji zostało rozpoznanych, podjęte też zostały w skali międzynarodowej działania mające ograniczyć najbardziej szkodliwe skutki żywiołowo rozwijających się zjawisk. W opisie tych realnych zagrożeń pomijana jest najczęściej jedna z najważniejszych funkcji współczesnej turystyki, ekonomiczna. Uzyskała zdecydowany prymat, jest głównym czynnikiem stymulującym obecny i przyszły rozwój, zapewnia przychyłność i wsparcie dla turystyki ze strony rządów i władz lokalnych. Jej wyraźna dominacja coraz silniej przekształca turystykę w dziedzinę utylitarną a turystę wyłącznie w konsumenta usług turystycznych.

### **Stan współczesnej turystyki**

Turystyka jest obecnie w okresie dobrej koniunktury, kształtowanej także pod wpływem procesów globalizacji. Jesteśmy świadkami ich przyspieszenia w wyniku korzystnej generalnie sytuacji międzynarodowej, liberalizacji handlu, postępu technologicznego, ale również rewolucji transportowej<sup>1</sup>.

Dla turystyki, dziedziny heterogenicznej, łączącej różnorodne funkcje i ze swej natury globalnej, te procesy mają szczególne znaczenie, a ich dzisiejsza rola upoważnia do rozpatrywania współzależności między globalizacją a rozwojem ruchu turystycznego i wzrostem ekonomicznego znaczenia turystyki<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> M. Kalmut (red.), *Proces globalizacji gospodarki*, AE, Wrocław 2004.

<sup>2</sup> Por. J. Wysokiński, *Turystyka w pułapce globalizacji*, (w:) *Bariery kulturowe w turystyce*, Almamer WSE, Warszawa 2007.

Obie te kategorie wykazują znaczną dynamikę, odpowiadającą w przybliżeniu wzrostowi globalnego produktu brutto (GPB). Potwierdzają to statystyki Światowej Organizacji Turystyki (UN WTO), według nich w roku 2006 liczba zagranicznych podróży turystycznych wyniosła 842 mln, co oznacza, że bliskie jest przekroczenie symbolicznego progu 1 mld podróży w międzynarodowym ruchu turystycznym<sup>3</sup>.

Eksperti i politycy podkreślają, przy różnych okazjach, wielkie możliwości rozwojowe turystyki dziś oraz w przyszłości. Jako jedna z największych gałęzi światowej gospodarki (generuje 10 proc. światowego produktu brutto), jest bramą prowadzącą do ekonomicznego postępu. Dotyczy to w szczególności krajów, regionów i miejsc, które nie posiadają zbyt wielu alternatywnych źródeł rozwoju<sup>4</sup>. Zauważyć trzeba, że turystyka międzynarodowa jest jeszcze daleka od wykorzystania całego swojego potencjału, jak dotąd w wyjazdach zagranicznych, uczestniczy tylko niewielka część ludności świata, według szacunków, tylko około 10 proc.<sup>5</sup>

Proces globalizacji odgrywa coraz znaczącą rolę w kształtowaniu strumieni ruchu turystycznego, będzie silniej wpływał na zjawisko deglomeracji turystyki, bardziej równomiernego jej rozmieszczenia. Jeszcze ponad połowa z ogólnej liczby turystów na świecie odwiedza kraje europejskie, co jest warunkowane różnymi czynnikami (bogactwo atrakcji i produktów turystycznych, rozwinięta baza i infrastruktura turystyczna, tradycje podróżowania, duża aktywność turystyczna Europejczyków wynikająca z poziomu zamożności). Jednak w szybszym niż w Europie tempie wzrasta ilość podróży w innych regionach świata, do międzynarodowej wymiany turystycznej będą się zatem włączały aktywniej coraz nowe kraje, jak Chiny, Indie, Brazylia i zyskujące na znaczeniu regiony świata (Azja-Pacyfik, Afryka, Ameryka Południowa). Będzie to powodowało korzystne zmiany w konstrukcji przestrzennej światowego rynku podróży i turystyki.

