

Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki

Tom III

**Walory i atrakcje turystyczne
Potencjał turystyczny
Plany rozwoju turystyki**

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
SERIA TURYSTYKA I REKREACJA – STUDIA I PRACE NR 3

Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki

Tom III

**Walory i atrakcje turystyczne
Potencjał turystyczny
Plany rozwoju turystyki**

Praca zbiorowa pod redakcją
ZYGMUNTA MŁYNARCZYKA I ALINY ZAJADACZ



POZNAŃ 2009

ABSTRACT. Zygmunt Młynarczyk, Alina Zajadacz (eds), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Tom III – Walory i atrakcje turystyczne. Potencjał turystyczny. Plany rozwoju turystyki* [*Tourist development: determinants and plans. Volume 3 – The tourist values and attractions. Touristic potential. Plans of the development of tourism*]. Adam Mickiewicz University Press, Poznań 2009. Seria Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace nr 3. Pp. 208, tables and figures. ISBN 978-83-232-2072-5. ISSN 2080-6795. Texts in Polish.

Volume Three presents ways of identification of tourist attractions and values. It is devoted to methods of: 1. comprehensive evaluation of touristic potential, 2. making of the balance sheet of profitability of investments in tourist industry in a selected area, and 3. making plans of the development of tourism taking into consideration the principles of sustainable development. The book also presents problems concerning realisation of the conception of sustainable development of tourism in a commune (district) and regional scale, including the role of territorial (local) self-government in the development and realisation of investment projects, possibility of utilising financial means from the European Union by local authorities for the development of tourism and the principles of managing the complex touristic product.

Zygmunt Młynarczyk – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji, ul. Dziegiełowa 27, 61-680 Poznań, e mail: zygmunt@amu.edu.pl

Alina Zajadacz – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji, ul. Dziegiełowa 27, 61-680 Poznań, e mail: alina@amu.edu.pl

Recenzent: prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk

© Copyright by Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji Wydziału Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2009

© Copyright for this edition by Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2009

Projekt okładki: *Jarosław Bogucki*

Fotografia: *Alina Zajadacz*

Redakcja i korekta: *Aleksandra Jędrzejczak*

Skład i łamanie komputerowe: *Anna Marcinkaniec*

ISBN 978-83-232-2072-5

ISSN 2080-6795

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
UL. NOWOWIEJSKIEGO 55

www.press.amu.edu.pl e-mail: press@amu.edu.pl

Wydanie I. Ark. wyd. 15,50. Ark. druk. 13,00.

Druk i oprawa: QUICK-DRUK s.c., 90-562 ŁÓDŹ, ul. ŁĄKOWA 11

Spis treści

Wprowadzenie	7
<i>Ilona Potocka</i>	
Walory turystyczne	9
<i>Ilona Potocka</i>	
Atrakcyjność turystyczna i metody jej identyfikacji	19
Potencjał turystyczny	33
<i>Alina Zajadacz, Joanna Śniadek</i>	
Ocena potencjału turystycznego.....	35
<i>Alina Zajadacz, Joanna Śniadek</i>	
Potencjał turystyczny gminy Zbąszyń.....	59
<i>Lukasz Nawrot</i>	
Metody określania rozmiaru i opłacalności inwestycji turystycznych w gminie i regionie	69
Turystyka zrównoważona	91
<i>Alina Zajadacz</i>	
Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki.....	93
<i>Joanna Śniadek, Alina Zajadacz</i>	
Propozycja rozwoju optymalnych form turystyki w gminie Zbąszyń.....	131
<i>Stefan Wojciechowski</i>	
Urbanistyczna koncepcja zagospodarowania turystycznego gminy Zbąszyń	147

Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki w gminie i regionie	155
<i>Andrzej Rapacz</i>	
Rola samorządu terytorialnego w fazie opracowania i realizacji projektów inwestycyjnych	157
<i>Urszula Kaczmarek, Tomasz Kaczmarek</i>	
Środki Unii Europejskiej wspomagające rozwój turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym	169
<i>Andrzej Rapacz</i>	
Zasady zarządzania kompleksowym produktem turystycznym.....	187
Informacja o autorach i redaktorach tomu	199
Indeks	205

Wprowadzenie

„Nauka nie istnieje poza komunikacją,
kiedy nie ma swobodnej wymiany myśli,
idei, doświadczeń, następuje bezruch,
który jest śmiertelnym zagrożeniem dla ludzkiego intelektu,
dlatego tak ważne jest porozumiewanie i współpraca uczonych”.

B. Jałowiecki, *Pięć kręgów porozumiewania się uczonych*

Nauka jako część kultury nie rozwija się w próżni, jest bardzo mocno osadzona w myśleniu i wydarzeniach epoki, w jej ontologicznej konstrukcji świata¹. Wzrost natężenia wyjazdów turystycznych, jak i zróżnicowanie ich form sprawiły, iż turystyka stała się przedmiotem zainteresowania przedstawicieli wielu dyscyplin naukowych. Współcześnie obserwujemy dynamiczny rozwój badań nad turystyką, prowadzonych w dziedzinie nauk przyrodniczych, humanistycznych, ekonomicznych, czy nauk o kulturze fizycznej. Mają one jednak najczęściej charakter szczegółowy, odzwierciedlający paradygmaty danej dziedziny nauki. Niewiele istnieje badań kompleksowych, ujmujących w sposób holistyczny oraz interdyscyplinarny gamę zagadnień turystycznych. Trudność takiego podejścia wynika niewątpliwie z konieczności porozumienia się i współpracy specjalistów z wielu dziedzin, ustalenia wspólnego języka komunikowania się oraz wspólnej koncepcji działań.

Główną ideą przyświecającą przygotowaniu niniejszej książki było podjęcie współpracy z szerokim gronem specjalistów, zarówno naukowców, jak i praktyków zaangażowanych w rozpatrywanie uwarunkowań oraz sporządzanie planów rozwoju turystyki. Zespół autorów tworzą przedstawiciele nauk przyrodniczych (w tym specjaliści z dziedziny geomorfologii, hydrologii, limnologii, klimatologii, gleboznawstwa, biogeografii, biologii, leśnictwa, rolnictwa, ekologii krajobrazu), humanistycznych (socjologii, pedagogiki, historii sztuki), z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej, geografii turystyki, ekonomii, kultury fizycznej oraz architektury. Nasze dążenia zmierzały ku temu, aby poszczególne składowe potencjału turystycznego były rozpatrywane przez właściwych specjalistów, prezentujących własny punkt widzenia i decydujących o kompozycji treści rozdziałów.

Książka zawiera usystematyzowany zbiór wiedzy odnośnie metod stosowanych w sekwencji działań: od rozpoznania uwarunkowań rozwoju turystyki po sporządzenie strategii jej rozwoju w skali lokalnej i regionalnej. Za obszar służący prezentacji

¹ W. Małuszyński, 1997, *Metafora – konieczność czy pragmatyka?* w: Porozumiewanie się i współpraca uczonych, red. J. Goćkowski, M. Sikora, Sukcesja, Kraków.

wyników badań przyjęto w dominującej mierze gminę Zbąszyń, co pozwala na prześledzenie etapów działań w odniesieniu do jednego terenu.

Opracowanie niniejsze obejmuje trzy tomy. Pierwszy poświęcony jest metodom oceny przyrodniczych zasobów turystycznych. Omówiono w nim zasoby naturalne, w tym rzadko uwzględniane w opracowaniach geograficznych zasoby świata zwierzęcego (pod kątem wędkarstwa, obserwacji awifauny) oraz możliwości wykorzystania turystycznego obszarów mokradłowych. Przedstawiono także wybrane metody badań stosowane do oceny oddziaływania wybranych form turystyki na środowisko przyrodnicze.

Tom drugi obejmuje zagadnienia dotyczące: 1) zasobów historycznych i społeczno-kulturowych, 2) społeczno-ekonomicznych oraz 3) infrastrukturalnych. W oddzielnym rozdziale rozpatrzono skutki rozwoju turystyki obserwowane w środowisku społecznym. Rozważania nad zasobami turystycznymi zarówno przyrodniczymi, jak i antropogenicznymi zamykają rozdziały dotyczące oceny atrakcyjności turystycznej krajobrazu w ujęciu kulturowym oraz multisensorycznym. Następnie przedstawiono problemy związane z analizą ruchu turystycznego (z perspektywy socjologicznej, psychologiczno-pedagogicznej, geograficznej oraz statystycznej).

Tom trzeci przedstawia sposoby identyfikacji atrakcji i walorów turystycznych. Poświęcony jest omówieniu metod: 1) kompleksowej oceny potencjału turystycznego, 2) sporządzania bilansu opłacalności inwestycji turystycznych na wybranym terenie oraz 3) konstrukcji planów rozwoju turystyki, z respektowaniem zasad zrównoważonego rozwoju. Ukazuje także problemy związane z realizacją koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki w gminie i regionie, w tym rolę samorządu terytorialnego w opracowaniu i realizacji projektów inwestycyjnych, możliwości wykorzystania środków Unii Europejskiej przez władze lokalne dla rozwoju turystyki oraz zasady zarządzania kompleksowym produktem turystycznym.

Książka jest adresowana do szerokiego grona Czytelników, zarówno teoretyków, jak i praktyków zainteresowanych turystyką (w tym szczególnie zajmujących się opracowaniami planów i strategii rozwoju turystyki na poziomie gmin oraz regionów). Może stanowić także przydatne źródło wiedzy dla studentów turystyki i rekreacji, gospodarki przestrzennej, jak również ekonomii.

Pomimo próby holistycznego ujęcia tak wieloaspektowego zjawiska, jakim jest współczesna turystyka, zdajemy sobie sprawę, iż w opracowaniu tym nie udało się ująć wszystkich czynników wystarczająco szczegółowo. Nie zostały oddzielnie omówione, na przykład, podstawy prawne istotne w turystyce, ujmowane częściowo w poszczególnych rozdziałach. Pominęto także rolę systemu informacji turystycznej w tworzeniu wizerunku regionu i kreowaniu atrakcyjności turystycznej. Świadomość tych „luk” wyznacza kolejne kierunki działań.

Dziękujemy wszystkim Autorom za twórcze zaangażowanie we wspólną pracę, otwartość na dyskusję i dobrą wolę, dzięki której możliwe było nie tylko porozumienie, ale także współdziałanie w tak interdyscyplinarnym zespole.

Ilona Potocka

Walory turystyczne

Walory turystyczne i ich klasyfikacja

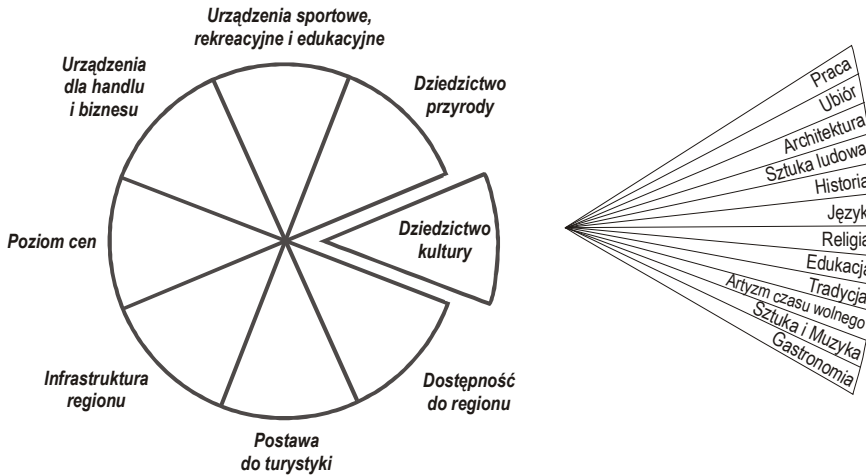
Pojęcie waloru pochodzi od łacińskiego słowa *valēre* – być silnym, zdrowym, potężnym, wartym. To pewna wartość, znaczenie (Kopaliński 2000).

W literaturze z dziedziny geografii turystyki istnieje szereg definicji oraz klasyfikacji walorów turystycznych. J. Warszńska i A. Jackowski (1978) definiują walory jako „zespół elementów środowiska naturalnego oraz elementów pozaprzrodniczych, które – wspólnie lub każde z osobna – są przedmiotem zainteresowań turysty”. Według cytowanych autorów, walory turystyczne, obok dostępności komunikacyjnej oraz infrastruktury turystycznej, składają się na atrakcyjność turystyczną obszaru, miejscowości bądź szlaku i decydują w znacznym stopniu o wielkości ruchu turystycznego na obszarze recepcyjnym.

Często pojęcie walorów turystycznych utożsamiane jest z **atrakcjami turystycznymi** (*tourism attractions*), szczególnie w literaturze anglojęzycznej, gdzie nie występuje pojęcie waloru turystycznego (Jacobsen 1997, Deng i in. 2002, Garrod i in. 2002, Richards 2002, Reinius, Fredman 2007). Z Kruczek (2002) podkreśla, iż walory turystyczne należy traktować jako kategorię bardziej obiektywną, która stanowi potencjał rozwoju zjawisk turystycznych, natomiast atrakcje turystyczne są elementem subiektywnym „gdyż ich obecność na rynku i w świadomości potencjalnego turysty wymaga odpowiednich zabiegów organizacyjnych i promocji”. Mogą być tworzone od podstaw, na surowym korzeniu, w miejscu pozbawionym walorów turystycznych (Jacobsen 1997). G. Wall (1997) podaje, że na atrakcje turystyczne składają się trzy elementy: turyści, miejsce do obejrzenia oraz czynnik (wizerunek), który sprawia, że miejsce to jest godne uwagi.

Pojęcie atrakcji jest pojęciem szerszym – walory często są częścią atrakcji turystycznych (Nowakowska 2002). Obok walorów do atrakcji zalicza się również takie elementy, jak poziom cen, infrastrukturę turystyczną, czy postawy lokalnej społeczności (ryc. 1).

Pojęciem funkcjonującym w literaturze polskiej, jak i zagranicznej jest pojęcie **dziedzictwa** (*heritage*) (Purchla 1999, Nowacki 2000). M. Nowacki (2000) podkreśla, że



Ryc. 1. Klasyfikacja atrakcji turystycznych

Źródło: Ritche, Sins 1978, za: Kruczek 2002

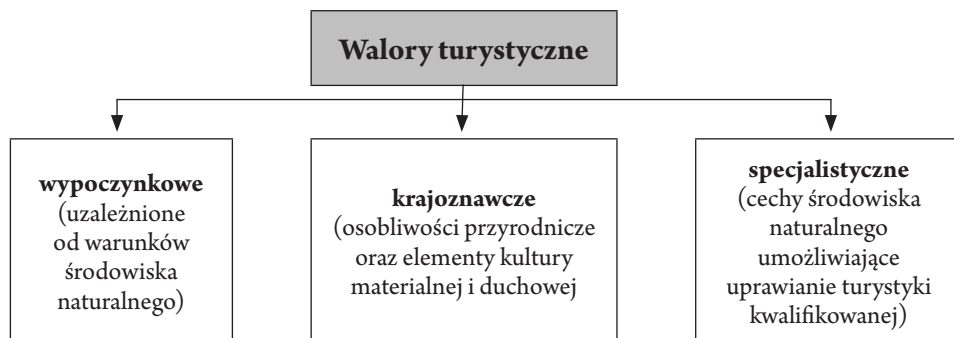
dziedzictwo może w pewnym sensie stanowić synonim waloru krajoznawczego. Definiowane jest ono jako „coś” przekazywanego z pokolenia na pokolenie, spuścizna, czym człowiek żyje obecnie i co przekaże swoim dzieciom oraz wnukom. Są to zarówno obiekty, miejsca, tak kulturowe jak i przyrodnicze, ale również niematerialne formy kultury, to jest filozofia, sztuka, literatura, folklor i tradycja (Kruczek i in. 2006).

Klasyfikując walory, można wziąć pod uwagę różne kryteria w zależności od celu badania. Kryterium najczęściej stosowanym podczas podziału walorów jest stopień ingerencji człowieka w ich powstanie. W literaturze polskiej wyróżnia się walory naturalne oraz antropogeniczne, natomiast w anglojęzycznej funkcjonuje podział na atrakcje (walory) naturalne (*natural*), przekształcone przez człowieka (*human-modified*) i stworzone przez człowieka (*human-made*) (Lew 1987, za: Wall 1997). Do takiego podziału nawiązuje klasyfikacja krajoznawczych walorów przyrodniczych T. Lijewskiego i innych (1998).

Kolejnym kryterium porządkującym walory pod względem ich zdolności przyciągania turystów jest ranga. Wyróżnić można wówczas walory o randze międzynarodowej, krajowej, regionalnej i lokalnej.

Wszystkie grupy walorów turystycznych cechują się różną sezonowością; część z nich jest niedostępna (bądź niewidoczna) w zimie, a inne zmieniają swój charakter. Stosując kryterium dostępności czasowej, można wyróżnić walory stałe, sezonowe oraz okazjonalne (np. imprezy kulturalne). Dzieli się je również ze względu na prawo własności, wyróżniając walory będące w rękach prywatnych (np. małe muzea) oraz państwowych.

Ze względu na motywy podjęcia podróży turystycznej wyróżnia się trzy podstawowe grupy walorów turystycznych: wypoczynkowe, krajoznawcze oraz specjalistyczne (ryc. 2).



Ryc. 2. Podział walorów turystycznych – kryterium motywów podjęcia podróży turystycznej

Źródło: Rogalewski 1974, Warszzyńska, Jackowski 1978

Walory wypoczynkowe umożliwiają regenerację sił i odpoczynek, a więc bezpośrednio wiążą się z terenami mało przekształconymi przez człowieka, o harmonijnym krajobrazie i korzystnych warunkach bioklimatycznych. A. Nowakowska (2002) zalicza do nich tereny o rekreacyjnych zasobach środowiska, ośrodki życia kulturalnego, miejscowości będące modnymi centrami rozrywkowo-wypoczynkowymi oraz miejscowości uzdrowiskowe.

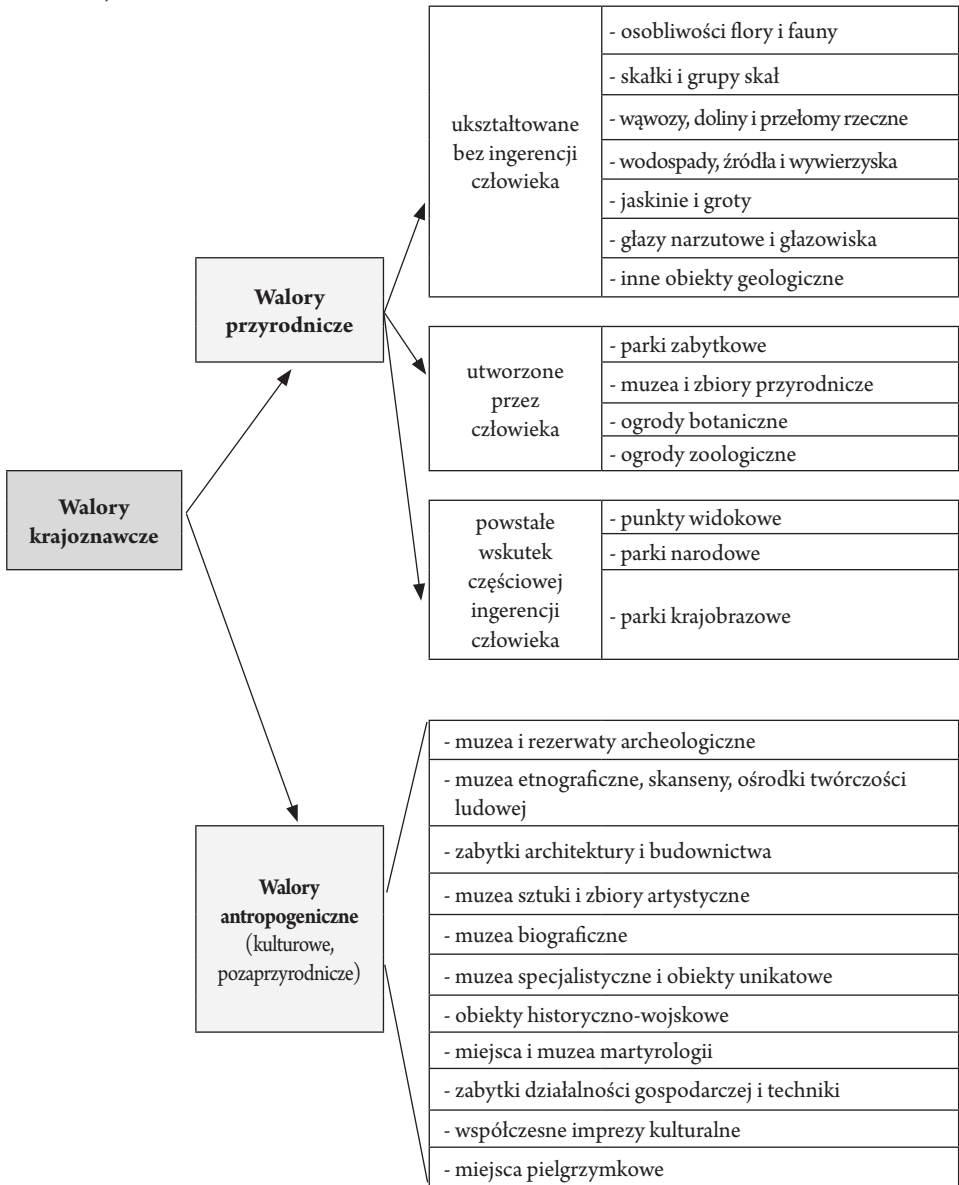
Walory krajoznawcze stanowią obiekty materialne lub niematerialne, naturalne lub antropogeniczne będące przedmiotem zainteresowania turystów (Lijewski i in. 1998) (ryc. 3). Dzielą się na dwie podstawowe grupy – **walory przyrodnicze** i **pozaprzyrodnicze**, zwane inaczej **antropogenicznymi** lub **kulturowymi**. Przyrodnicze walory krajoznawcze (genetycznie związane ze środowiskiem przyrodniczym) dzieli się ze względu na stopień ingerencji człowieka w ich powstanie.

Klasyfikując walory przyrodnicze w turystyce, stosuje się również przyjęty w geografii podział środowiska przyrodniczego (Kožuchowski 2005). Wyróżnia się wówczas **walory przyrody nieożywionej**, do których należy rzeźba powierzchni ziemi, budowa geologiczna, wody powierzchniowe i klimat oraz **walory przyrody ożywionej**, to jest szatę roślinną i świat zwierzęcy.

Cechą podstawową decydującą o uznaniu danego obiektu za walor krajoznawczy jest jego czytelność w krajobrazie, umożliwiająca jego percepcję zmysłową. Obok funkcji dokumentacyjno-ochronnych oraz naukowych, walory krajoznawcze pełnią w turystyce funkcje poznawcze (dydaktyczno-wychowawcze) oraz estetyczne i rekreacyjne. Poza wrażeniami estetycznymi, walory – szczególnie te o charakterze unikatowym – umożliwiają również przeżycia duchowe, psychiczne, a także kształtują świadomość odbiorcy – turysty.

W przestrzeni turystycznej walory krajoznawcze występują w trzech podstawowych formach: punktowej (np. źródło, obiekt zabytkowy), liniowej (np. rzeka, kolej

wąskotorowa) oraz obszarowej (np. zabytkowy park) (Wall 1997, Liszewski 2002). W literaturze spotkać można pojęcie **wielkoprzestrzennych walorów przyrodniczych**, którymi są obszary o niewielkim stopniu przekształcenia, objęte ochroną prawną ze względu na wartości przyrodnicze, naukowe i dydaktyczne. Należą do nich parki narodowe, krajobrazowe oraz obszary chronionego krajobrazu (Liszewski 2002).



Ryc. 3. Podział walorów krajoznawczych

Źródło: na podstawie: Lijewski i in. 1998

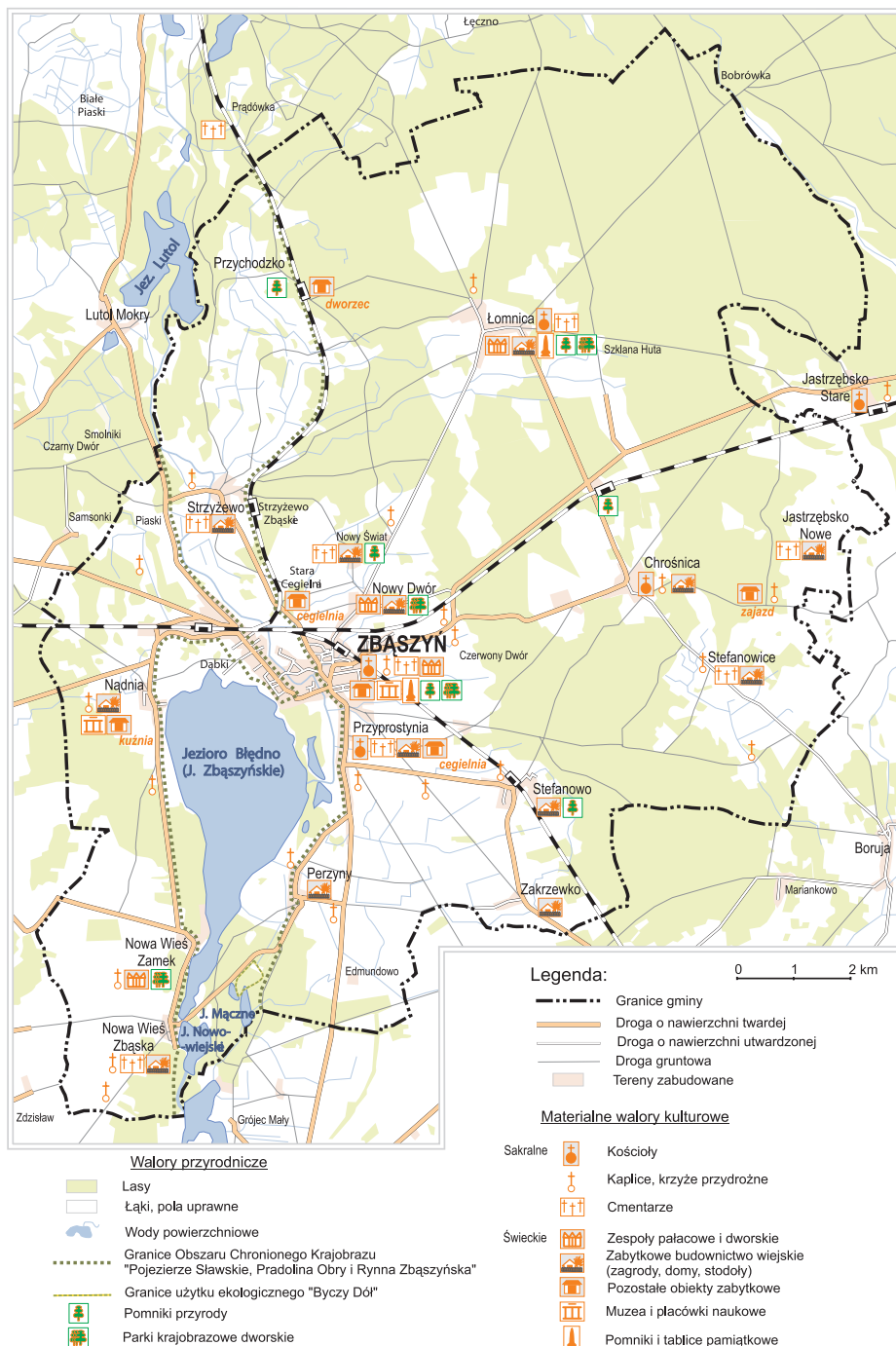
Ostatnią grupę walorów w świetle podziału O. Rogalewskiego (1974) stanowią **walory specjalistyczne**. Według J. Warszńskiej i A. Jackowskiego (1978) są to cechy środowiska naturalnego umożliwiające uprawianie turystyki kwalifikowanej, a także różne formy lecznictwa uzdrowiskowego i balneoterapii, w wypadku występowania wód mineralnych i korzystnego klimatu. T. Lijewski i inni (1998) podkreślają, że walory specjalistyczne „tkwią w środowisku przyrodniczym”, które może stanowić jednocześnie walor krajoznawczy i wypoczynkowy, ale w tym przypadku rozpatruje się je pod kątem przydatności dla turystyki specjalistycznej. Autorzy ci wyróżnili następujące walory specjalistyczne: kajakowe i żeglarskie, wędkarskie, myśliwskie, jeździeckie, taternicze oraz speleologiczne. Można wspomnieć również o walorach kolarskich, motorowych i nurkowych.

Jako pojęcie nadrzędne traktować można **turystyczne walory krajobrazowe**, które związane są z obszarami o charakterystycznych cechach środowiska naturalnego. Do wybitnie atrakcyjnych zalicza się tereny o dużych deniwelacjach, ciekawych formach geologicznych, a także o dużym zróżnicowaniu (kontrastowe), jak na przykład strefa zetknięcia morza z lądem (Liszewski, 2002).

Podkreślić należy, że przedstawiony powyżej, powszechnie funkcjonujący, dychotomiczny podział walorów krajoznawczych na przyrodnicze i kulturowe służy jedynie celom porządkowym, ułatwia ich analizę i opis. Rzadko się zdarza, że turysta wykorzystuje te walory osobno, zazwyczaj nakładają się one i przenikają. K. Kozuchowski (2005) wspomina o efekcie synergizmu „w procesie kształtowania walorów turystycznych z udziałem dóbr przyrodniczych i wytworów ludzkich”. Atrakcje kulturowe funkcjonują zazwyczaj w środowisku przyrodniczym; często powstały w danym miejscu właśnie ze względu na atrakcyjne otoczenie. A. Nowakowska (2002) podaje szereg ciekawych przykładów takiego współistnienia, począwszy od zamków lokowanych w górach bądź nad rzekami, poprzez Wenecję przecinaną kanałami, a skończywszy na wpływie środowiska naturalnego na kształtowanie folkloru i tradycji w różnych zakątkach świata, na architekturę i rytm życia.

Walory turystyczne gminy Zbąszyń

Podczas badań terenowych przeprowadzonych na terenie miasta i gminy Zbąszyń w 2006 roku dokonano inwentaryzacji zasobów i walorów turystycznych tego obszaru (ryc. 4).



Ryc. 4. Walory turystyczne gminy Zbąszyn

Źródło: opracowanie na podstawie inwentaryzacji terenowej na podkładzie topograficznym 1 : 50 000, 1998

W czasie badań przeprowadzono 129 ankiet wśród turystów, mieszkańców oraz władz lokalnych, w tym również z burmistrzem. Z ponad 20 pytań zawartych w kwestionariuszu, osiem dotyczyło walorów i atrakcyjności turystycznej obszaru. Respondentów poproszono o zaznaczenie na mapie gminy obszarów o różnym stopniu atrakcyjności, miejsc, o których nie pisze się w przewodnikach, a także określenie, jakie walory decydują o atrakcyjności obszaru.

W jednym z pytań poproszono respondentów o podanie rangi walorów turystycznych badanego obszaru. Ankietowani mieli za zadanie uporządkować podane walory – od najważniejszych (1) do najmniej istotnych (14). Odpowiedzi w części pokrywały się, lecz można było również zaobserwować znaczne rozbieżności (tab. 1).

Tabela 1. Ranga walorów turystycznych badanego obszaru w opinii respondentów

Walory turystyczne gminy Zbąszyń	Ranga walorów gminy Zbąszyń (1 – najważniejsze, 14 – najmniej istotne) w opinii:			Ocena średnia
	władz lokalnych	mieszkańców	turystów	
Jeziora	1	1	2	1
Lasy	3	2	1	2
Rzeka Obra	2	4	3	3
Kościół	5	3	6	4
Parki miejskie i wiejskie	8	6	4	5
Historia, tradycje i kultura ludowa	4	5	10	6
Zabytki świeckie	7	8	5	7
Imprezy kulturalne	6	9	8	8
Przynależność do Regionu Kozła	10	7	7	9
Imprezy sportowe	9	11	13	10
Harmonijny krajobraz	12	13	9	11
Kapliczki i krzyże przydrożne	13	10	11	11
Obiekty i obszary chronione	11	14	12	13
Zabytkowe cmentarze	14	12	14	14

Źródło: opracowanie na podstawie ankiet.

W opinii władz lokalnych i mieszkańców najważniejszym walorem badanego terenu są jeziora, a w dalszej kolejności lasy i rzeka Obra. Dla turystów największe znaczenie mają zaś lasy, a dopiero później wody powierzchniowe obszaru. Społeczność lokalna i decydenci podkreślali rolę historii i tradycji ludowych (4-5 miejsce), ale sądząc z odpowiedzi turystów (10 pozycja), są one najprawdopodobniej zbyt mało znane odwiedzającym lub nieciekawe. Jedynym walorem w tej grupie, który zyskał uwagę respondentów, była przynależność do Regionu Kozła.

Do najmniej istotnych walorów zaliczono zabytkowe cmentarze, kapliczki i krzyże przydrożne oraz obiekty i obszary prawnie chronione. Może to wynikać z faktu, że są to obiekty mało interesujące, ale co bardziej prawdopodobne – zbyt mało spopularyzowane. Brak wiedzy o nich i słaba ich czytelność w krajobrazie powoduje, że są jedynie walorem potencjalnym, nieistniejącym w świadomości turystów, czy lokalnej społeczności.

Tabela 2. Atrakcyjność walorów turystycznych w opinii respondentów

Obiekty, stowarzyszenia, imprezy	Ocena (4 – bardzo atrakcyjne; 3 – atrakcyjne; 2 – średnio atrakcyjne; 1 – mało atrakcyjne; 0 – nieatrakcyjne) w opinii:			Łączna liczba punktów
	władz lokalnych	mieszkańców	turystów	
Kościół parafialny pw. św. Wawrzyńca w Łomnicy	4	3	3	10
Tradycje dudziarskie (Region Kozła)	4	3	3	10
Pomniki przyrody	3	3	3	9
Park miejski w Zbąszyniu	3	3	3	9
Kolegiata Wniebowzięcia NMP w Zbąszyniu	3	3	3	9
Muzeum Regionalne Ziemi Zbąskiej	3	3	3	9
Wielkopolska Kapela Ludowa „Zbąszyniacy”	3	3	3	9
„Eksperyment” – Międzynarodowe Spotkania Artystyczne	4	3	2	9
Jezioro Zbąszyńskie	3	2	3	8
Obszar Chronionego Krajobrazu „Dolina Obry”	3	2	3	8
Pozostałości kompleksu pałacowego w Zbąszyniu – baszta z 1627 roku	3	3	2	8
Kuźnia z 1893 roku w Nądni	3	3	2	8
Festyn Integracyjny Wsi Gminy Zbąszyń	3	2	3	8
Kapela „Ziele”	3	2	3	8
Zespół Śpiewaczy Zbąszyńskich Seniorów	2	3	3	8
Rzeka Obra	3	2	2	7
Zespół pałacowo-dworski w Łomnicy	3	2	2	7
Pałac w Nowej Wsi k. Zbąszynia	3	3	2	7
Zabytkowe kamienice miejskie	3	2	2	7
Zabytkowy układ urbanistyczny Zbąszynia	2	2	2	6
Budynek dworca w Zbąszyniu	2	2	2	6

cd. tab. 2

Grodzisko w Przyprostyni	2	2	2	6
Tablice pamiątkowe	2	2	2	6
Figury przydrożne	2	2	2	6
Użytek ekologiczny „Byczy Dół”	2	2	1	5
Seanse w kinie Obra	2	2	1	5

Źródło: opracowanie na podstawie ankiet.

Niewielu respondentów potrafiło wskazać miejsca atrakcyjne, o których nie wzmiankują przewodniki. Wymieniono jedynie trzy takie obiekty: dąb na cmentarzu ewangelickim w Strzyżewie, zabytkowy park w Zbąszyniu oraz „rozdarta sosna” (której nie udało się, niestety, zlokalizować w terenie).

Turyści, mieszkańcy oraz przedstawiciele władz lokalnych uczestniczący w badaniu zostali również poproszeni o ocenę atrakcyjności turystycznej obiektów, stowarzyszeń i imprez kulturalnych związanych z badanym obszarem.

Najwyższą liczbę punktów uzyskał kościół pw. św. Wawrzyńca w Łomnicy oraz tradycje dudziarskie propagowane poprzez działalność Stowarzyszenia Gmin Region Kozła (tab. 2). Te dwa walory, a także Międzynarodowe Spotkania Artystyczne – „Eksperyment” zostały uznane za bardzo atrakcyjne (4 punkty) przez władze lokalne. Duża grupa walorów zlokalizowanych przede wszystkim w Zbąszyniu (park miejski, kolegiata Wniebowzięcia NMP oraz Muzeum Regionalne Ziemi Zbąskiej) została zakwalifikowana przez wszystkie grupy respondentów jako atrakcyjne (po 3 punkty).

Do mało atrakcyjnych i średnio atrakcyjnych respondenci zaliczyli użytek ekologiczny „Byczy Dół” oraz seanse w kinie Obra. Nisko oceniono również „drobne” walory kulturowe, to jest figury przydrożne oraz tablice pamiątkowe. Mieszkańcy zaproponowali do oceny także kilka atrakcji nieujętych w kafeterii, to jest przystań żeglarską, działalność szkolnych UKS na rzecz sportu oraz zespół „Szałamaje” (ocenione jako atrakcyjne).

Z przedstawionej powyżej analizy wynika, że turystyka w gminie Zbąszyń bazuje przede wszystkim na walorach przyrodniczych. Zostały one ocenione przez respondentów jako najbardziej atrakcyjne. Z drugiej strony, obszar ten cechuje się ciekawą historią i tradycjami związanymi z ludowym instrumentem – kozłem. Należy więc powziąć kroki w celu popularyzacji zasobów niematerialnych regionu, ponieważ zbyt mało znane nie tylko turystom, ale i samym mieszkańcom, nie są wykorzystane jako walor turystyczny obszaru.

Literatura

- Deng J., King B., Bauer T., 2002, *Evaluating natural attractions for tourism*, *Annals of Tourism Research*, 29-32
- Garrod B., Fyall A., Leask A., 2002, *Scottish visitor attractions: managing visitor impacts*, *Tourism Management*, 23
- Gołembski G. red., 2002, *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa – Poznań
- Jacobsen J.K.S., 1997, *The making of an attraction. The case of North Cape*, *Annals of Tourism Research*, 24-32
- Kopaliński W., 2000, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Świat Książki, Warszawa
- Kowalczyk A., 2001, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa
- Kozuchowski K., 2005, *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wyd. Kurpisz, Poznań
- Kruczek Z., 2002, *Atrakcje turystyczne. Metody oceny ich odbioru – interpretacja*, *Folia Turistica*, 13
- Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M., 2006, *Krajoznawstwo: zarys teorii i metodyki*, Proksenia, Kraków
- Lew A.A., 1987, *A framework of tourist attraction research*, *Annals of Tourism Research*, 14
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 1998, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa
- Liszewski S., 2002, *Jakość środowiska naturalnego a jakość turystyki*, w: *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołembski, PWN, Warszawa – Poznań
- Nowakowska A., 2002, *Produkt turystyczny*, w: *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołembski, PWN, Warszawa – Poznań
- Purchla J. red., 1999, *Dziedzictwo a turystyka*. Materiały międzynarodowej konferencji zorganizowanej 17-20 września 1998, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków
- Reinius S.W., Fredman P., 2007, *Protected areas as attractions*, *Annals of Tourism Research*, 34-34
- Richards G., 2002, *Tourism attraction systems. Exploring cultural behavior*, *Annals of Tourism Research*, 29-34
- Ritche J.R., Sins M., 1978, *Culture as Determinant of the Attractiveness*, *Annals of Tourism Research*, April-June
- Rogalewski O., 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa
- Wall G., 1997, *Tourism Attractions: Points, Lines, and Areas*, *Annals of Tourism Research*, 24-31
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa

Atrakcyjność turystyczna i metody jej identyfikacji

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem złożonym i trudnym do jednoznacznej oceny, ponieważ oprócz istniejących obiektywnie warunków środowiska przyrodniczego, kulturowego czy społecznego, istotną rolę w wartościowaniu odgrywa czynnik psychologiczny (Warszyńska 1970, Warszyńska, Jackowski 1978).