## **Ekonomizacja turystyki motorem rozwoju**

Czynnik ekonomiczny od dawna odgrywał w turystyce znaczną rolę, ale nie dominującą. W dobie globalizacji jego znaczenie zdecydowanie rośnie, dzięki obecności we wszystkich sferach gospodarowania: produkcji dóbr i usług, podziału, wymiany i konsumpcji. Dominują poglądy akcentujące rolę turystyki w kreowaniu produktu krajowego, w tworzeniu miejsc pracy, zmniejszaniu rozpiętości w poziomie życia, także w rozwiązywaniu ważnych problemów, z jakimi boryka się współczesny świat, jak: tworzenie nowych miejsc pracy,

---

<sup>3</sup> „UNWTO World Tourism Barometer”, Vol. 5, No 1, January 2007.

<sup>4</sup> W. W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007.

<sup>5</sup> Szacunki UN WTO.

aktywizacja gospodarcza obszarów zapóźnień w rozwoju, peryferyjnych i izolowanych<sup>6</sup>. W tych warunkach wszystko próbuje się zamieniać na produkt turystyczny, który w turystyce jest bardzo specyficzny i złożony.

Celem współczesnej masowej turystyki stało się wypracowanie jak największego zysku ekonomicznego przy najmniejszych kosztach, do czego dążą przede wszystkim podmioty gospodarcze sprzedające usługi, ale również państwa i regiony osiągają z turystyki znaczne dochody. Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) od lat publikuje dane o wysokości przychodów globalnych z turystyki zagranicznej. Z tych danych wynika, że w roku 2006 osiągnęły one kwotę przekraczającą 700 mld dolarów<sup>7</sup>. Jest to niepełny wskaźnik ekonomicznego znaczenia tej dziedziny gospodarki, pomija bowiem dochody związane np. z samymi podróżami czy turystyką krajową.

Inna międzynarodowa organizacja, Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) kilka lat temu zainicjowała poszerzone badania w ramach Rachunku Satelitarnego Turystyki, którymi objęto już prawie wszystkie kraje świata<sup>8</sup>. W marcu br., podczas konferencji towarzyszącej targom ITB w Berlinie, prezydent tej organizacji Jean-Claude Baumgarten przedstawił optymistyczne liczby, potwierdzające nieustanny rozwój turystyki w skali światowej oraz umacnianie jej pozycji jako dziedziny o dużym i wciąż rosnącym znaczeniu gospodarczym. Według tych danych w 2006 roku światowe wydatki związane z turystyką i podróżami osiągnęły kwotę około 6,3 biliona USD. W ciągu najbliższego dziesięciolecia przewiduje się utrzymanie wysokiego tempa wzrostu, co spowoduje podwojenie tej kwoty.

W tych warunkach prymat ekonomii nad innymi funkcjami stał się dla turystyki najpoważniejszym czynnikiem rozwojowym. Dla wielu krajów i regionów tworzy ona ogromne ekonomiczne szanse. Dzięki niej mogą się rozwijać, inwestować, dynamizować inne dziedziny, a więc gospodarcze znaczenie turystyki jest często większe niż podają oficjalne statystyki<sup>9</sup>

Rosnąca skala zjawiska i związane z nim oczekiwania upoważniają do postawienia tezy o znacznym współcześnie zawansowaniu procesu ekonomizacji turystyki. Tym terminem proponuję określać: Postępujące podporządkowywanie większości funkcji turystyki korzyściom o charakterze gospodarczym i ekonomicznym. Mamy z tym procesem do czynienia wówczas, gdy następuje koncentrowanie na efektach ekonomicznych, z pominięciem społecznych i środowiskowych kosztów ich uzyskania.

---

<sup>6</sup> L. Ciamaga, *Struktura gospodarki światowej*, Wyd. WSEI, Warszawa 2003.

<sup>7</sup> „UNWTO World Tourism Barometer”, op. cit.

<sup>8</sup> Rachunek Satelitarny Turystyki (Tourism Satellite Account), którym posługuje się WTTC prezentuje kompleksowy obraz gospodarki turystycznej, czyli uwzględnia wszystkie wydatki związane z podróżami i turystyką, a więc obroty dotyczące tzw. spożycia turystycznego oraz podaży produktów turystycznych, wydatków do kwoty około 13 bln dolarów.