Wśród podstawowych elementów decydujących o atrakcyjności O. Rogalewski (1974) wymienia walory turystyczne – przyrodnicze i kulturowe oraz zagospodarowanie turystyczne (w tym dostępność komunikacyjną obszaru), natomiast G. Gołembski (2002) podaje, że na atrakcyjność turystyczną składają się walory turystyczne, stan środowiska naturalnego, efekty jego ochrony oraz dostępność komunikacyjna obszaru (ryc. 1).

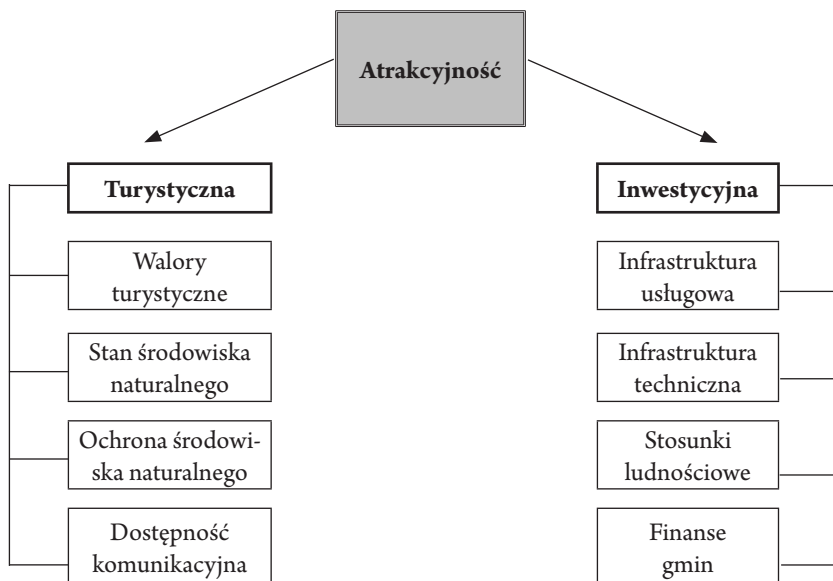
W literaturze zwraca się uwagę na trzy znaczenia atrakcyjności turystycznej (Page 1995, za: Seweryn 2003):

- jako pojęcie subiektywne, w którym oceniamy obszar lub obiekt przez pryzmat własnych doświadczeń, przekonań i wartości. M. Nowacki (2003) podkreśla, że ocena atrakcyjności z perspektywy doznań turystów może stanowić alternatywę dla metod obecnie dominujących, gdzie subiektywnie wyznaczone kryteria nie mają często związku z preferencjami odwiedzających;
- jako wynik różnych klasyfikacji, kategoryzacji (np. zabytek klasy „0”, hotel pięciogwiazdkowy itp.);
- będącej efektem zastosowania określonej techniki badawczej (np. atrakcyjność obszaru określona metodą bonitacji punktowej). Ocena atrakcyjności w tym wypadku nazywana jest waloryzacją¹.

W. Kurek (2007) zauważa, że atrakcyjność turystyczna może mieć charakter uniwersalny lub względny. O uniwersalności mówimy wówczas, kiedy obszar jest atrakcyjny dla ogółu turystów. Charakter względny dotyczy natomiast określonych form turystyki, np. atrakcyjność – przydatność dla turystyki rowerowej, wodnej

¹ W literaturze można również spotkać pojęcie waloryzacji atrakcyjności (Majchrowska, Papińska 2003).

itp. Ocena środowiska geograficznego dla każdej z osobna formy rekreacji wymaga przyjęcia odmiennych kryteriów oceny. Co więcej, oceniając dany teren dla potrzeb turystyki, należy zwrócić uwagę na to, że przydatność środowiska człowieka dla różnych form rekreacji nie może być identyfikowana z przydatnością techniczną terenu dla lokalizacji ośrodków wypoczynkowych (Sołowiej 1992a). A. Tomczyk (2005) podkreśla, że „atrakcyjność turystyczna nie zawsze idzie w parze z atrakcyjnością dla inwestorów”, ponieważ każdą z nich determinują inne czynniki (ryc. 1).



Ryc. 1. Elementy decydujące o atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej regionu

Źródło: na podstawie: Gołembski 2002

Metody badań – przegląd literatury

Wyodrębnienie, za pomocą różnych metod, obszarów najcenniejszych i najatrakcyjniejszych dla turystyki nazywane jest waloryzacją turystyczną. Inaczej może ona być definiowana jako wartościowanie struktury składników środowiska człowieka dla potrzeb naukowych i praktycznych (Sołowiej 1992a). Określana jest również oceną zasobów czy przydatności terenu dla potrzeb turystyki.

Jedną z pierwszych waloryzacji, przeprowadzoną przed II wojną światową, była ocena walorów rekreacyjnych Podhala na potrzeby planu regionalnego, wykonana przez S. Leszczyckiego (1938). W latach 60. XX wieku oceny przy-

datności dla turystyki na różnych poziomach szczegółowości, lecz z wykorzystaniem tych samych kryteriów (rzeźby, wód powierzchniowych i lasów) dokonali T. Bartkowski (1965) oraz M.I. Mileska (1963). Pierwszy z badaczy dokonał oceny atrakcyjności Niziny Wielkopolskiej dla potrzeb wypoczynku, natomiast M.I. Mileska (1963) podzieliła Polskę na sześć typów krajobrazu i w każdym z nich wskazała obszary przydatne dla turystyki.

T. Bartkowski problematykę oceny atrakcyjności turystycznej poruszał w swoich pracach wielokrotnie. W artykule *O metodyce oceny środowiska geograficznego* (1971) opisuje etapy oceny oraz kryteria, jakie należy uwzględnić dla różnych potrzeb (inne dla budownictwa, inne dla rekreacji). Charakteryzuje on metodę bonitacji punktowej, podkreślając, iż „dostarcza ona pewnych korzyści, jakich nie spotykamy w **słownej metodzie kwalifikacyjnej**”, stosowanej wcześniej do oceny środowiska geograficznego, a także w wielu pracach o charakterze planistycznym.

Metoda bonitacji punktowej polega na przypisywaniu poszczególnym cechom jakościowym (np. jeziorności czy walorom kulturowym), występującym w obrębie badanego pola, odpowiedniej liczby punktów, według ustalonej skali (Bartkowski 1971, Warszzyńska 1971, Patejuk 1974, Warszzyńska, Jackowski 1978, Zwoliński 1978, Radziejowski 1979, Żynda 1979, Sołowiej 1981, 1986, 1992a, 1992b, Dubel, Szczygielski 1982). Dzięki zamianie różnych wartości na punkty bonitacji, do wspólnego mianownika sprowadza się różne wartości odnoszące się do różnych jakości środowiska geograficznego. Pozwala to na dokonywanie porównań (Bartkowski 1971). Istnieje wiele wariantów tej metody i obserwuje się znaczną dowolność w jej stosowaniu (Warszzyńska, Jackowski 1978). Ocena może być wyrażona w wartościach liczb bezwzględnych, za pomocą wskaźników, a także może uwzględniać istotność czynnika dominującego (por. Litwin 2004).

M. Kistowski (1993) w swoim opracowaniu za punkt wyjścia w ocenie atrakcyjności przyjmuje zidentyfikowanie użytkowania terenu na podstawie kompozycji barwnych False Colour Composite zdjęć satelitarnych Landsat TM. Obrazy te umożliwiają identyfikację różnych klas użytkowania terenu. Następnie wykorzystuje metodę bonitacji punktowej do oceny jeziorności. Według tego autora, głównymi czynnikami decydującymi o atrakcyjności rekreacyjnej są mozaikowość użytków geosystemu i jeziorność. Do metod uzupełniających zalicza stan czystości jezior oraz stan sanitarny atmosfery.

Ważne miejsce wśród prac poruszających problematykę waloryzacji, szczególnie dla celów planistycznych, zajmuje opracowanie A. Marsza (1970) *Ocena środowiska geograficznego rynny Jezior Kórnicko-Zaniemyskich dla potrzeb turystyki i wypoczynku jako przykład wykorzystania mapy „uroczysk” do oceny w dużej podziale*. W części analitycznej autor charakteryzuje i ocenia następujące komponenty środowiska geograficznego: rzeźbę, budowę geologiczną, gleby, typy klimatu lokalnego, stosunki wodne, szatę roślinną i użytkowanie terenu.

Ze względu na ważne miejsce wśród walorów turystycznych gminy Zbąszyń zajmowane przez jezioro Błędno (Zbąszyńskie), warto wspomnieć o pracach poruszających zagadnienia związane z oceną przydatności jezior i strefy brzegowej dla turystyki (Zwoliński 1974, 1979, 1991, Pietrzak 1979, Sołowiej, Pasek 1979, Sołowiej 1979, Bartkowski 1985, Dedio 1989). W pracach D. Sołowiej (1979) oraz D. Sołowiej i H. Pasek (1979) wykorzystano mapę uroczysk do oceny środowiska przyrodniczego, przy planowaniu przestrzennym na potrzeby rekreacji. Przeanalizowano między innymi strukturę uroczysk strefy brzegowej Jeziora Jaroszewskiego, określając stopień degradacji środowiska i wyodrębniając obszary optymalne dla plażowania, kąpeli, spacerów i biwakowania.

A. Zwoliński (1979) w pracy *Próba oceny warunków naturalnych jezior polodowcowych dla potrzeb rekreacji o charakterze pobytowym*, na przykładzie zbiorników położonych w Borach Tucholskich, wskazał, jakie cechy jeziora i strefy brzegowej są ważne z punktu widzenia rekreacji. Powołując się na prace B. Kasperskiego (1968, za: Zwoliński 1979) i A. Marsza (1972, za: Zwoliński 1979) autor ten stwierdził, że czynnikiem decydującym o możliwości wykorzystania jezior dla rekreacji jest nie tylko wskaźnik chłonności lustra wody i odporność naturalna siedliska strefy przyjeziernej, ale przede wszystkim dostępność linii brzegowej. We wnioskach podkreśla on, co jest istotne z punktu widzenia niniejszej pracy, że „dostępność brzegowa jezior typu morenowego przewyższa dwukrotnie dostępność brzegów jezior typu rynnowego”. Co więcej, nad zbiornikami rynnowymi przeważają brzegi o dostępności punktowej.

Jedną z bardziej kompleksowych jest praca T. Dedio (1989), która przedstawia metody określania atrakcyjności strefy brzegowej jezior dla potrzeb rekreacji. Przeprowadzono waloryzację 60 wybranych jezior, położonych w Polsce Północno-Zachodniej, podkreślając znaczenie linii brzegowej rozdzielającej środowiska wodne i lądowe. W pracy autor ten zastosował metodę wykorzystaną również przez M. Pietrzaka (1979) dla jeziora Lednica, wydzielając ze strefy kontaktu wody z lądem dwa pasy – pobrzeże lądowe (250 m) i przybrzeżną strefę wodną – pobrzeże wodne (100 m). Odcinki proste pobrzeża lądowego podzielił na 500-metrowe odcinki (o powierzchni około 12,5 ha), a dla wysp i półwyspów obliczył powierzchnię osobno. Wśród kryteriów, jakie autor ten wziął pod uwagę przy ocenie jezior, znalazły się: dla lądu – użytkowanie ziemi oraz procentowy udział skarpy w stosunku do długości linii brzegowej, a dla pobrzeża wodnego – procentowy udział powierzchni powyżej i poniżej 1 m głębokości oraz procentowy udział skarpy podwodnej.

W celu określenia atrakcyjności strefy brzegowej, T. Dedio (1989) wydzielił 9 grup czynności rekreacyjnych możliwych do uprawiania w tej strefie: plażowanie, spacer, gry i zabawy ruchowe, gry sportowe, łucznictwo, ćwiczenia na ścieżkach zdrowia, brodenie, wędkarstwo brzegowe i biwakowanie. Dla pobrzeża wodne-

go i toni jeziora zaproponował wyróżnienie następujących programów rekreacyjnych: pływanie, nurkowanie, kajakerstwo, żeglarstwo, windsurfing, żeglarstwo lodowe, narty wodne, sport motorowodny oraz wędkarstwo. Dla każdej grupy określił podstawowe cechy środowiska, które są istotne dla danej formy aktywności. Na przykład, dla plażowania cechami pożądanymi będzie duże nasłonecznienie terenu, ekspozycja południowa, brak lub mała liczba drzew, suche podłoże – piaszczyste lub trawiaste i osłonięcie od wiatru. Jeśli strefa była atrakcyjna dla danej czynności, pole otrzymywało 1 punkt bonitacji, jeśli nie wykazywała atrakcyjności – 0 punktów.

Wśród prac z zakresu waloryzacji turystycznej na uwagę zasługuje również opracowanie J. Radziejowskiego (1979), dotyczące oceny przydatności turystycznej Wyżyny Częstochowskiej. Autor oprócz bonitacji walorów atrakcyjnych dla turystyki, uwzględnił również negatywny wpływ elementów uciążliwych, to jest linie komunikacyjne o charakterze tranzytowym, zakłady przemysłowe oraz obszary zajęte pod działalność gospodarczą. J. Radziejowski do destymulant zaliczył również kamieniołomy i wyrobiska oszpecające krajobraz, jakkolwiek elementy te – szczególnie obecnie – mogą podlegać rekultywacji oraz rewitalizacji i stanowić atrakcję geoturystyczną.

Wybierając metodę oceny środowiska konkretnego obszaru, należy brać pod uwagę jego ogólną charakterystykę fizycznogeograficzną (przynależność do obszarów górskich, nadmorskich, pojeziernych itp.) i dopiero po uwzględnieniu specyfiki tego obszaru, dokonywać właściwego doboru elementów środowiska, według których będzie on oceniany (Radziejowski 1979).

Jednym ze sposobów określania atrakcyjności turystycznej regionów, niezwykle subiektywnym, ale jednocześnie dostarczającym szeregu dodatkowych informacji, jest **metoda ankietowa**. Wybranej grupie (lub grupom) respondentów zadaje się pytania dotyczące różnorodnych aspektów atrakcyjności turystycznej obszaru. Metoda ta została wykorzystana do oceny atrakcyjności gminy Zbąszyń.

Osobną grupę stanowią prace z zakresu waloryzacji turystycznej regionów rozpatrywanej z punktu widzenia ekonomistów. Daje się wówczas wyraźnie zauważyć stosowanie innych metod, aniżeli podczas badań geograficznych. A. Tomczyk (2005) wyróżnia następujące grupy metod matematyczno-statystycznych do oceny atrakcyjności turystycznej:

- **proste miary porządkowania przestrzeni** (np. metody: grupowania podstawowych jednostek przestrzennych na zasadzie identyczności, bonitacji punktowej, standaryzacji cech);
- **metody o większym stopniu agregacji** (modelowa, analizy czynnikowej, taksonomiczne, syntetyczne miary rozwoju);
- **metody jakościowe**.

W wypadku zbiorowości, których jednostki opisywane są przez liczny zespół zmiennych stosuje się najczęściej metody wielowymiarowej analizy porównawczej, a w szczególności metody taksonomiczne (Gołembski 2002). Jedną z podstawowych jest miara rozwoju – miernik syntetyczny będący wypadkową analizowanych zmiennych, pozwalający na uporządkowanie jednostek w zależności od sztucznie skonstruowanego wzorca rozwoju. Brane w niej pod uwagę cechy mają charakter stymulant (jej wzrost łączy się ze wzrostem oceny) lub destymulant (jej wzrost wiąże się ze spadkiem oceny). Jednym z wariantów tej metody jest opisywana przez A. Tomczyk (2005) metoda syntetycznych miar rozwoju, wykorzystana do określenia atrakcyjności turystycznej gmin powiatu jeleniogórskiego i miasta Jelenia Góra.

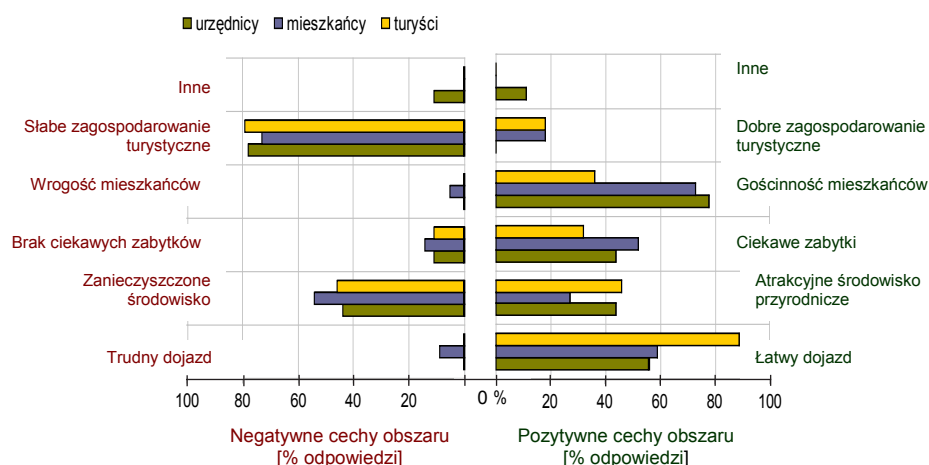
Przeгляд wybranej literatury dotyczącej oceny atrakcyjności turystycznej prowadzi do następujących wniosków:

- do oceny walorów i zasobów turystycznych najczęściej wykorzystywane są różne warianty metody bonitacji punktowej (w prostej postaci albo z wykorzystaniem wskaźników istotności i wag), rzadziej natomiast metody grupowania podstawowych jednostek przestrzennych na zasadzie identyczności. Bardziej złożone miary stosuje się do wielowymiarowych analiz porównawczych w badaniach ekonomicznych, np. metodę analizy czynnikowej, metody taksonomiczne oraz syntetyczne miary rozwoju. Jednakże, we wszystkich tych miarach potrzebny jest odpowiedni materiał statystyczny, a taki możliwy jest do uzyskania dopiero od poziomu gminy (lub miasta – jeśli porównuje się atrakcyjność wybranych jednostek osadniczych);
- wśród kryteriów branych pod uwagę przez większość badaczy znajduje się rzeźba terenu, wody powierzchniowe i szata roślinna;
- nie uwzględniano przeważnie czynników obniżających przydatność terenu dla turystyki;
- w większości prac skoncentrowano się na ocenie środowiska przyrodniczego, pomijając pozostałe elementy przestrzeni turystycznej – walory kulturowe czy zagospodarowanie turystyczne;
- w części prac podjęto próbę wskazania cech środowiska optymalnych dla różnych form aktywności turystycznej i rekreacyjnej. Podkreślano wyraźnie, że dotyczy to jedynie człowieka „standardowego”, ponieważ trudno jednoznacznie określić preferencje wszystkich turystów, a także interakcje zachodzące między różnymi użytkownikami obszaru;
- nie istnieje uniwersalna metoda oceny elementów przyrodniczych, kulturowych i zagospodarowania przestrzeni turystycznej, a kryteria dobiera się w zależności od celu i skali opracowania.

Atrakcyjność turystyczna gminy Zbąszyń w opinii respondentów

W ankiecie przygotowanej dla urzędników, turystów i mieszkańców, obok pytań dotyczących atrakcyjności walorów turystycznych zawarto cztery pytania odnośnie wybranych aspektów atrakcyjności turystycznej badanego obszaru. Do elementów, które mogą decydować o atrakcyjności obszaru (zawartych w kafeterii pytań 5 i 6) zaliczono: możliwość dojazdu do badanego obszaru, stan środowiska, obecność zabytków, podejście mieszkańców do turystów oraz stan zagospodarowania turystycznego.