<sup>9</sup> W. W. Gaworecki, *Turystyka*, op. cit.

Turystyka masowa rządzi się swoimi prawami i nie ma w niej miejsca na wieloaspektowe podejście, gdy przeważa trend do maksymalizacji zysków, poszerzania rynków, udostępniania atrakcji tym, którzy za nie zapłacą.

Najpoważniejszym skutkiem takiego procesu jest naruszenie harmonii łączącej w turystyce elementy konsumpcyjne z wartościami, o które turystyka wzbogacała się przez stulecia. W konsekwencji, w warunkach stałego rozwoju, obserwujemy degradację wielu istotnych funkcji turystyki, w tym niezwykle istotnej funkcji poznawczej, która w warunkach globalnej turystyki powinna się zdecydowanie wzmacniać<sup>10</sup>. Takich negatywnych skutków jest zdecydowanie więcej, a część z nich zdaje się podważać korzystne mega-trendy związane z globalizacją turystyki. Wbrew oczekiwaniom nie powoduje ona istotnej deglomeracji ruchu turystycznego, a skutki zasadniczo przeciwne, łatwiejsza jest dostępność obszarów najsilniej dotąd penetrowanych, przyciągających jeszcze więcej turystów i kolejnych inwestorów. Tak rozbudowują się całe strefy turystyczne, znane nie tylko z wybrzeży Hiszpanii, Włoch, Grecji, Chorwacji, Tunezji, Egiptu, Turcji, ale też z innych regionów świata, gdzie globalizacja tworzy warunki do podjęcia jeszcze większych projektów inwestycyjnych.

Przy zaangażowaniu kapitału tej skali preferowany jest dotychczasowy kierunek rozwojowy, bowiem tylko on zapewnia najszybszy zwrot. A strumieniami ruchu turystycznego można pokierować niemal dowolnie, przy użyciu odpowiednich środków finansowych przeznaczonych na marketing usług turystycznych oraz miejsc docelowych. W podobny sposób wypromowane zostaną nowe modele konsumpcji turystycznej.

Ekonomizacja globalnej turystyki nasila niebezpieczeństwa związane z przenoszeniem do innych regionów świata doświadczeń i rozwiązań wykorzystywanych w zagospodarowaniu turystycznym, jak też w tworzeniu atrakcji i produktów turystycznych. Przeważa tu tendencja do stosowania ujednoliconych wzorów i standardów, ukształtowanych w kulturze europejsko-amerykańskiej, w małym stopniu uwzględniających lokalną specyfikę (forpocztą takich działań są międzynarodowe systemy hotelowe, globalnie działający przewoźnicy lotniczy). W ślad za tym idzie upowszechnianie sprawdzonych na dużych rynkach wzorów spożycia turystycznego i zachowań konsumenckich.

## **Badanie sondażowe i jego wyniki**

Dla sprawdzenia jakie jest rozumienie procesu ekonomizacji turystyki wśród osób, których to zjawisko powinno interesować i mogą się z nim stykać w praktyce, przeprowadzony został wiosną br. ograniczony liczbowo sondaż,

---

<sup>10</sup> Por. J. Wysokiński, *Poznawcze funkcje turystyki w procesie jej globalizacji*, (w:) Z. Dziubiński (red.), *Aksjologia turystyki*, SALOS RP, Warszawa 2006.

w którym uczestniczyły dwie grupy badanych: 1. Pracownicy przedsiębiorstw turystycznych (biur podróży, hoteli, firm transportowych oraz pracownicy reprezentujący organizacje i instytucje administracji turystycznej i samorządy). Sondaż ten przeprowadzony został wśród uczestników tegorocznych targów turystycznych: LATO w Warszawie oraz VOYAGER w Kielcach (razem 176 wypełnionych ankiet). 2. Studenci III roku studiów zaocznych na kierunku Turystyka i rekreacja dwóch uczelni warszawskich (150 ankiet, z tego kilka wypełnionych zostało nieprawidłowo, w analizie wzięto pod uwagę 142 ankiety).

Uczestniczący w sondażu otrzymali jednakowe ankiety, ale z uwagi na naturalne zróżnicowanie obu grup sondażowych, wyniki opracowane zostały oddzielnie.

Dla jednoznacznego i właściwego rozumienia pytań sondażu, na samym początku kartki umieszczona została następująca definicja: „Ekonomizacja turystyki to proces swoistego podporządkowania wszystkich innych jej funkcji, korzyściom o charakterze gospodarczym. Mamy z tym procesem do czynienia wówczas, gdy następuje koncentrowanie na efektach ekonomicznych, z pominięciem społecznych i środowiskowych kosztów ich uzyskania”

Poniżej znalazły się następujące pytania, odpowiednio przygotowane do wpisania właściwych odpowiedzi: 1. Czy współczesna turystyka mogłaby się rozwijać bez jej funkcji ekonomicznej? 2. Jakie funkcje współczesnej turystyki są najważniejsze (zaznaczyć trzy)? 3. Czy ekonomiczna funkcja turystyki niesie ze sobą tylko pozytywne skutki? 4. Jakie mogą być pozytywne i negatywne skutki ekonomizacji turystyki (wskazać kilka)? 5. Czy w działalności biur podróży/hoteli, firm transportowych/organizacji turystycznych zauważa Pani/Pan negatywne skutki ekonomizacji turystyki? 6. Czy proces ekonomizacji turystyki będzie się nasilał? 7. Czy na ekonomizacji więcej zyskują przedsiębiorstwa turystyczne czy regiony turystyczne?

Z przebiegu sondażu i sposobu reakcji można wnioskować, że z pojęciem ekonomizacji turystyki uczestnicy praktycznie się nie stykali, co może budzić zdziwienie, szczególnie w grupie studentów. Dopiero uważne przeczytanie powyższej definicji pozwoliło odnieść się do samego zjawiska. Łącznie w ten sposób uzyskano 318 odpowiedzi, które następnie analizowano, oddzielnie dla każdej grupy. Oto wyniki przeprowadzonego sondażu:

#### *Grupa pracowników branży turystycznej*

1. Czy turystyka mogłaby rozwijać się bez funkcji ekonomicznej?: Nie: 91,5%, Tak: 8,5%.

2. Najważniejsze funkcje turystyki (według liczby wskazań): ekonomiczna, wypoczynkowa, kulturalna, zdrowotna, rekreacyjna.

3. Czy ekonomiczna funkcja niesie tylko pozytywne skutki?: Tak: 6,8%, Nie: 93,2%.

4. Wskazane pozytywne i negatywne skutki ekonomizacji turystyki (w kolejności): pozytywne: rozwój przedsiębiorstw, bogatsze oferty, wyższa jakość usług, obniżanie cen; negatywne: upadek małych firm turystycznych, kryzys w turystyce krajowej, większa konkurencja na rynku.

5. Czy w swojej firmie/instytucji zauważam negatywne skutki ekonomizacji turystyki?: Tak: 72,3%, Nie: 27,7%.

6. Czy będzie się nasilał proces ekonomizacji: Tak: 100%.

7. Czy na ekonomizacji skorzystają więcej przedsiębiorstwa, czy regiony?: przedsiębiorstwa: 40,3%, regiony: 50,6%, przedsiębiorstwa jak i regiony: 9,1%.

### *Grupa studentów*

1. Czy turystyka mogłaby rozwijać się bez funkcji ekonomicznej?: Nie: 83,1%, Tak: 16,9%.

2. Najważniejsze funkcje turystyki (w kolejności): ekonomiczna, poznawcza, edukacyjna, wypoczynkowa, integracyjna.

3. Czy ekonomiczna funkcja niesie tylko pozytywne skutki?: Tak: 7,7%, Nie: 92,3%.

4. Wskazane pozytywne i negatywne skutki ekonomizacji turystyki (w kolejności): pozytywne: rozwój turystyki, niskie ceny podróży, większe zyski przedsiębiorstw, rozwój infrastruktury turystycznej; negatywne: upadek niektórych firm turystycznych, turystyka stanie się dostępna tylko dla bogatych.