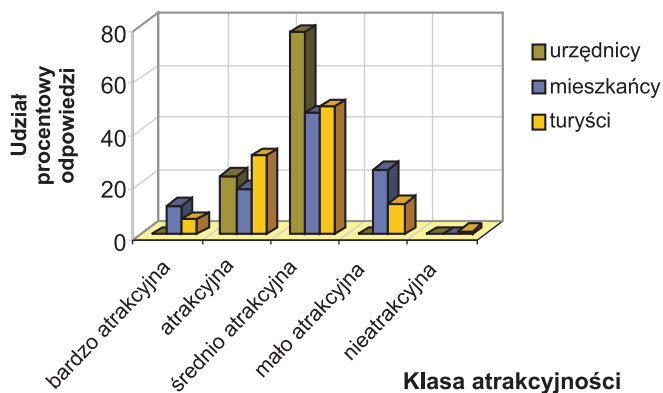
Odpowiedzi ankietowanych często pokrywały się (ryc. 2). Respondenci zgodnie uznali, że atrakcyjność obszaru obniża słabe zagospodarowanie turystyczne (około 80% ankietowanych) oraz zanieczyszczone środowisko (blisko 50% respondentów). Zły stan środowiska dotyczy przede wszystkim jeziora Błędno, którego wody nadają się jedynie dla wybranych form rekreacji (sportów motorowych).



Ryc. 2. Pozytywne i negatywne cechy badanego obszaru w opinii urzędników, mieszkańców i turystów

Źródło: opracowanie na podstawie ankiet

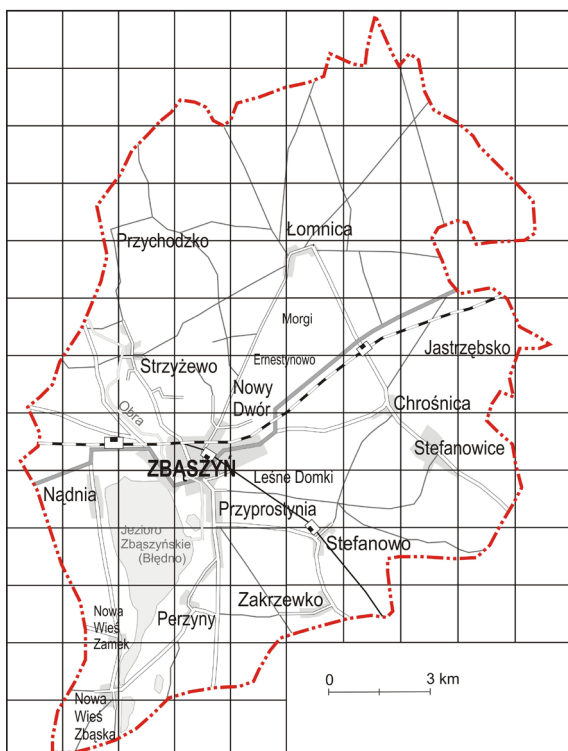
Do pozytywnych cech obszaru zaliczono gościnność mieszkańców, a w dalszej kolejności – ciekawe zabytki i atrakcyjne środowisko. Odnośnie elementów podnoszących atrakcyjność obszaru respondenci nie byli już tak zgodni. Rozbieżności w odpowiedziach pojawiły się w wypadku dojazdu, gdzie niemal 90% turystów, ale już tylko około 60% urzędników i mieszkańców uznało go za atut. Odwrotna sytuacja dotyczyła gościnności mieszkańców – turyści znacznie rzadziej wskazywali na tę odpowiedź.



Ryc. 3. Atrakcyjność badanego obszaru w opinii urzędników, mieszkańców i turystów
Źródło: opracowanie na podstawie ankiet

Ogólną atrakcyjność turystyczną badanego obszaru respondenci – ponad 40% turystów i mieszkańców oraz niemal 80% urzędników – uznali za średnią (ryc. 3). Około jedna piąta ankieterowanych uważała obszar za atrakcyjny, a jedynie kilka procent (głównie mieszkańcy) – za bardzo atrakcyjny.

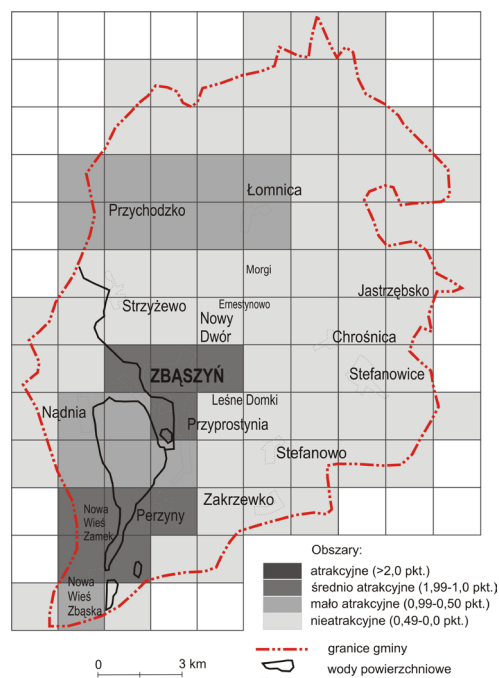
Do ankiety dołączono również mapkę, na której respondenci zaznaczali obszary pod względem turystycznym bardzo, średnio i mało atrakcyjne.



Ryc. 4. Podział badanego obszaru na pola podstawowe oceny

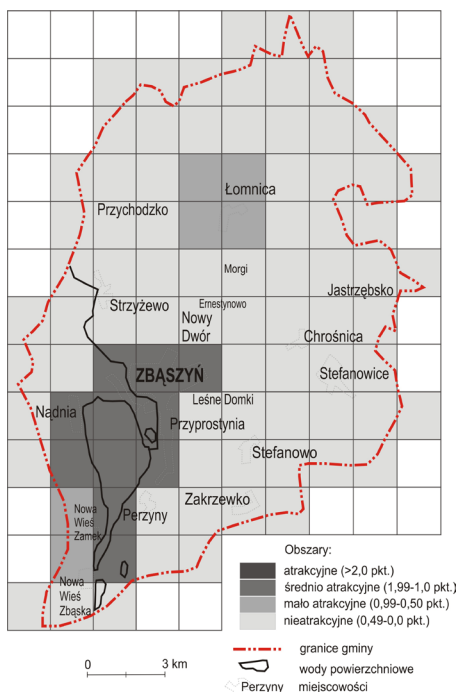
Odpowiedzi wspomnianych trzech grup respondentów różniły się w znacznym stopniu. Dotyczyło to zarówno wskazań obszarów bardzo atrakcyjnych, jak i mało atrakcyjnych. Według mieszkańców, najatrakcyjniejsze obszary to Zbąszyń (średnio 1,7 pkt.²), okolice Perzyn (1,3 pkt.) oraz Nowej Wsi Zamek (1,2 pkt.) – rycina 5. Turyści podkreślali dodatkowo atrakcyjność jeziora Błędno (1,2 pkt.) oraz Łomnicy (0,8 pkt.) – rycina 6. Według urzędników, Zbąszyń należy do miejsc średnio atrakcyjnych i zajął dopiero szóste miejsce po Nowej Wsi Zbąskiej (2,0 pkt.), Nądni (1,7 pkt.), Przychodzku, Perzynach i Łomnicy – rycina 7.

Do najmniej atrakcyjnych obszarów respondenci zaliczyli północną część gminy (od 0 do 0,8 pkt.) oraz okolice rzeki Obry (w ocenie mieszkańców, jak i urzędników). Turyści do najmniej ciekawych terenów zaklasyfikowali okolice Nowego Dworu (0 pkt.), Jastrzębska oraz Zakrzewka.



Ryc. 5. Atrakcyjność gminy Zbąszyń w opinii mieszkańców obszaru

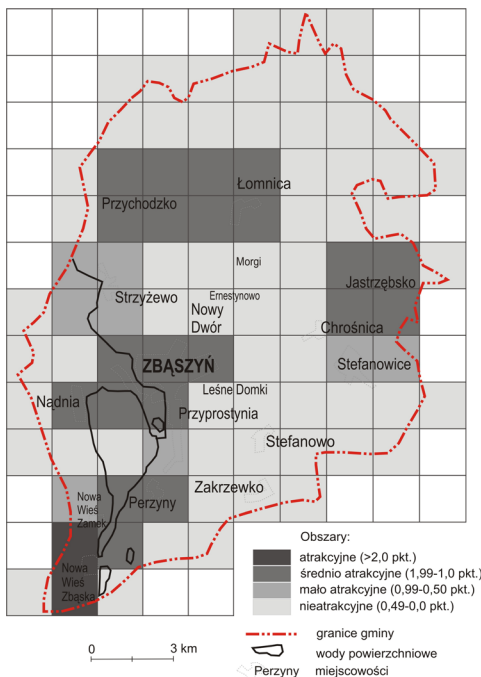
Źródło: opracowanie na podstawie ankiet



Ryc. 6. Atrakcyjność gminy Zbąszyń w opinii turystów

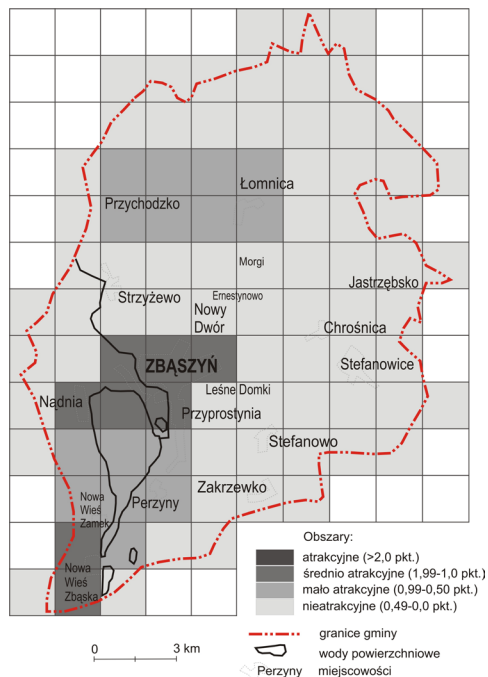
Źródło: opracowanie na podstawie ankiet

² Uzyskaną wartość ogólną podzielono przez liczbę odpowiedzi, co pozwoliło uzyskać wartość średnią dla każdego obszaru.



Ryc. 7. Atrakcyjność gminy Zbąszyń w opinii urzędników

Źródło: opracowanie na podstawie ankiet



Ryc. 8. Atrakcyjność gminy Zbąszyń – ogółem

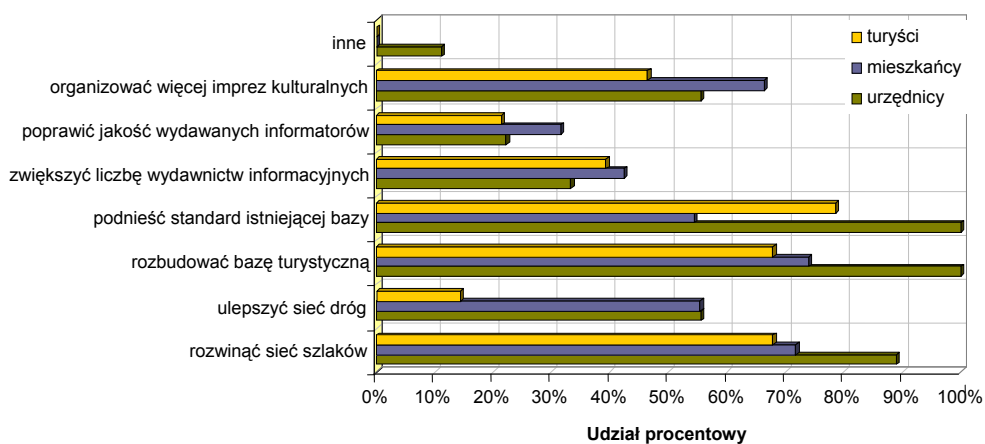
Źródło: opracowanie na podstawie ankiet

Dość zaskakującym faktem było uznanie przez ankietowanych urzędników za najmniej atrakcyjny obszar jeziora Błędno (w przeciwieństwie do turystów, którzy zaliczyli je do terenów najatrakcyjniejszych).

Uśredniając odpowiedzi wszystkich grup respondentów, za najbardziej atrakcyjne uznano następujące obszary: miasto Zbąszyń (1,4 pkt.), Nową Wieś Zbąską i Nądnię (po 1,1 pkt.), Perzyny oraz Nową Wieś Zamek (po 0,9 pkt.) – rycina 8, natomiast za najmniej atrakcyjne obszary – dolinę Obry oraz północną i wschodnią część gminy (po mniej niż 0,2 pkt.).

Respondenci zostali również poproszeni o zaproponowanie działań, które miałyby na celu podniesienie atrakcyjności badanego terenu (ryc. 9). Najczęściej wskazywano na konieczność podniesienia standardu istniejącej bazy turystycznej, a także na jej rozbudowę. W dalszej kolejności proponowano rozwinięcie sieci szlaków pieszych i rowerowych, jak również organizację większej liczby imprez kulturalnych i sportowych.

Zastosowana metoda ankietowa pozwoliła na określenie atrakcyjności turystycznej obszaru – tak zróżnicowania przestrzennego, jak i elementów decydujących o jej poziomie. Jednakże, rozbieżności w odpowiedziach mieszkańców, turystów i pracowników urzędów ukazały subiektywność tej metody.



Ryc. 9. Propozycje podniesienia atrakcyjności turystycznej obszaru w opinii urzędników, mieszkańców i turystów

Źródło: opracowanie na podstawie ankiet

W świetle przeprowadzonych badań, o poziomie atrakcyjności turystycznej gminy Zbąszyn decydują przede wszystkim dwa elementy: walory przyrodnicze oraz zagospodarowanie turystyczne. Turystów z jednej strony przyciąga jezioro Błędnio, ale z drugiej – stopień zaspokojenia ich potrzeb obniża znacznie zła jakość wody w tym zbiorniku, jak również słabo rozwinięta baza noclegowa i żywieniowa. Natomiast, do pozytywnych cech należy zaliczyć dobrą dostępność komunikacyjną i pozytywne nastawienie lokalnej społeczności do turystyki. Za najatrakcyjniejszą uznano południowo-zachodnią część gminy oraz okolice Łomnicy i Przyprostyni. Związane jest to zapewne z obecnością jeziora i walorami kulturowymi Zbąszynia oraz miejscowości zlokalizowanych w północnej jego części. Do najmniej atrakcyjnych należy północna i wschodnia część gminy – zajęta przede wszystkim pod działalność rolniczą i pozbawiona istotnych atrakcji kulturowych.

Literatura

- Bartkowski T., 1965, *Zagadnienie atrakcyjności środowiska geograficznego w Polsce dla wypoczynku (na wybranych przykładach z Niziny Wielkopolskiej)*, Sprawozdanie PTPN za III i IV kwartał 1965 r., Poznań
- Bartkowski T., 1971, *O metodyce oceny środowiska geograficznego*, Przegląd Geograficzny XLIII, 3
- Bartkowski T., 1987, *Linia kontaktu „woda – ląd” w jeziorach jako podstawowa kategoria funkcjonalna programów rekreacyjnych nad jeziorami*, PTPN, Sprawozdanie Komitetu Fizjograficznego za 1985 r., Wyd. Mat.-Przr., 104, Poznań

- Dedio T., 1989, *Atrakcyjność jezior obszaru młodoglacjalnego dla rekreacji (na przykładzie jezior Polski Północno-Zachodniej)*, Przegląd Geograficzny LXI, 1-2
- Dubel K., Szczygielski K., 1982, *Ocena przydatności środowiska przyrodniczego województwa katowickiego dla potrzeb turystyki i wypoczynku*, Czasopismo Geograficzne LIII, 2
- Gołembski G. red., 2002, *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa-Poznań
- Kistowski M., 1993, *Metoda oceny wielkości potencjału rekreacyjnego na przykładzie Polski północno-wschodniej*, w: *Ekologia krajobrazu w badaniach Terytorialnych Systemów Rekreacyjnych*, red. M. Pietrzak, AWF, Poznań
- Kondracki J., 1976, *Podstawy regionalizacji fizycznogeograficznej*, PWN, Warszawa
- Kurek W. red., 2007, *Turystyka*, PWN, Warszawa
- Leszczycki S., 1938, *Studia do planu regionalnego w regionach urbanistyczno-turystycznych*, Biuletyn Urbanistyczny, 6, 3/4
- Litwin U., 2004, *Weryfikacja metody wartościowania struktur krajobrazu z wykorzystaniem wskaźników istotności terenu*, Wyd. UJ, Kraków
- Majchrowska A., Papińska E., 2003, *Formy ochrony przyrody jako element atrakcyjności turystycznej*, w: *Możliwości i kierunki rozwoju turystyki w Dolinie Obry*, red. S. Liszewski, ŁTN, Łódź
- Marsz A., 1970, *Ocena środowiska geograficznego rynny Jezior Kórnicko-Zaniemyskich dla potrzeb turystyki i wypoczynku jako przykład wykorzystania mapy „uroczysk” dla oceny w dużej podziałce*, Zesz. Nauk. UAM, Geografia 9, Poznań
- Mileska J., 1963, *Regiony turystyczne Polski*, Prace Geogr. IG PAN, 43, PWN, Warszawa
- Nowacki M., 2003, *Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne*, Folia Turistica, 14
- Page S., 1995, *Urban Tourism*. London, Routledge, New York
- Patejuk M., 1974, *Ocena przydatności środowiska geograficznego do funkcji wypoczynku (przykład Augustowa i jego regionu)*, Miasto, 3
- Pietrzak M., 1979, *Wyznaczanie przydatności rekreacyjnej jeziora i jego otuliny na przykładzie jeziora Lednica*, Monografie 116, AWF, Poznań
- Pluta W., 1986, *Wielowymiarowa analiza porównawcza w modelowaniu ekonometrycznym*, PWN, Warszawa
- Radziejowski J., 1979, *Problemy oceny środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki*, Przegląd Geograficzny, LI, 4
- Rogalewski O., 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa
- Seweryn R., 2003, *Zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej Polski w układzie przestrzennym. Próba pomiaru*, Problemy Turystyki, 1-4
- Sołowiej D., 1979, *Zdjęcie uroczysk terenów położonych na północ od rynny jezior Rakowo i Komorze oraz jego wykorzystanie do oceny terenu dla potrzeb rekreacji*, Badania Fizjograficzne nad Polską Zachodnią, Seria A – Geografia Fizyczna, 32, Poznań
- Sołowiej D., 1981, *Ocena stopnia atrakcyjności i przydatności strefy brzegowych wybranych jezior woj. leszczyńskiego dla rekreacji* w: *Wybrane zagadnienia ochrony i kształtowania środowiska w regionie Wielkopolskim*, PTPNoZ, Oddział Wielkopolski w Poznaniu
- Sołowiej D., 1987, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wyd. Nauk. UAM, Poznań
- Sołowiej D., 1992a, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka – wydanie II poszerzone*, Wyd. Nauk. UAM, Poznań
- Sołowiej D., 1992b, *Weryfikacja ocen integralnych atrakcyjności środowiska przyrodniczego człowieka w wybranych systemach rekreacyjnych*. Wyd. Nauk. UAM, Poznań
- Sołowiej D., Pasek H., 1979, *Analiza struktury uroczysk strefy brzegowej Jeziora Jaroszewskiego w aspekcie ich wykorzystania rekreacyjnego*, Badania Fizjograficzne nad Polską Zachodnią, Seria A – Geografia Fizyczna, 32, Poznań

- Tomczyk A., 2005, *Atrakcyjność turystyczna regionu – aspekt teoretyczny oraz praktyczne zastosowanie jednej z metod jej oceny*, *Problemy Turystyki*, 28, 3-4, Warszawa
- Warszyńska J., 1970, *Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej*, *Prace Geograficzne*, 27
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa
- Zajadacz A., 2004, *Potencjał turystyczny miast na przykładzie wybranych miast Sudetów Zachodnich*, Bogucki Wyd. Nauk., Poznań
- Zwoliński A., 1974, *Praktyczna ocena jezior dla potrzeb rekreacji*, *Biuletyn Informacyjny IT*, 2, Warszawa
- Zwoliński A., 1978, *Próba oceny warunków naturalnych jezior polodowcowych dla potrzeb rekreacji o charakterze pobytowym*, Bydgoskie Towarzystwo Naukowe, *Prace Wydziału Nauk Humanistycznych*, Seria G, 5, Bydgoszcz
- Zwoliński A., 1979, *Metoda oceny walorów jezior polodowcowych dla potrzeb turystyki pobytowej*, AWF, *Monografie*, 116, Poznań
- Żynda S., 1979, *Waloryzacja przyrodniczych komponentów środowiska geograficznego obszarów województw zielonogórskiego i leszczyńskiego dla rekreacji*, AWF, *Monografie*, 116, Poznań

Potencjał turystyczny

Ocena potencjału turystycznego

Całość czynników decydujących o możliwościach rozwoju turystyki na danym obszarze określana jest mianem potencjału turystycznego. Termin potencjał (łac. *potentia* – możność, siła) oznacza zasób możliwości, mocy, zdolności wytwórczej tkwiącej w czymś, sprawność, wydajność, możliwość w jakiejś dziedzinie. Potencjał turystyczny „tworzą wszystkie te elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania bądź zajmowania się turystyką” (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005).

Niezbędnym etapem pracy w ocenie potencjału turystycznego jest rozpoznanie jego struktury. „Pojęcie struktury jest z natury rzeczy wieloznaczne, można je ujmować analitycznie jako zbiór poszczególnych elementów przyrody, np. rzeźby, wód powierzchniowych, roślinności, gleb, które z kolei podzielić można na jednostki niższego rzędu, można również strukturę traktować bardziej syntetycznie – jako zespół wzajemnych związków między współtworzącymi ją elementami, a więc w kategoriach geoekologicznych. (...) Struktury nie są atrybutami przyrody, lecz sposobem jej widzenia i służą przede wszystkim porządkowaniu obserwowanych zjawisk” (Krzymowska-Kostrowicka 1995). Struktura potencjału turystycznego została przedstawiona w licznych opracowaniach, między innymi M. Stalskiego (1985), C. Bellinger (1994), L. Butowskiego (1996), A. Zajadacz (2004), J. Kaczmarka, A. Stasiaka, B. Włodarczyka (2005).

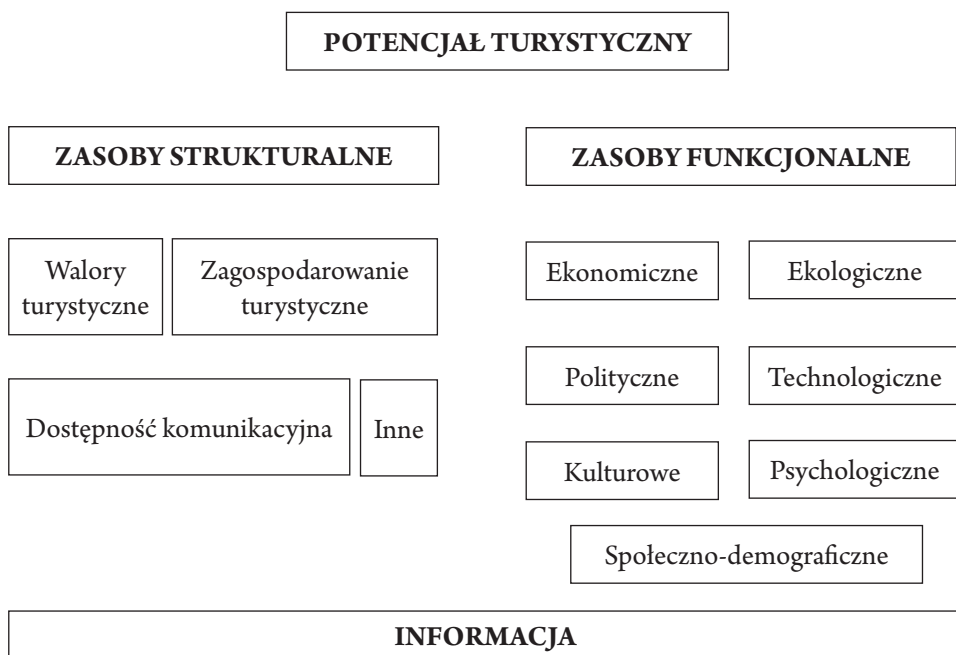
W strukturze potencjału turystycznego miasta M. Stalski (1985) na podstawie badań ankietowych wyróżnił atrakcje będące przedmiotem zainteresowania sześciu grup turystów, uczestników: wycieczek, wyjazdów badawczych/naukowych, kongresów, wczasów wędrownych, wczasów pobytowych oraz pobytów weekendowych. Do atrakcji tych zaliczył: „nowoczesną cywilizację”, zabytki kulturalne, dziedzictwo historyczne (głównie architekturę i muzea), zbiory sztuki pięknej, imprezy sportowe, obiekty sportowe, filharmonie, teatry oraz parki, ogrody i krajobrazy naturalne.

C. Bellinger (1994) nawiązując do opracowania G. Turowskiego (1972) i H. Stillegera (1980) wyróżniła w strukturze potencjału turystycznego miasta trzy podstawowe czynniki ruchu turystycznego: uwarunkowania przyrodnicze, infrastrukturę

turystyczną oraz czynniki społeczne (tj. społeczno-kulturowe, społeczno-ekonomiczne i społeczno-psychologiczne) ruchu turystycznego. Ponadto, w badaniach nad potencjałem turystycznym uwzględniła działania marketingowe, mające na celu maksymalizację sprzedaży oferty turystycznej.

L. Butowski (1996) przeprowadzając studium porównawcze funkcji turystycznej sześciu europejskich stolic, objął analizą trzy podstawowe elementy: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz ruch turystyczny. Charakteryzując walory, szczególną uwagę zwrócił na walory historyczne. Autor ten założył istnienie ścisłego związku między wielkością miasta historycznego w poszczególnych okresach a liczbą i rangą posiadanych przez nie walorów historycznych. Uznał również, że wielkość obszaru śródmiejskiego oraz ścisłego centrum decyduje w dużym stopniu o walorach współczesnych. W zagospodarowaniu turystycznym uwzględnił natomiast bazę noclegową oraz infrastrukturę transportową determinującą dostępność komunikacyjną.

Z analizy wymienionych opracowań wynika, iż w strukturze potencjału turystycznego (ryc. 1) ujmuje się generalnie wszelkie zasoby strukturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na danym terenie (por. Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005).



Ryc. 1. Elementy potencjału turystycznego

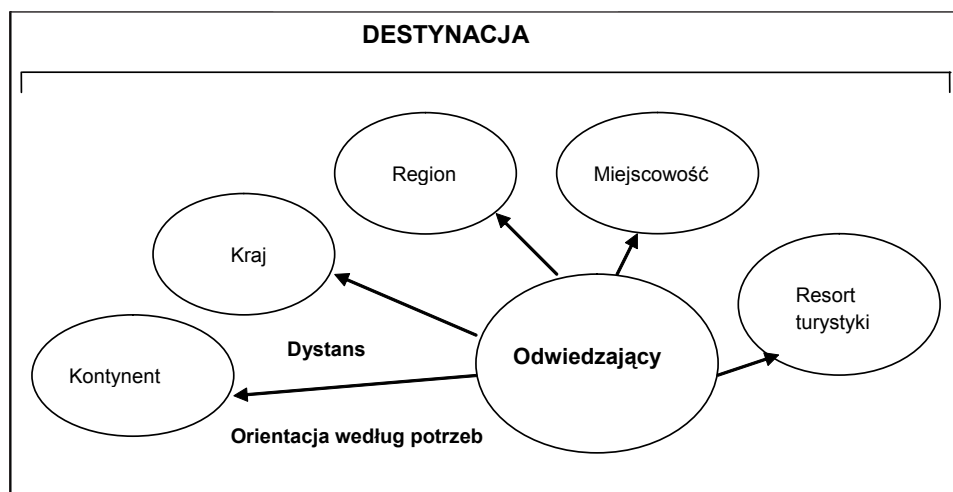
Źródło: Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005 – uzupełnione o „informację”

W licznych badaniach nad potencjałem turystycznym miejscowości i regionów (por. Stalski 1985, Bellinger 1994, Butowski 1996, Zajadacz 2004) rozpatrywano zazwyczaj dwie grupy zmiennych dotyczące cech:

- badanego miejsca – destynacji turystycznej;
- ruchu turystycznego generującego popyt na określony rodzaj oferty.

Destynacja turystyczna (ang. *destination* – cel, przeznaczenie) stanowi docelowe miejsce podróży turysty. Jest traktowana „jako przestrzeń (np. miejscowość, region, duży hotel), którą wybiera turysta (lub segment turystyki) jako cel podróży. Zawiera ona niezbędne w trakcie pobytu wyposażenie, umożliwiające zakwaterowanie, wyżywienie, rozrywkę lub inne aktywności. Jest więc produktem, którego całość podlega prawom konkurencji, co powoduje konieczność podjęcia pewnej strategii działań” (Begier 1997).

Indywidualne motywy wyjazdów, warunkowane w głównej mierze preferencjami i potrzebami turystów (lub segmentu turystyki), powodują, iż każdy podróżny może nieco inaczej postrzegać obszar docelowy podróży. Fakt ten sprawia, iż przestrzeń określana destynacją nie ma wyraźnie zakreślonych granic, może mieć różny zakres w wypadku każdego turysty, w zależności od właściwej mu „przestrzeni aktywności” i tworzy jego osobistą „mentalną mapę” (Bahrman 2002). Relacje zachodzące między podróżnym a destynacją mogą być wielorakie, zależnie od jej rodzaju, albowiem może ona być postrzegana wąsko – jako obiekt czy miejscowość lub bardzo szeroko, szczególnie w wypadku turystyki międzynarodowej – jako kraj lub nawet kontynent (ryc. 2).



Ryc. 2. Związki między podróżnym a destynacją

Źródło: Begier 1997

Stopień szczegółowości wskazań zakresu przestrzennego destynacji turystycznej jest zależny od motywów wyjazdów i podejmowanych w jego trakcie aktywności. Można także zauważyć jego wprost proporcjonalną zależność względem odległości, jaka dzieli obszar źródłowy ruchu turystycznego od miejsca docelowego (np. turyści spoza Europy odwiedzający wybrane miejsca lub regiony europejskich państw za destynację często uznają Europę).

Wybrane metody oceny potencjału turystycznego

Obserwowany współcześnie rozwój turystyki oraz prognozy wskazujące na dalszy intensywny rozwój tego zjawiska stwarzają potrzebę poszukiwania skutecznych metod, umożliwiających w sposób wymierny uchwycenie stopnia przydatności i atrakcyjności terenów dla realizacji różnych form turystyki. Konkurencyjność na rynku turystycznym stwarza szczególną konieczność wypracowania narzędzi, pozwalających na precyzyjne określenie pozycji danego obszaru na tle realnych i potencjalnych konkurentów, o podobnych zasobach turystycznych oraz wyłonienie cech bezkonkurencyjnych, wskazujących optymalny kierunek rozwoju funkcji turystycznej.

Rozpoznanie potencjału turystycznego ze względu na jego heterogeniczny charakter wymaga przeprowadzenia oceny kompleksowej, polegającej na zastosowaniu i integracji metod badań z wielu dziedzin wiedzy, przede wszystkim z socjologii, geografii oraz ekonomii. Ponadto, wiąże się z koniecznością uwzględniania zarówno obiektywnych (przydatność), jak i subiektywnych (atrakcyjność) przesłanek decydujących o możliwościach rozwoju turystyki.

Dobór metod badań potencjału turystycznego zależy od celu i skali opracowania. Przy czym, cel powinien być ukierunkowany na rozpoznanie możliwości rozwoju konkretnych form turystyki (np. turystyka kwalifikowana i jej rodzaje, turystyka wypoczynkowa, rodzinna, biznesowa, kulturowa, agroturystyka, ekoturystyka itp.), ponieważ oceny możliwości rozwoju turystyki bez sprecyzowania typu odbiorców oferty turystycznej, ich potrzeb i oczekiwań są zbyt ogólne, a otrzymane wyniki nie znajdują zastosowania w praktyce. Do popularnych współcześnie metod oceny potencjału turystycznego należą:

- metody wielowymiarowej analizy porównawczej (WAP);
- bonitacji punktowej i optymalizacji;
- analizy SWOT.

Pierwsza grupa metod jest stosowana w badaniach zbioru/zbiorów obiektów, natomiast dwie kolejne są użyteczne zarówno w badaniach grup obiektów, jak

i jednego, wybranego obszaru. Dane niezbędne do przeprowadzenia ocen są pozyskiwane na podstawie:

- obserwacji;
- wywiadów;
- kwerendy;
- badań ankietowych i wywiadów kwestionariuszowych;
- analizy raportów, dokumentów, map, literatury;
- dyskusji w ramach spotkań warsztatowych z osobami zaangażowanymi w rozwój turystyki na danym terenie oraz konsultacji społecznych.

Metody wielowymiarowej analizy porównawczej

Termin *wielowymiarowa analiza porównawcza* (WAP) odnosi się do grupy metod statystycznych, za pomocą których jednoczesnej analizie poddaje się co najmniej dwie zmienne opisujące każdy badany obiekt (zjawisko). Służą one do badania zjawisk złożonych bezpośrednio niemierzalnych, charakteryzujących określone obiekty poddane analizie (Łuniewska, Tarczyński 2006). Obejmują metody taksonomiczne stosowane w celu porządkowania i klasyfikacji badanych obiektów i zjawisk (z gr. *taksis* – układ, porządek, *nomos* – prawo-zasada). WAP w badaniach ekonomicznych odnosi się do zbioru różnych metod służących do wykrywania prawidłowości w zbiorowościach statystycznych, gdzie jednostki tych zbiorowości są opisywane za pomocą nie jednej, ale większej liczby zmiennych. Za zjawisko złożone uznaje się takie, które jest opisywane za pomocą więcej niż jednej charakterystyki (zmiennej, cechy), natomiast obiekt to jednostka statystyczna podlegająca badaniu. Metody WAP zostały przedstawione w licznych opracowaniach, między innymi K. Florka, J. Łukaszewicza, J. Perkała, H. Steinhausa, S. Zaburzyckiego (1952), T. Czyż (1971), Z. Hellwiga, A. Kani-Gospodarowicz (1975), Z. Nowaka (1975), W. Pluty (1977), G. Gorzelaka, B. Wyżkiewicza (1981), C. Bellinger (1994), G. Gołębskiego (1999) oraz M. Łuniewskiej i W. Tarczyńskiego (2006).

W warunkach gospodarki rynkowej, gdzie wymierne określenie możliwości rozwoju turystyki na danym obszarze w stosunku do jego konkurentów stanowi podstawę podejmowania strategicznych decyzji, WAP staje się coraz popularniejszym narzędziem badawczym. Metody te znalazły zastosowanie w wielu badaniach z zakresu turystyki. Do przykładowych należą opracowania:

- J. Grocha (1991), w którym autor wykorzystuje metodę w celu porównania stanu rozwoju polskich uzdrowisk;

- K. Naumowicz (1993), która zastosowała metodę rang w celu przeprowadzenia analizy porównawczej potencjału turystycznego Polski;
- C. Bellinger (1994), dotyczące analizy porównawczej potencjałów turystycznych wybranych miast niemieckich;
- H. Guzik, B. Ostrowskiej (1994), stanowiące próbę syntetycznej oceny atrakcyjności turystycznej gmin południowo-wschodniej Polski;
- K. Kukuły (1994), będące próbą waloryzacji województw ze względu na zagospodarowanie turystyczne i środowisko naturalne;
- L. Butowskiego (1996), będące studium porównawczym funkcji turystycznej sześciu europejskich stolic;
- A. Zajadacz (2004), przedstawiające wielowymiarową analizę porównawczą potencjału turystycznego sześciu miast o funkcji turystycznej.

Przeprowadzenie WAP obiektu wielocechowego, jakim jest potencjał turystyczny jednostek przestrzennych, wiąże się z koniecznością rozpoznania jego struktury, wyłonienia istotnych ze względu na cel badań elementów składowych (kategorii). Następnym etapem pracy jest wybór kryteriów oceny tych kategorii, czyli **ustalenie listy cech** charakteryzujących badany przedmiot, **określenie ich wagi** oraz **przyjęcie odpowiednich jednostek miar**. Etap ten jest bardzo istotny, ponieważ „sukces lub niepowodzenie wyników badania uzyskanych metodami analizy porównawczej zależy właśnie od trafnego doboru cech, za pomocą których definiuje się podstawowe pojęcie analizy porównawczej, jakim jest tzw. obiekt wielocechowy” (Hellwig, Kania-Gospodarowicz 1975).

W procedurze dokonywania tego wyboru problem stanowi kwestia obiektywizmu (bezstronności i rzeczowości) proponowanych kryteriów. Niektórzy badacze podają w wątpliwość możliwość zachowania obiektywizmu w badaniach naukowych. Należy do nich między innymi F. Eberle (1979), który twierdzi, iż „w badanym zakresie, jakim jest turystyka nie można osiągnąć pełnej obiektywności”. Według Kuhna (1970), „subiektywizm metodologiczny w badaniach naukowych jest rzeczą naturalną. My najpierw tworzymy jakąś hipotezę, potem szukamy danych empirycznych, aby ją potwierdzić. Paradygmat decyduje o tym co ważne, co widzimy, a czego nie. Dostrzegamy zatem to, co chcemy dostrzec” (za: Krzymowska-Kostrowicka 1997). Dążąc do minimalizacji miary subiektywizmu w doborze kryteriów oceny (a w konsekwencji i w wynikach badań), w trakcie analizy porównawczej powinno się poszukiwać sytuacji jasnych, to znaczy zdecydowanie pozytywnych lub negatywnych cech badanego przedmiotu (Bellinger 1994).

Z filozoficznego punktu widzenia każdy obiekt materialny może być opisany nieskończoną liczbą cech. Tymczasem w praktyce mówiąc o obiektach wielocechowych, mamy na myśli być może kategorie bardzo złożone, ale jednak zawsze opisane skończoną liczbą cech, których zestawienie zależy nie tyle od obiektu badania, co od celu badań.

Z. Hellwig i A. Kania-Gospodarowicz (1975) podają następujące zalecenia pragmatyczne dotyczące ustalania listy cech:

- 1) powinna być ułożona na podstawie ogólnej znajomości badanego zjawiska, a pozycje na niej występujące zależą od przyjętego celu badania;
- 2) ogólne sformułowania zawarte w pkt. 1. ulegają konkretyzacji w trakcie zbierania danych statystycznych (wtórnych lub pierwotnych) o badanych obiektach;
- 3) na podstawie przesłanek merytorycznych, jak i zebranego materiału konstruuje się tzw. wstępną listę potencjalnych cech, która ulega następnie redukcji z powodu stwierdzenia, iż cechy te są np. niemierzalne, mało istotne dla przedmiotu badań lub brak jest kompletnych, reprezentatywnych, porównywalnych dla wszystkich badanych obiektów danych. Powstaje w ten sposób lista cech dopuszczalnych lub istotnych, którą poddaje się dalszej analizie.

W literaturze wymienia się następujące metody ustalania listy cech (tj. dokonywania wyboru kryteriów oceny przedmiotu badań) – J. Bonertz 1981:

- na podstawie wypowiedzi (życzeń i potrzeb) respondentów;
- delficka;
- zastosowanie kryteriów znanych z literatury przedmiotu;
- własne decyzje badacza.

Natomiast stopień szczegółowości doboru kryteriów oceny jest uwarunkowany skalą opracowania.

Pierwsza z wymienionych metod jest bardzo czasochłonna, wymaga także dużych nakładów finansowych. Jednakże, bazowanie na wypowiedziach turystów – użytkowników oferty turystycznej – wydaje się optymalnym sposobem doboru kryteriów oceny tej oferty.