5. Czy w firmie/instytucji można zauważyć negatywne skutki ekonomizacji turystyki?: Tak: 53,5%, Nie: 40,8%, pozostali nie wiedzą.

6. Czy proces ekonomizacji będzie się nasilał: Tak: 92,2%, Nie: 7,8%.

7. Czy na ekonomizacji więcej skorzystają przedsiębiorstwa czy regiony?: przedsiębiorstwa: 68,3%, regiony: 16,9%, przedsiębiorstwa i regiony: 14,8%.

Oceniając generalnie wyniki przeprowadzonego sondażu należy stwierdzić, że uczestnicy nie dysponują głębszą wiedzą o zjawisku ekonomizacji, jak też o innych procesach dokonujących się na globalnym rynku podróży i turystyki. Przewidują dość zgodnie pogłębienie się tego procesu, ale już oceny jego skutków nie są jednoznacznie formułowane i bardziej zależą od bezpośrednich doświadczeń, a te nie sięgają tak dalekich związków przyczynowo-skutkowych. Zwraca uwagę duża zbieżność w obu grupach odpowiedzi wskazujących na dostrzeżenie negatywnych skutków tego procesu. Dostrzegane są też pozytywne efekty ekonomizacji turystyki, ale w obu przypadkach zazwyczaj w ogólnym wymiarze. Prawdopodobne przyczyny tego stanu są takie, że polska turystyka lokuje się w ostatnich latach na peryferiach, w oddaleniu od głównych nurtów rozwojowych, a zatem nie odczuwa wyraźniej dynamiki współczesnych procesów zachodzących w tej dziedzinie gospodarki.

## Negatywne skutki ekonomizacji

Podkreśliwszy wcześniej pozytywne oddziaływanie ekonomicznej funkcji jako głównego czynnika przyspieszającego rozwój turystyki, warto więcej uwagi poświęcić wynikającym z tych samych źródeł zagrożeniom. Rozpatrywać je można z punktu widzenia przedsiębiorstw turystycznych oraz obszarów atrakcyjnych turystycznie, a na koniec, w odniesieniu do roli, jaką ma odgrywać turystyka w XXI wieku.

Następuje zauważalne przyspieszenie procesu koncentracji kapitału, co prowadzi do wzmocnienia transnarodowych korporacji także w gospodarce turystycznej<sup>11</sup>. Rozrastają się w szybszym tempie międzynarodowe systemy hotelowe, przeprowadzane są różne formy związków kapitałowych dużych touroperatorów oraz przewoźników w transporcie lotniczym i morskim. Tak wzmocnione koncerny znajdują zasoby kapitałowe pozwalające podejmować inwestycje ogromnej skali. Warto tu odnotować, że coraz częściej inwestowany jest w turystykę kapitał pochodzący z zewnątrz (fundusze inwestycyjne, emerytalne, banki), co dodatkowo zwiększa rozmiary przedsięwzięć w postaci dużych obiektów hotelowych, ogromnych kompleksów wypoczynkowych, zakupów samolotów i morskich statków wycieczkowych o nieznanych wcześniej parametrach.

W ślad za tym rozrastającym się potencjałem idzie propagowanie sprawdzonych na dużych rynkach wzorów spożycia turystycznego i zachowań konsumenckich. Taka unifikacja popytu na usługi eliminuje z rynku tradycyjne biura podróży, z ich zróżnicowaną ofertą tworzoną według potrzeb i zainteresowań klientów. Na rynku hotelowym ograniczane jest pole działania niezależnych hoteli i pensjonatów, z ich indywidualnym charakterem i obsługą gości, a wreszcie rywalizacja między przewoźnikami skutkuje uproszczeniem ofert i obsługi podróźniczej. W działalności przedsiębiorstw turystycznych stosowane są coraz powszechniej nowe technologie w celu optymalizacji wszystkich etapów podróży<sup>12</sup>.