Metoda delficka (por. Medlik 1995, Zajadacz 2004) została opracowana głównie z myślą o prognozowaniu i jest najczęściej stosowana w tym właśnie celu. Znane przykłady jej zastosowania obejmują między innymi badania nad przyszłymi trendami w turystyce w Austrii, Szwajcarii i Kanadzie. Jej zaletą jest możliwość syntezy opinii wyrażanych przez grupę ekspertów, przy jednoczesnej likwidacji subiektywizmu wynikającego z wpływu grupy na opinie jednostki.

W związku z istniejącym bogatym dorobkiem naukowym dotyczącym oceny przydatności i atrakcyjności środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki i wypoczynku, uzasadnione wydaje się korzystanie z kryteriów oceny potencjału turystycznego przedstawionych w literaturze przedmiotu. Metoda stosowania znanych z literatury kryteriów oceny należy do „łatwych” w realizacji. Wymaga jednak krytycznego spojrzenia, ponieważ „przy zastosowaniu znanych z literatury kryteriów opieramy się na przypuszczeniu, że te kryteria są rzeczywiście obiektywne i ogólnie istotne dla oceny potencjału turystycznego, bez ich ponownego sprawdzenia” (Bonertz 1981).

Stosowanie ostatniej wymienionej metody – „własne decyzje badacza” – wymaga dobrej znajomości przedmiotu badań oraz doświadczenia w pracy badawczej.

Przykładową metodą WAP pozwalającą na syntezę ocen przydatności i atrakcyjności turystycznej obiektów, jak również na ich rangowanie na różnych poziomach szczegółowości analizowanych cech jest metoda oceny integralnej potencjału turystycznego, zaproponowana i przetestowana przez A. Zajadacz (2004).

Metoda oceny integralnej potencjału turystycznego. „Ocenianie jest to proces odwzorowania cechy (lub zbioru cech) ocenianego obiektu na określoną pozycję w systemie wartości, przy czym pozycja ta może być wyrażona w układzie dychotomicznym (np. „dobre-złe”), stopniowalnym lub hierarchicznym” (Kostrowicki 1992). „Ocena integralna to działanie polegające na tworzeniu całości najbardziej przydatnej dla danego celu. Jest to najbardziej złożony etap oceny – synteza skutecznego działania” (Sołowiej 1999). Na ocenę integralną składają się oceny branżowe, jednak nie jest ona zwykłą sumą tych ocen.

Ocena integralna potencjału turystycznego wymaga uwzględnienia cech decydujących o przydatności, jak i atrakcyjności turystycznej badanych jednostek przestrzennych. W ocenie tej należy więc uwzględnić wyniki ocen cząstkowych potencjału turystycznego, dokonane z różnych punktów widzenia:

- badacza (teoretyka);
- turystów;
- mieszkańców;
- władz samorządowych.

Synteza ocen cząstkowych (obiektywnych i subiektywnych), dokonanych z punktu widzenia wymienionych podmiotów, stanowi próbę określenia rzeczywistego potencjału turystycznego badanych jednostek przestrzennych.

Metoda oceny integralnej potencjałów turystycznych łączy propozycje metodyczne analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast opracowanej przez C. Bellinger (1994) z założeniami oceny integralnej terytorialnych systemów rekreacyjnych (wg Sołowiej 1992a) oraz ze wskaźnikowym ujęciem stopnia atrakcyjności turystycznej zaproponowanym przez A. Zajadacz (2004).

Etapy oceny integralnej potencjału turystycznego. Punktem wyjścia w przyjętym toku postępowania (ryc. 3) jest identyfikacja form turystyki realizowanych na badanym obszarze w ujęciu historycznym oraz współczesnym. Bank informacji tworzą dane archiwalne, statystyczne, wskaźniki obrazujące natężenie ruchu turystycznego (Schneidera i Charvata) i rozwój bazy noclegowej (Deferta), a także wyniki wywiadów kwestionariuszowych przeprowadzonych wśród turystów. W efekcie określa się formy turystyki typowe dla badanego obszaru.

Drugi etap pracy polega na przeprowadzeniu analizy porównawczej potencjałów turystycznych przy wykorzystaniu metody C. Bellinger (1994). Umożliwia ona sporządzenie rankingu jednostek przestrzennych (miejscowości, regionów) pod kątem ich przydatności dla rozwoju funkcji turystycznej. Rankingu tego dokonano na podstawie listy cech uporządkowanych w tematycznych katalogach (por. Zajadacz 2004). Przyjęto następujące założenia dotyczące wyboru katalogu cech:

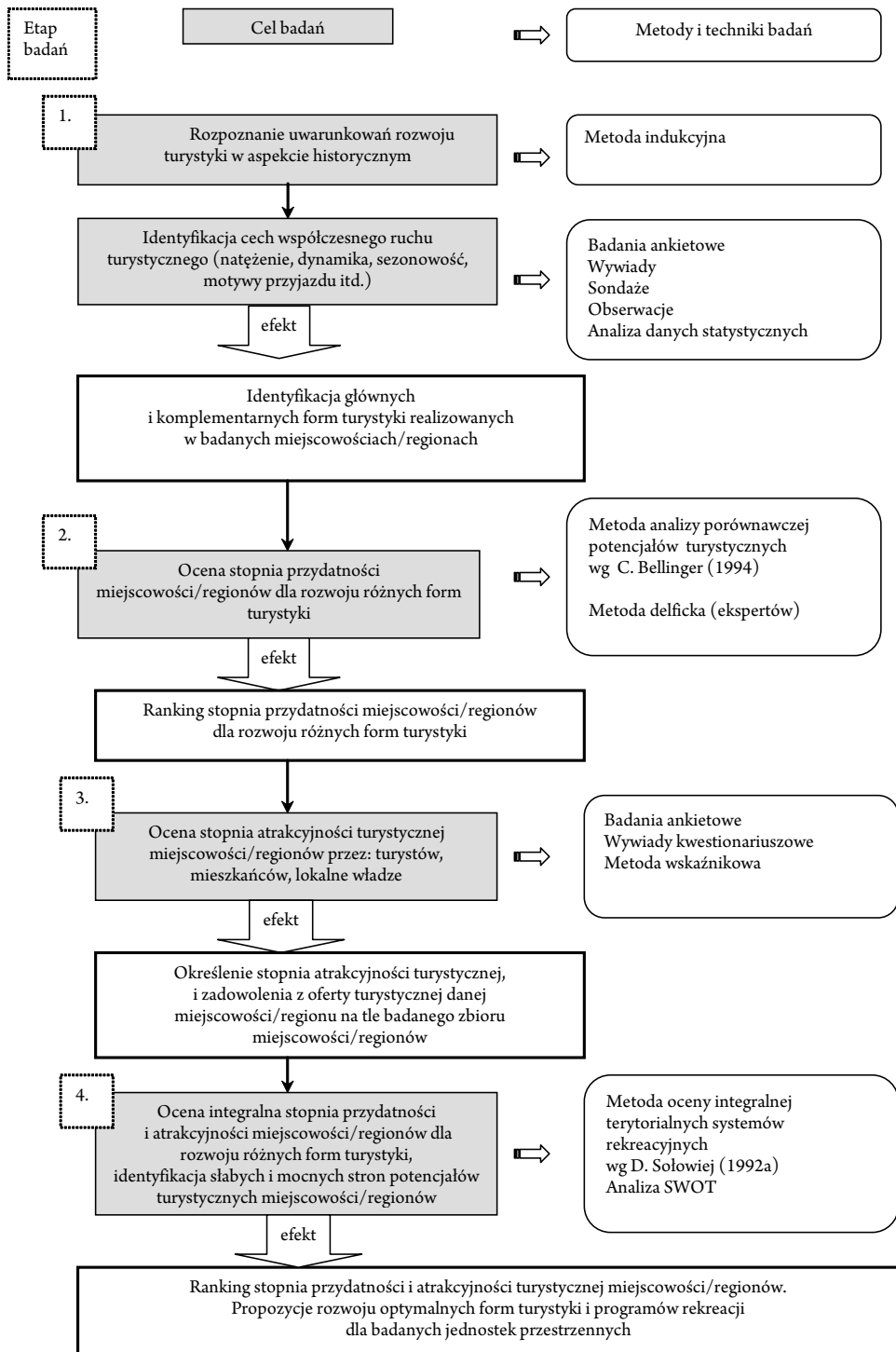
- mierzalność – cechy należy wyrazić w jednostce miary;
- porównywalność – dane muszą być dostępne dla wszystkich badanych obiektów i dla tego samego okresu;
- zróżnicowanie w natężeniu występowania danej cechy – w analizie porównawczej nie uwzględnia się cech, których wartości dla wszystkich badanych obiektów są identyczne;
- jednakowa istotność – wskutek nieróżnicowania wagi cech należy wybierać cechy jednakowo istotne ze względu na przedmiot i cel badań;
- podział cech na stymulanty (cechy pożądane z punktu widzenia badanego zjawiska) i destymulanty (cechy niepożądane).

Następnie, opierając się na opiniach ekspertów (metoda delficka), którzy w kilku turach oceniają stopień istotności poszczególnych cech potencjału turystycznego obszaru dla zidentyfikowanych na nim form turystyki, zostaje określona przydatność jednostek przestrzennych dla rozwoju konkretnych rodzajów turystyki.

Kolejne prace polegają na rozpoznaniu stopnia atrakcyjności turystycznej badanych terenów, ocenionej z punktu widzenia zarówno turystów, mieszkańców, jak i lokalnych władz. Źródło danych pierwotnych w tym przypadku stanowią wyniki badań ankietowych i wywiadów kwestionariuszowych, które ujmowane są w sposób syntetyczny, w formie wskaźników wyrażonych w identycznej jednostce, jak wcześniej obliczone wartości sumaryczne potencjału turystycznego badanych terenów. Wskaźniki pozwalają na wymierne ujęcie: (1) atrakcyjności turystycznej miast na tle sąsiedztwa; (2) stopnia zadowolenia z oferty turystycznej; (3) komfortu wypoczynku oraz (4) „kompletności” oferty turystycznej (por. Zajadacz 2004).

„Jednym z ważniejszych etapów procedury oceny jest synteza. Według Pszczołkowskiego (1978) filozofia definiuje to pojęcie jako proces przechodzenia od procesów łatwiejszych do trudniejszych (zasada Kartezjusza) lub czynność łączenia jednych przedstawień z drugimi i obejmowania ich różnorodności jednym poznaniem. Z metodycznego punktu widzenia jest to uogólnianie” (Słowiej 1999).

Ocena integralna potencjałów turystycznych stanowi syntezę ich ocen cząstkowych, dokonanych z punktu widzenia różnych podmiotów. Nie jest ona jednak zwykłą sumą tych ocen. Wypowiedzi poszczególnych podmiotów mają bowiem



Ryc. 3. Etapy oceny integralnej potencjału turystycznego miejscowości lub regionów
 Źródło: opracowanie własne

różny stopień istotności. Zdaniem autorek, najistotniejsze znaczenie w ocenie integralnej potencjału turystycznego ma ocena cząstkowa dokonana z punktu widzenia badacza, a to ze względu na największy stopień kompleksowości i obiektywizmu. Stąd też przyjęto, iż jej udział w przeprowadzonej ocenie integralnej będzie wynosił 50%. Mniejsze znaczenie (ze względu na większą dozę subiektywizmu) mają oceny cząstkowe wybranych elementów potencjału turystycznego dokonane z punktu widzenia turystów, to jest odbiorców oferty turystycznej, których potrzeby i upodobania w znacznym stopniu wpływają na jej kształt. Przyjęto, iż udział tych ocen w ocenie integralnej będzie wynosił 30%. Za najmniej istotne uznano opinie mieszkańców oraz przedstawicieli władz samorządowych. Założono, iż mieszkańcy postrzegają jego atrakcyjność turystyczną przez pryzmat korzyści i uciążliwości związanych z jego rozwojem, co może być przyczyną obarczania błędem dokonywanych przez nich ocen. Ponadto, na ich subiektywizm mogą wpływać emocjonalne więzi z miejscem zamieszkania. Przyjęto, iż udział opinii mieszkańców w ocenie integralnej będzie wynosił 10%. Takie samo znaczenie (czyli 10%) przypisano wypowiedziom urzędników reprezentujących samorząd terytorialny, którzy mogli przedstawiać atrakcje turystyczne w formie reklamy. Udział opinii poszczególnych podmiotów w ocenie integralnej przedmiotu badań łącznie daje 100% (ryc. 4).

Synteza ocen cząstkowych wymaga przyjęcia takiego samego stopnia szczególności, to jest sprowadzenia ich do jednakowej jednostki miary. Wszystkie wskaźniki uwzględniane w ocenie integralnej potencjału turystycznego zostały wyrażone za pomocą identycznej jednostki miary i mieszczą się w przedziale od 0 (min.) do 100 (max.) punktów. Przy czym, jeśli wartość wskaźnika syntetycznego (np. atrakcyjności turystycznej danego obiektu) wynosi 0 punktów, nie oznacza to, iż obiekt ten jest nieatrakcyjny dla turystów, ale że jest najmniej atrakcyjny w badanym zbiorze obiektów.

Obliczenia przeprowadza się według następującego wzoru:

$$OI = \frac{0,5B + 0,3T + 0,1M + 0,1U}{2}$$

gdzie: OI – ocena integralna.

Ocena z punktu widzenia: B – badacza, T – turystów, M – mieszkańców, U – urzędników. A zatem:

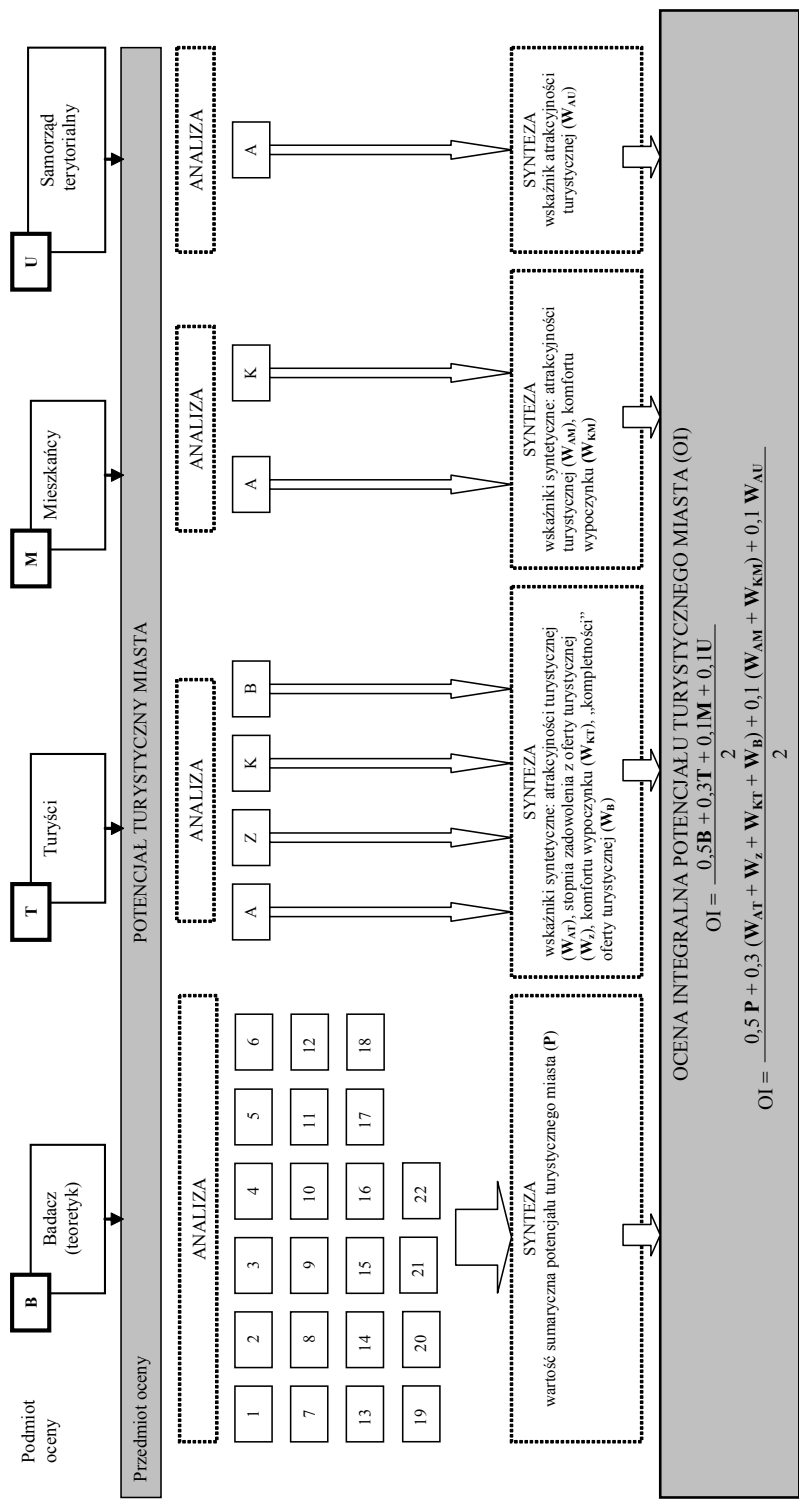
$$OI = \frac{0,5P + 0,3 (W_{AT} + W_Z + W_{KT} + W_B) + 0,1 (W_{AM} + W_{KM}) + 0,1 W_{AU}}{2}$$

gdzie: OI – ocena integralna, 0,5; 0,3; 0,1 – współczynniki wagi wypowiedzi poszczególnych podmiotów, P – wartość sumaryczna potencjału turystycznego obiektu (miejscowości, regionu). Wskaźniki syntetyczne: W_{AT} – atrakcyjności turystycznej według opinii turystów, W_{AM} – atrakcyjności turystycznej według opinii mieszkańców, W_{AU} – atrakcyjności turystycznej według opinii urzędników reprezentujących samorząd terytorialny, W_Z – stopnia zadowolenia z oferty turystycznej, W_{KT} – komfortu wypoczynku według opinii turystów, W_{KM} – komfortu wypoczynku według opinii mieszkańców, W_B – „kompletności” oferty turystycznej.

Efektem przeprowadzonej syntezy jest ranking jednostek przestrzennych ze względu na ich przydatność i atrakcyjność turystyczną. Wykonane analizy, jak i ocena integralna potencjału turystycznego badanych obszarów umożliwiają identyfikację ich słabych i mocnych stron na tle badanego zbioru oraz sporządzenie katalogu propozycji konkretnych, optymalnych dla poszczególnych jednostek przestrzennych form turystyki i programów rekreacji.

Metoda analizy porównawczej potencjałów turystycznych miast zaproponowana przez C. Bellinger umożliwia w sposób wymierny i łatwy w odczycie określenie pozycji danej jednostki przestrzennej na tle wyników osiągniętych przez pozostałe jednostki (obiekty) z badanego zbioru na trzech poziomach: (1) najbardziej elementarnym (dotyczącym cech badanego przedmiotu), (2) przyjętych kategorii badawczych oraz (3) wagi sumarycznej przedmiotu badań. Jest ona tym samym przydatna w planowaniu rozwoju funkcji turystycznej zarówno w skali lokalnej, regionalnej, jak i ponadregionalnej. Pozwala ponadto na dokonanie podziału cech badanego przedmiotu na pozytywne, sprzyjające jego rozwojowi (stymulanty), oraz hamujące ten rozwój (destymulanty). Umożliwia także przeprowadzenie podziału ogółu cech na grupy dotyczące różnych rodzajów zasobów (przyrodniczych, technicznych, społecznych) oraz ujęcie ich w sposób syntetyczny, dzięki czemu staje się możliwe pełniejsze i dokładniejsze poznanie wagi tych zasobów w strukturze potencjału turystycznego danego obiektu. Nie różnicuje jednak wagi cech analizowanego przedmiotu, co zmusza do poszukiwania cech równie istotnych. Nie uwzględnia także stopnia atrakcyjności walorów turystycznych (walory turystyczne są ujmowane w sposób ilościowy, a nie jakościowy), jak również potrzeb i preferencji turystów.

Przedstawiona *metoda oceny integralnej* przedmiotu badań umożliwiła uwzględnienie w wyniku tej oceny: (1) wagi atrakcyjności turystycznej badanych jednostek przestrzennych postrzeganej z różnych punktów widzenia (turystów, mieszkańców, władz samorządowych); (2) informacji dotyczących jakości oferty turystycznej, stopnia jej kompletności oraz źródeł dyskomfortu wypoczynku wskazywanych zarówno przez turystów, jak i mieszkańców badanych terenów.



Objaśnienia:
 1-22 – kategorie badawcze potencjału turystycznego miasta
 A – czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej miasta
 Z – stopień zadowolenia z oferty turystycznej
 K – czynniki przeskadzające w wypoczynku
 B – braki w ofercie turystycznej
 OI – ocena integralna

Ryc. 4. Schemat metody oceny integralnej potencjału turystycznego

Źródło: A. Zajadacz, 2004

Do grupy podmiotów wyrażających opinie na temat potencjału turystycznego badanego obszaru należałoby dołączyć także gestorów i przedsiębiorców z branży turystycznej.

Istotne znaczenie w analizie porównawczej potencjałów turystycznych jednostek przestrzennych ma ich wielkość. Stanowi ona jeden z podstawowych czynników determinujących zarówno potencjał turystyczny, jak i sposób jego przysposobienia dla turystyki. Tego typu analizą powinno się więc obejmować obszary o podobnej wielkości. Ponadto, prezentowana metoda wymaga zgromadzenia bardzo szczegółowych informacji odnośnie cech badanego przedmiotu, podczas gdy pozyskanie wielu z nich jest możliwe jedynie w trakcie penetracji terenu, co ma wpływ na ograniczenie zakresu przestrzennego pola badań.

Metoda bonitacji punktowej i optymalizacji

Metody te znajdowały wielokrotnie zastosowanie w waloryzacji środowiska przyrodniczego oraz krajobrazu dla potrzeb turystyki i rekreacji.

Bonitacja (łac. *bonitas* – dobroć, od *bonus*) jest pojmowana jako ocena jakości i klasyfikacja (Kopaliński 1989). Bonitację punktową należy traktować jako sposób porządkowania informacji o czynnikach wpływających na rozwój turystyki. Polega ona na przyporządkowaniu – według wcześniej przyjętych kryteriów – sumy punktów bonitacyjnych poszczególnym jednostkom badawczym stanowiącym pole podstawowe oceny (np. jednostki administracyjne; jednostki fizycznogeograficzne, np. mezoregiony, uroczyska; równopowierzchniowe pola wyznaczone przez nałożoną na mapę siatkę kwadratów). Punkty można przy tym przyznawać zarówno za występowanie w danej jednostce analizowanych elementów potencjału turystycznego (punkty dodatnie), jak i za ich brak lub niską jakość (punkty ujemne). Przyjmuje się skalę bonitacyjną, która jest funkcją określającą związek między cechą – zmienną a liczbą punktów. Suma punktów odpowiadających wszystkim zmiennym tworzy wynikową zmienną, według której można porządkować elementy badanej zbiorowości. Podział typologiczny stać się może klasyfikacją bonitacyjną – **szeregiem bonitacyjnym**, jeśli kolejne klasy (kolejne typy elementów zbioru) odznaczają się wzrastającą/malejącą oceną wartościującą: każda klasa jest „lepszą” od poprzedniej i „gorszą” od następnej. Końcowym zabiegiem jest **kwalifikacja**; biorąc pod uwagę cel waloryzacji, przyporządkowujemy wydzielonym klasom bonitacyjnym słowną ocenę syntetyczną – sądy o jakości należących do nich elementów badanego zbioru, na przykład bardzo przydatne, przydatne z zastrzeżeniami, nieprzydatne (Kozuchowski 2005).

Wyniki bonitacji punktowej przedstawia się zazwyczaj w ujęciu kartograficznym za pomocą sygnatur, skali barw lub szrafu. Metoda bonitacji punktowej i wyniki otrzymane przy jej zastosowaniu prezentowane są między innymi w opracowaniach D. Sołowiej (1992b), K. Dubel (2000), W. Deji (2001), K. Kożuchowskiego (2005) oraz R. Ziółkowskiego (2006).

W przykładowych badaniach D. Sołowiej (1992b) celem waloryzacji była ocena atrakcyjności rekreacyjnej krajobrazu. Za przedmiot waloryzacji przyjęto pola kwadratowe obszaru X na mapie w skali 1 : 100 000. Do zastosowanych kryteriów oceny należały takie, jak: jeziorność, lesistość, urzeźbienie – nachylenie stoków. Skalę bonitacyjną przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Skala bonitacyjna cech środowiska przyrodniczego istotnych dla rozwoju turystyki i rekreacji

Jeziorność (%)	Liczba punktów	Lesistość (%)	Liczba punktów	Dominujące nachylenie (%)	Liczba punktów
0	0	0	0	< 2	0
0,1-10	2	0,1-10	2	2,1-9	2
> 10	4	> 10	4	> 9	4

Źródło: D. Sołowiej, 1992b.

Jednostki waloryzowanego terenu charakteryzują trzy zmienne (kryteria ocen) i jedna zmienna integralna – suma punktów bonitacyjnych. Suma ta może wynosić od 0 (min. wartość) do 12 (max. wartość).

Tabela 2. Klasyfikacja i kwalifikacja terenu dla potrzeb rekreacji

Klasyfikacja Przedziały (pkt.)	Kwalifikacja Obszary
0-6	nieatrakcyjne
7-8	atrakcyjne
9-12	bardzo atrakcyjne dla potrzeb rekreacji

Źródło: D. Sołowiej, 1992b.

Metoda bonitacji punktowej wzbudza wiele dyskusji wśród geografów. Rzetelność otrzymanych przy jej zastosowaniu wyników zależy od trafnego doboru, w zależności od charakteru pola podstawowego, oceny i skali opracowania:

kryteriów oceny i przyporządkowywanych im wartości punktowych. W celu ustalenia optymalnej listy kryteriów oceny i wagi punktów zaleca się zastosowanie metody ekspertów, określanej również mianem metody delfickiej (por. Medlik 1995, Zajadacz 2004).

Ze względu na zarzucany subiektywizm doboru wartości punktowych i dużą generalizację wyników badań, zwłaszcza w opracowaniach w małej skali i przy zastosowaniu geometrycznych pól oceny, metoda bonitacji punktowej jest wypierana przez metodę optymalizacji, w której pomija się etap wyboru pola podstawowego oceny (Sołowiej 1992b).

Metoda optymalizacji lub fizjografii urbanistycznej polega na ocenie poszczególnych komponentów środowiska przyrodniczego (ukształtowania terenu, wód, warunków klimatycznych, gleb, szaty roślinnej, świata zwierzęcego), jego stanu, jak i charakteru zagospodarowania turystycznego, dostępności komunikacyjnej oraz zasobów kulturowych. Poszczególne komponenty środowiska naturalnego, jak i antropogenicznego, są analizowane oraz oceniane na mapach tematycznych pod kątem przydatności dla rozwoju konkretnych form turystyki. „Nakładanie” na siebie, w zależności od celu opracowania, map tematycznych stanowiących warstwy informacji umożliwia wybór optymalnych wariantów wykorzystania terenu dla potrzeb turystyki. W opracowaniach dla celów praktycznych wydziela się strefy najbardziej przydatne, przydatne z ograniczeniami i nieprzydatne dla rozwoju określonej formy turystyki. Określane są także ograniczenia dla rozwoju funkcji turystycznej wynikające zarówno z cech środowiska przyrodniczego (np. małej chłonności rekreacyjnej), jak i uwarunkowań społeczno-gospodarczych.

Metoda SWOT

Stanowi jedno z najczęściej stosowanych narzędzi analitycznych w procesie zarządzania strategicznego jednostkami terytorialnymi, przydatne szczególnie w procedurach związanych z planowaniem ich rozwoju społeczno-gospodarczego. W praktyce oznacza to, iż w planach rozwoju każdej polskiej gminy, powiatu, województwa, czy kraju zastosowano metodę SWOT dla potrzeb dokonania syntezy diagnozy wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań rozwoju danego obszaru oraz wyboru jego optymalnej strategii (por. Śniadek, Zajadacz 2008). Sprzyja temu jej elastyczność i relatywna łatwość przeprowadzenia, możliwość zastosowania w odniesieniu do całego obszaru, wybranej jego części, lub danego składnika potencjału, niemniej cechy te mogą być także powodem wielu błędów interpretacyjnych, wynikających między innymi z niepoprawnego zde-

finiowania otoczenia przedmiotu analizy, błędnego rozumienia pojęć (głównie mocnych stron i szans), czy wręcz nieuzasadnionego (niepotrzebnego) jej zastosowania.

Analiza SWOT wywodzi się z nauki o zarządzaniu i w literaturze jest opisywana jako jedna z metod rejestracji oraz klasyfikacji czynników warunkujących strategię przedsiębiorstwa. Jej genezy należy szukać w koncepcjach analizy pola sił opracowanych w latach 50. przez K. Lewina (Gierszewska, Romanowska 1995), a podstaw metodologicznych – w opracowanym przez E.P. Learneda, C.R. Christensena, K.R. Andrewsa i W.D. Gutha modelu analizowania potencjału i otoczenia konkurencyjnego firmy, nazwanym od pierwszych liter nazwisk autorów modelem LCAG (Learned i in. 1965; cyt. za: Strategor 2001).

Nazwa SWOT jest akronimem angielskich słów *Strength* (mocne strony organizacji), *Weaknesses* (słabe strony organizacji), *Opportunities* (szanse w otoczeniu), *Threats* (zagrożenia w otoczeniu). Spotyka się także inne określenia tej metody – na przykład TOWS, TOWS/SWOT lub WOT's – w zależności od szczególnie eksponowanej przez badacza grupy czynników (np. Otoczenie, Szanse) lub preferowanego podejścia do procesu analizy, na przykład „od wewnątrz do zewnątrz” lub „od zewnątrz do wewnątrz” (Gierszewska, Romanowska 2003). W literaturze przedmiotu opisywano szereg koncepcji metodycznych w zakresie przeprowadzania analizy SWOT. Niektóre charakteryzują się niezwykle dużym stopniem szczegółowości i są bliższe procedur niż metod i technik, inne zalecają z kolei identyfikowanie tylko czynników o kluczowym znaczeniu dla organizacji. Z tego powodu metoda ta znajduje szerokie i praktyczne zastosowanie w planowaniu rozwoju rozmaitych organizacji czy dziedzin (przedsiębiorstw, instytucji, jednostek terytorialnych, turystyki), albowiem jest metodycznym przewodnikiem budowania strategii, z jednej strony bardzo skonkretyzowanym, a z drugiej zapewniającym szerokie pole wyboru i dostosowania metodyki do potrzeb użytkownika lub możliwości dostępu do informacji (por. Lisiński 2004).

Na procedurę przeprowadzania analizy SWOT składają się trzy główne etapy:

1) diagnoza, której zadaniem jest określenie stanu organizacji w jej obecnym kształcie; na tym etapie należy dokonać analizy czynników wewnętrznych wpływających na funkcjonowanie organizacji;

2) prognoza, której zadaniem jest określenie aktualnej i przyszłej sytuacji otoczenia organizacji; etap ten polega na zidentyfikowaniu czynników zewnętrznych, które będą mogły zostać wykorzystane dla rozwoju organizacji oraz takich, które mogą ten rozwój ograniczać;

3) synteza, polegająca na zestawieniu wniosków wynikających z wcześniejszych etapów i sformułowaniu na tej podstawie optymalnej strategii rozwoju organizacji.

Analiza SWOT oparta jest na przejrzystym schemacie, w którym wszystkie czynniki wpływające na bieżącą i przyszłą pozycję organizacji poddaje się ocenie i dzieli ze względu na:

- źródła ich pochodzenia na czynniki wewnętrzne i zewnętrzne;
- sposób oddziaływania na czynniki działające pozytywnie oraz negatywnie.

Ze skrzyżowania tych dwóch podziałów powstają cztery kategorie czynników:

- 1) wewnętrzne pozytywne – mocne strony;
- 2) zewnętrzne pozytywne – szanse;
- 3) zewnętrzne negatywne – zagrożenia;
- 4) wewnętrzne negatywne – słabe strony (ryc. 5).



Ryc. 5. Klasyfikacja czynników wpływających na pozycję strategiczną organizacji w analizie SWOT

Źródło: G. Gierszewska, M. Romanowska, 2003, *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, s. 236

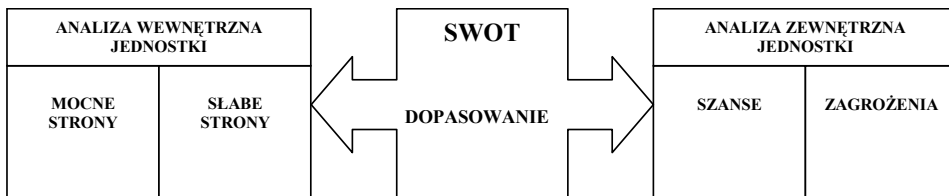
Analiza SWOT polega zatem na zidentyfikowaniu wymienionych czterech grup czynników, opisanie ich wpływu na rozwój organizacji, a także możliwości organizacji osłabiania lub wzmacniania siły ich oddziaływania. Zderzenie szans i zagrożeń z mocnymi i słabymi stronami organizacji pozwala na określenie jej pozycji strategicznej, a także może być źródłem ciekawych pomysłów strategicznych (Gierszewska, Romanowska 2003). Podkreślić należy, iż analiza SWOT ma dla danej organizacji zawsze subiektywny charakter, tak w zakresie czynników wewnętrznych, jak i czynników otoczenia. To, co dla jednej organizacji (przed-

sieźbiorstwa, instytucji, regionu) może być szansą, okazją do wykorzystania, dla innej może stanowić zagrożenie – przeszkodę lub nawet barierę rozwoju. Dlatego, poważnym błędem jest powielanie analiz SWOT opracowanych dla różnych firm czy jednostek terytorialnych.

W zależności od przewagi czynników pozytywnych lub negatywnych wewnątrz organizacji oraz w jej otoczeniu może ona znaleźć się w jednej z czterech modelowych sytuacji, determinującej wybór jednej z czterech modelowych strategii (Weihrich 1982, Gierszewska, Romanowska 2003):

- 1) **sytuacja SO** (*Strenghts-Opportunities*) – **strategia MAXI-MAXI**: dotyczy ona organizacji, wewnątrz której przeważają mocne strony, a w otoczeniu szanse. Odpowiada jej strategia maxi-maxi: silnej ekspansji i zdywersyfikowanego rozwoju;
- 2) **sytuacja WO** (*Weaknesses-Opportunities*) – **strategia MINI-MAXI**: w tym przypadku organizacja znajduje się w sytuacji dominacji słabości nad atutami, ale otoczenie generuje pozytywny układ warunków dla rozwoju. Polega na wykorzystywaniu tych okazji (szans), przy jednoczesnym poprawianiu czy zmniejszaniu niedociągnięć i braków wewnętrznych;
- 3) **sytuacja ST** (*Strenghts-Threats*) – **strategia MAXI-MINI**: źródłem trudności jest tutaj niekorzystna sytuacja otoczenia, w którym dominują czynniki negatywnie oddziałujące na organizację. Czynnikiem tym należy przeciwstawić potencjał wewnętrzny, wykorzystując maksymalnie atuty organizacji;
- 4) **sytuacja WT** (*Weaknesses-Threats*) – **strategia MINI-MINI**: organizacja w tych warunkach jest praktycznie pozbawiona szans rozwojowych – funkcjonuje w nieprzychylnym otoczeniu, a jej niewielki potencjał jest niezdolny do przeciwstawienia się im. Strategia ta oznacza w praktyce albo likwidację firmy, albo połączenie jej z inną, bądź całkowitą zmianę profilu działalności, branży, ewentualnie szukanie możliwości przetrwania lub zmiany sytuacji (te ostatnie działania z pewnością musiałyby być podejmowane przez jednostkę terytorialną, która znalazłaby się w tej sytuacji).

Zastosowanie analizy SWOT, w odniesieniu do zarządzania strategicznego jednostką terytorialną, znajduje uzasadnienie, jeżeli przyjętą koncepcją formułowania strategii rozwoju społeczno-gospodarczego tego obszaru jest tak zwane strategiczne dopasowanie (*strategic fit*) – rycina 6. Koncepcja ta polega na zidentyfikowaniu zasobów wyróżniających organizację (np. gminę, przedsiębiorstwo) na tle konkurentów (otoczenia) oraz wskazaniu wynikających stąd możliwości rozwoju. Spośród dopuszczalnych kombinacji zasobów i możliwości wybierana jest ta, która charakteryzuje się największym dopasowaniem.



Ryc. 6. Analiza SWOT

Źródło: opracowanie własne na podstawie: G. Lancaster, L. Massingham, 1988, *Essentials of Marketing. Text and Cases*, McGraw Hill

Zakres analizy SWOT opracowywanej dla potrzeb planowania rozwoju jednostki terytorialnej powinien obejmować, podobnie jak w przypadku każdej innej organizacji, ocenę uwarunkowań wewnętrznych oraz zewnętrznych badanego obszaru, umożliwiając tym samym (Żabińska 1997):

- 1) identyfikację mocnych i słabych stron zasobów (potencjału) badanej jednostki, a także określenie jej specjalizacji ekonomicznej (dominującego charakteru działalności gospodarczej zlokalizowanej na tym obszarze) oraz jej pozycji „konkurencyjnej” czy „kooperacyjnej” względem innych obszarów lub założonego „wzorca”;
- 2) zbadanie otoczenia jednostki terytorialnej, zarówno bliższego (rynkowego), jak i społecznego, ekonomicznego czy politycznego, w celu rozpoznania szans i zagrożeń, jakie pojawiły się lub mogą się pojawić w tych różnych grupach czynników otoczenia, a które są istotne z punktu widzenia rozwoju jednostki;
- 3) wybór jednego z modeli strategii rozwoju (restrukturyzacji) jednostki i jej potencjału produkcyjno-usługowego zgodnie z wynikiem analizy SWOT, a przede wszystkim z uwagi na wybrane kryterium optymalizacyjne, stymulowanie rozwoju przedsiębiorczości, polepszanie zaspokajania potrzeb mieszkańców.

Badanie czynników wewnętrznych według metody SWOT można przeprowadzić stosując podejście kompleksowe albo sytuacyjne. W pierwszym przypadku dąży się do pełnej identyfikacji możliwie wszystkich grup zasobów jednostki terytorialnej, a w obrębie tych grup do skonstruowania możliwie jak najpełniejszej listy tych zasobów. W drugim podejściu badanie zawęża się do tych grup zasobów, które zostały uznane za najważniejsze, decydujące o pozycji strategicznej i możliwościach rozwojowych. Podejście to stosuje się w wypadku analiz problemowych dotyczących wybranych dziedzin rozwojowych, na przykład rozwoju przemysłu, rolnictwa, czy turystyki w danym regionie (Żabińska 1997).

Punktem wyjścia do badań powinno być precyzyjne określenie czynników wewnętrznych oraz uwarunkowań zewnętrznych przedmiotu analizy, którym jest potencjał turystyczny danego obszaru. Potencjał ten rozumiany jest jako wszelkie zasoby strukturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na tym terenie. W tym ujęciu za czynniki wewnętrzne, kluczowe dla rozwoju turystyki na tym

terenie, które powinny być poddane w analizie ocenie pod kątem pozytywnego (mocne strony) lub negatywnego (słabe strony) wpływu na wykorzystanie i rozwój potencjału turystycznego, uznać należy te wszystkie zasoby, zjawiska i działania bezpośrednio związane ze sprawami turystyki, które występują na badanym obszarze, mają tutaj swoje źródło, stanowią wynik działań podejmowanych na tym obszarze, znajdują się w gestii władz, podmiotów turystycznych, organizacji turystycznych, czy też mieszkańców tego obszaru. Należać będą do nich:

- walory turystyczne;
- infrastruktura turystyczna i towarzysząca;
- potencjał społeczno-ekonomiczny i kulturowy regionu;
- czynniki organizacyjne (tab. 3).