Widzimy dążenie do zwiększenia produktywności turystycznej obszarów, intensywnie zagospodarowywanych i eksploatowanych. Dotyczy to głównie Europy i jej obszarów o dużej atrakcyjności, wciąż rozbudowywane są strefy turystyczne na wybrzeżach Hiszpanii, Włoch, Grecji, Chorwacji, ale również Tunezji, Egiptu, Turcji i kilku innych krajów, w których globalizacja tworzy warunki do podjęcia jeszcze większych projektów inwestycyjnych. One zapewniają najszybszy zwrot zaangażowanego kapitału. Dobrymi przykłada-

---

<sup>11</sup> U. Szubert-Zarzewny, *Turystyka w Polsce w kontekście procesu globalizacji ekonomicznej*, (w:) J. Wyrzykowski, K. Klimentowski (red.), *Współczesne tendencje w turystyce i rekreacji*, AWF, Wrocław 2004.

<sup>12</sup> Z raportu *Henley Center Headlight Visio*, przygotowanego w 2007 roku dla firmy Amadeus.

mi gwałtownie rozwijających się obecnie centrów turystycznych są Dubaj, Szanghaj, Hong Kong.

Jednakże każdy region czy obszar atrakcyjny turystycznie posiada ograniczoną chłonność, której przekroczenie może być niszczące i nieodwracalne w skutkach. Nadmierna liczba turystów oraz cała towarzysząca infrastruktura prowadzi do degradacji walorów turystycznych, obniżając atrakcyjność miejsc i regionów, w wyniku tego następuje inwersja planów rozwojowych, spowodowana spadkiem ruchu turystycznego w zdewastowanym środowisku (takie symptomy obserwowane są na hiszpańskim Costa del Sol, czy włoskiej Riwierze Adriatyckiej).

Globalizacja i procesy jej towarzyszące powodują, że szybko rosnących korzyści z turystyki oczekują również kraje rozwijające się. Problem polega na tym, że wyolbrzymiają one swoje walory turystyczne, gdy ich potencjał bywa jeszcze niewystarczający. Ekonomizacja stanowi w takich przypadkach istotną barierę, bowiem bez napływu kapitału nie powstanie odpowiednie zagospodarowanie ich regionów.

Dla obecnej i przyszłej roli turystyki znaczenie ma prymat czynnika ekonomicznego, on bowiem powoduje preferowanie form zapewniających najszybszy zwrot kapitału (podróże wakacyjne, turystyka biznesowa, turystyka rozrywkowa, weekendowa). Strumieniami ruchu turystycznego można sterować dowolnie, przy użyciu odpowiednich środków finansowych przeznaczanych na marketing usług turystycznych oraz miejsc docelowych. W podobny sposób promowane są pożądane modele konsumpcji turystycznej, przenoszone są doświadczenia i rozwiązania w tworzeniu atrakcji i produktów turystycznych. Przeważa tu tendencja do stosowania zunifikowanych wzorów i standardów, wywodzących się z kultury europejsko-amerykańskiej i w małym stopniu uwzględniających lokalną specyfikę i uwarunkowania. To pociąga za sobą ograniczanie wyboru turysty i kształtowanie wąskich jego oczekiwań. Ważne w przeszłości funkcje turystyki są marginalizowane. Turystyka masowa rządzi się swoimi prawami i nie ma w niej zbyt wiele miejsca na różnorodność i indywidualizację potrzeb współczesnego podróżnika.

Światowy rynek podróży ma przed sobą korzystne perspektywy. Do obsługi tej wzrastającej liczby turystów dostosowują się przedsiębiorstwa wszystkich sektorów gospodarki turystycznej, nastawione na osiągnięcie korzyści ekonomicznych. Podkreśla się na każdym kroku gospodarcze znaczenie turystyki, dochodów z turystyki, motywy te nie mogą być jedyną siłą napędową w rozwoju tej nietypowej przecież dziedziny gospodarki.

W warunkach gdy turystyka masowa, mimo zauważalnych dysfunkcji, stanowić będzie istotny składnik ruchu turystycznego, tylko wspieranie nowych trendów w turystyce, bardziej humanistycznych i przyjaznych środowisku może przyczynić się w istotny sposób do ograniczenia negatywnych skutków wynikających z jej ekonomizacji.