Tabela 3. Uwarunkowania wewnętrzne rozwoju turystyki w regionie poddawane ocenie metodą SWOT

Grupy czynników wewnętrznych	Elementy poddawane ocenie
Walory turystyczne	występowanie walorów, ich stan, stopień atrakcyjności, udostępnienie turystom, stan środowiska naturalnego
Infrastruktura turystyczna i towarzysząca	wielkość, struktura i stan bazy noclegowej, gastronomicznej, różnorodność i atrakcyjność szlaków turystycznych, oferta usługowa pozostałych podmiotów gospodarki turystycznej, wielkość, struktura i stan bazy sportowo-rekreacyjnej, kulturalno-rozrywkowej, wyposażenie regionu w placówki handlowo-usługowe, placówki ochrony zdrowia, struktura i stan infrastruktury transportowej (drogi, oznakowanie, parkingi, dworce kolejowe, autobusowe, lotniska, liczba i częstotliwość połączeń)
Potencjał społeczno-ekonomiczny i kulturowy	poziom wykształcenia mieszkańców w dziedzinie obsługi ruchu turystycznego (kształcenie, dostępność kadr), udział sfery usług turystycznych w gospodarce regionu, sytuacja ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstw turystycznych, inwestycje turystyczne, dochody z turystyki i wydatki na turystykę z budżetu lokalnego, świadomość mieszkańców w zakresie roli turystyki, postawy wobec turystów (gościnność)
Czynniki organizacyjne	zainteresowanie władz lokalnych rozwojem turystyki, polityka turystyczna władz lokalnych, posiadanie planu rozwoju społeczno-gospodarczego uwzględniającego sprawy turystyki lub strategii rozwoju turystyki, prowadzenie aktywnych działań na rzecz rozwoju turystyki (pozyskiwanie inwestorów turystycznych), pozyskiwanie funduszy na rozwój turystyki, działania na rzecz promocji turystycznej regionu, działalność lokalnych organizacji turystycznych, kompleksowy produkt turystyczny, działalność organizatorów turystyki przyjazdowej

Źródło: opracowanie własne.

Uwarunkowania zewnętrzne będące źródłem okazji (szans) oraz zagrożeń dla wykorzystania i rozwoju potencjału turystycznego danego obszaru, to zjawiska i działania, które nie składają się na potencjał turystyczny badanego obszaru, a ich źródło znajduje się w większości przypadków poza nim; są to czynniki będące wynikiem działań organizacji, instytucji, podmiotów gospodarczych lub władz innych regionów, czy władz ponadregionalnych wywierających wpływ na rozwój turystyki na analizowanym terenie. Do czynników tych należą będą zasadniczo zjawiska i działania w skali makro, w tym głównie:

- czynniki ekonomiczne,
- czynniki kulturowe i społeczne,
- czynniki polityczne i prawne,
- czynniki organizacyjne,
- otoczenie konkurencyjne (tab. 4).

Kiedy przedmiotem analizy SWOT jest jedna z wielu możliwych dziedzin rozwojowych (funkcji) danego obszaru (w tym wypadku turystyka), niektóre czynniki lokalne mogą i powinny być zaliczone do uwarunkowań zewnętrznych jej rozwoju na tym obszarze (np. poziom aktywizacji zawodowej mieszkańców, dochody gospodarstw domowych, polityka społeczna i gospodarcza władz lokalnych). Gdyby przedmiotem analizy był cały region, a jej celem sformułowanie jego ogólnej strategii rozwoju społeczno-gospodarczego, czynniki te musiałyby być zaliczone do uwarunkowań wewnętrznych.

Tabela 4. Uwarunkowania zewnętrzne rozwoju turystyki w regionie poddawane ocenie metodą SWOT

Grupy czynników zewnętrznych	Elementy poddawane ocenie
Czynniki ekonomiczne i społeczne	stopa wzrostu gospodarczego w skali kraju i regionu, poziom inflacji, kursy walut, ceny kredytów, system fiskalny, dochody ludności w kraju i regionie, wielkość i struktura popytu turystycznego, poziom bezrobocia w kraju i regionie, zainteresowanie zewnętrznego kapitału inwestowaniem w regionie, poziom wykształcenia ludności w kraju i regionie, wielkość i struktura polskich gospodarstw domowych, poziom aktywizacji zawodowej mieszkańców regionu, system kształcenia kadr dla turystyki w Polsce, oświata i edukacja w regionie
Czynniki kulturowe, psychologiczne i demograficzne	wizerunek zewnętrzny regionu, postawy i opinie na temat regionu, preferowane (modne) kierunki podróży turystycznych i formy wypoczynku, preferowany styl życia, starzenie się społeczeństwa

cd. tab. 4

Czynniki polityczne i prawne	zakres ingerencji państwa w sferę gospodarki (w tym gospodarki turystycznej), akty prawne regulujące działalność gospodarczą w sferze turystyki, polityka turystyczna państwa, polityka społeczno-gospodarcza władz lokalnych, przepisy wizowe, celne, dewizowe
Otoczenie konkurencyjne	konkurencja o turystę (regiony sąsiednie, regiony o podobnych walorach, inne regiony), konkurencja o inwestorów, konkurencja o fundusze (środki pomocowe, dotacje)
Czynniki organizacyjne	marketing narodowy, promocja Polski i jej regionów, działalność mediów lokalnych i ponadlokalnych, posiadanie planu rozwoju społeczno-gospodarczego gminy, działania pobudzające przedsiębiorczość w regionie, działania kształtujące nowoczesny wizerunek regionu, partenariaty krajowe i zagraniczne, porządek publiczny i bezpieczeństwo w regionie
Czynniki infrastrukturalne, ekologiczne i technologiczne	dostępność regionu z zewnątrz (z innych regionów), stan środowiska naturalnego w regionach sąsiednich (ważny z uwagi na niebezpieczeństwo przemieszczania się zanieczyszczeń), docieranie do regionu nowoczesnych technologii

Źródło: opracowanie własne.

W analizie SWOT należy dokonać oceny jakościowej uwzględnionych czynników. Jest ona niezbędna w wypadku analizowania pozycji strategicznej przedsiębiorstw (bez takiej oceny analiza SWOT nie ma praktycznie sensu, albowiem nie pozwala na sformułowanie strategii rozwoju) i również powinna być praktykowana w odniesieniu do innych przedmiotów analizy (jednostek terytorialnych, instytucji, czy dziedzin rozwojowych). Ocena ta może być przeprowadzona na kilka sposobów, jednak najczęściej bywają stosowane dwa niżej przedstawione, w których każdy czynnik oceniany jest:

1) według przyjętej przez badacza skali punktowej, przy czym czynniki oddziałujące pozytywnie (mocne strony i szanse) otrzymują ocenę punktową ze znakiem dodatnim, a czynniki oddziałujące negatywnie (słabe strony i zagrożenia) – ocenę punktową ze znakiem ujemnym. Zbilansowanie czynników wewnętrznych i zewnętrznych pozwoli ocenić sytuację, jak również wybrać dalszą strategię rozwoju. Wyniki można przedstawić w postaci opisowej lub graficznej;

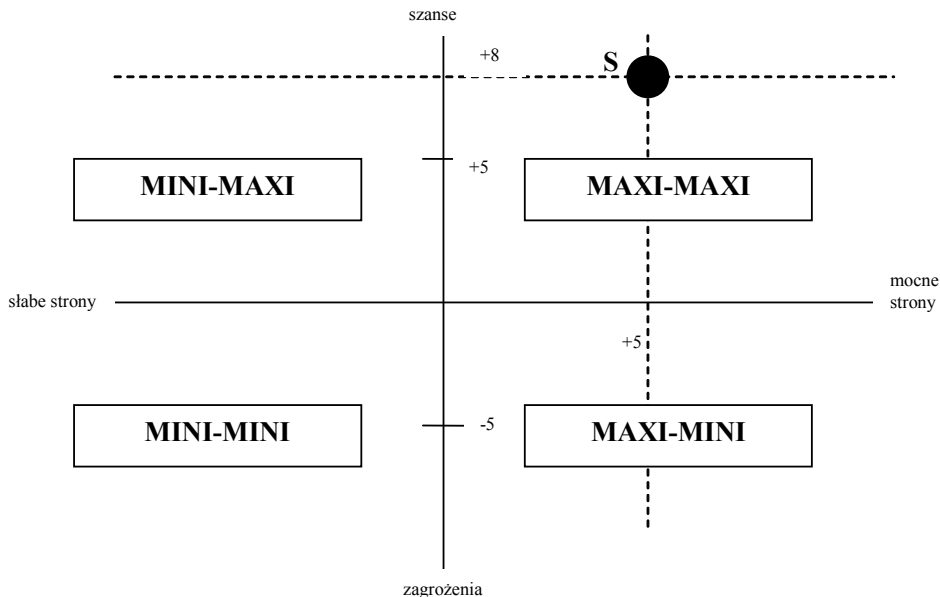
2) pod kątem jego ważności (znaczenia, rangi, wagi) dla rozwoju organizacji (firmy, regionu, dziedziny), według przyjętej przez badacza skali punktowej. Idealna sytuacja bywa taka, kiedy ranga danego czynnika jest ustalona dla określonego wzorca (np. „idealnego” przedsiębiorstwa czy „idealnego” regionu). Kolejną czynnością jest (podobnie jak w pkt. 1) ocena poszczególnych mocnych

i słabych stron oraz szans i zagrożeń według przyjętej skali punktowej, również z uwzględnieniem odpowiedniego znaku (+ lub -). Następnie należy wyznaczyć zagregowaną ocenę dla każdej z czterech kategorii czynników (mocne strony, słabe strony, szanse, zagrożenia) według wzoru:

$$O_j = \frac{\sum (R_{ij} \times P_{ij})}{\sum R_{ij}}$$

gdzie: O_j – zagregowana ocena j -tej kategorii, R_{ij} – ranga (waga) nadana i -temu składnikowi j -tej kategorii, P_{ij} – ocena punktowa i -tego składnika w obrębie j -tej kategorii.

Wyniki tej oceny można przedstawić w formie opisowej lub graficznej (ryc. 7). Strategia rozwoju wyznaczona zostanie przez pozycję punktu S , którego współrzędne należy określić poprzez zbilansowanie sumy punktów czynników wewnętrznych oraz czynników zewnętrznych $S(O_w; O_z)$, gdzie: S – punkt wyznaczający strategię rozwoju, O_w – bilans mocnych i słabych stron ($O_w = \sum O_m + \sum O_s$), O_z – bilans szans i zagrożeń ($O_z = \sum O_{sz} + \sum O_z$).



Ryc. 7. Interpretacja graficzna przykładowego wyniku analizy SWOT: S (+5; +8)

Źródło: opracowanie własne

Literatura

- Barhmann M., 2002, *Die CHAID Analyse als neue Methode der Marktsegmentierung im Tourismus. Multivariate Zielgruppendifferenzierung am Beispiel Rheinland – Pfalz*, Doktorarbeit, Univ. Trier
- Bellinger C., 1994, *Touristische Angebotspotentiale einer Stadt*, Trends-Forschung-Konzepte im Strategischen Tourismusmanagement. Band 4, Trier
- Bieger T., 1997, *Management von Destination und Tourismusorganisation* – 2 Aufl. München, Wien/A
- Bonertz J., 1981, *Die Planungstauglichkeit von Landschaftsbewertungsverfahren in der Landes- und Regionalplanung* 2. Aufl. 1983, w: *Materialien zum Fremdenverkehrsgeographie*, H. 7. Trier
- Butowski L., 1996, *Funkcja turystyczna dużych miast europejskich. Studium porównawcze Berlina, Budapesztu, Paryża, Pragi, Wiednia i Warszawy*, w: *Materiały konferencyjne „Dolina Wisły”*, Warszawa
- Czyż T., 1971, *Zastosowanie metody analizy czynnikowej do badania ekonomicznej struktury regionalnej Polski*, Warszawa
- Deja W., 2001, *Przydatność rekreacyjna strefy brzegowej jezior Polski*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Dubiel K., 2000, *Uwarunkowania przyrodnicze w planowaniu przestrzennym* (wydanie II rozszerzone), Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Białystok
- Eberle F., 1979, *Bewertungsmethoden für regionale Siedlungsstrukturkonzepte*, Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung. Beiträge 33, Hannover
- Florek K., Łukaszewicz J., Perkal J., Steinhaus H., Zaburzycki S., 1952, *Taksonomia wrocławska*, Poznań
- Gierszewska G., Romanowska M., 2003, *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa
- Golemski G. red., 1999, *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, PWN, Warszawa
- Gorzela G., Wyżkiewicz B., 1981, *Analiza porównawcza regionalnych procesów rozwoju w wybranych krajach*, PAN, Warszawa
- Groch J., 1991, *Badania diagnostyczne uzdrowisk polskich z zastosowaniem metod wielowariantowej analizy porównawczej*, Rozprawy habilitacyjne, 220, Uniwersytet Jagielloński, Kraków
- Guzik H., Ostrowska B., 1994, *Syntetyczna ocena atrakcyjności turystycznej gmin południowo-wschodniej Polski*, Folia Turistica, 4. AWF, Kraków
- Hellwig Z., Kania-Gospodarowicz A., 1975, *Zastosowanie analizy porównawczej w badaniach międzynarodowych*, GUS, Warszawa
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa
- Kopaliński W., 1989, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych* (wydanie XVIII rozszerzone), Wiedza Powszechna, Warszawa
- Kostrowicki A.S., 1992, *System „człowiek-środowisko” w świetle teorii ocen*, Prace Geograficzne IGiPZ PAN, Warszawa
- Kozuchowski K., 2005, *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wydawnictwo Kurpisz, Poznań
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1995, *Zarys geoekologii rekreacji*, tom 2 – Człowiek w środowisku przyrodniczym. Geoekologia zachowań turystyczno-rekreacyjnych, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, PWN, Warszawa
- Kukuła K., 1994, *Próba waloryzacji województw ze względu na zagospodarowanie turystyczne i środowisko naturalne*, Folia Turistica, 4, AWF, Kraków
- Lancaster G., Massingham L., 1988, *Essentials of Marketing. Text and Cases*, McGraw-Hill, London

- Learned E.P., Christensen C.R., Andrews K.R., Guth, W.D., 1965, *Business Policy, Text and Cases*, McGraw-Hill, London
- Lisiński M., 2004, *Metody planowania strategicznego*, PWE, Warszawa
- Łuniewska M, Tarczyński W., 2006, *Metody wielowymiarowej analizy porównawczej na rynku kapitałowym*, PWN, Warszawa
- Medlik S., 1995, *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, PWN, Warszawa
- Naumowicz K., 1993, *Potencjał turystyczny i regionalizacja turystyczna Polski*, Rozprawy i Studia, CCX 136, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin
- Nowak Z., 1975, *Zastosowanie metody skalowej i agregatowej do waloryzacji regionu (na przykładzie regionu krakowskiego)*, Zeszyty Naukowe WSE w Krakowie, Kraków
- Pluta W., 1977, *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych*, PWE, Warszawa
- Pszczółkowski T., 1978, *Mała encyklopedia prakseologii i teorii zarządzania*, Ossolineum Wrocław-Warszawa-Kraków
- Sołowiej D., 1992a, *Weryfikacja ocen integralnych atrakcyjności środowiska przyrodniczego człowieka w wybranych systemach rekreacyjnych*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań
- Sołowiej D., 1992b, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wyd. Nauk. UAM, Poznań
- Sołowiej D., 1999, *Ocena integralna w planowaniu przestrzennym*, w: Materiały Ogólnopolskiej Konferencji Szkoleniowej: Marketing Miast, Gmin i Regionów, 11-12 marca, Poznań
- Stalski M., 1985, *The methodology for the choice of the structure of tourist trade in big cities*, w: Großstadttourismus – Tourisme des grandes Villes – Big City Tourism, Dietrich Teimer Verlag, Berlin
- Stillger H., 1980, *Der Fremdenkehrwert einer Stadt. Entwicklung und Darstellung eines allgemeinen nitzwertanalytischen verfahrens zur empirischen Ermittlung vergleichbar touristischer Daten der deutschen Städte*. Hg. Deutscher Fremdenverkehrsverband (Fachreihe Fremdenverkehrspraxis, 9), Frankfurt a. M
- Strategor, 2001, w: Richard D. Irwin, *Zarządzanie firmą. Strategie, struktury, decyzje, tożsamość*, PWE, Warszawa
- Śniadek J., Zajadacz A., 2008, *Strategia rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim*, PWSZ im. J.A. Komeńskiego, Leszno
- Turowski G., 1972, *Bewertung und Auswahl von Freizeitregionen*, w: Schriftenreihe des Instituts für Städtebau und Landesplanung der Fakultät für Bauingenieur- und Vermessungswesen der Universität Karlsruhe, H. 3, Karlsruhe
- Zajadacz A., 2004, *Potencjał turystyczny miast (na przykładzie wybranych miast Sudetów Zachodnich)*, Bogucki Wyd. Naukowe, Poznań
- Ziółkowski R., 2006, *Praktyczne aspekty rozwoju turystyki i rekreacji na obszarach przyrodniczo cennych*, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok
- Żabińska T. (red.), 1997, *Analiza strategiczna gminy na potrzeby wyboru strategii rozwoju AE*, Katowice

Potencjał turystyczny gminy Zbąszyń

Analiza SWOT potencjału turystycznego gminy Zbąszyń

W niniejszym opracowaniu, o charakterze analizy problemowej, zastosowano analizę SWOT, wskazując możliwości wykorzystania tej metody dla potrzeb kompleksowej oceny potencjału turystycznego jednostki terytorialnej (miasto i gmina Zbąszyń) oraz przyjęcia optymalnej strategii rozwoju turystyki na tym terenie. Warto podkreślić w tym miejscu, iż opracowana w roku 2001 *Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy i miasta Zbąszyń* uznaje funkcję turystyczną za jeden z priorytetów rozwojowych regionu.

Analiza potencjału turystycznego miasta i gminy Zbąszyń, dokonana za pomocą metody SWOT, powinna jednoznacznie wskazać jego atuty i słabości oraz szanse (okazje) i zagrożenia kreowane przez jego otoczenie, a ich ocena jakościowa pozwoli na sformułowanie strategii rozwoju funkcji turystycznej odnośnie tego obszaru (tab. 1).

Tabela 1. Analiza SWOT potencjału turystycznego miasta i gminy Zbąszyń

Czynnik	Ranga czynnika (R_{ij}) skala 1-3	Ocena punktowa (P_{ij}) skala 1-3	Ocena ważona $\frac{R_{ij} \times P_{ij}}{\Sigma R_{ij}}$
MOCNE STRONY			
Urozmaicone walory przyrodniczo-krajobrazowe	3	2	0,12
Czystość środowiska naturalnego (powietrze, gleby)	3	2	0,12
Duża lesistość	3	3	0,18

cd. tab. 1

Występowanie jezior na terenie gminy	3	2	0,12
Jezioro Zbąszyńskie – akwen o powierzchni doskonałej dla uprawiania sportów wodnych: żeglarstwa, windsurfingu, narciarstwa wodnego	3	3	0,18
Rzeka Obra połączona z innymi szlakami wodnymi (znany szlak turystyki kajakowej)	3	3	0,18
Bogata kultura ludowa i folklor	3	3	0,18
Instrument „koziol” (unikat w skali europejskiej)	3	3	0,18
Dobrze zachowana i widoczna tożsamość kulturowa całego Regionu Kozła	3	2	0,12
Zabytki architektury	3	2	0,12
Istniejący plan zagospodarowania, wskazujący tereny pod rozwój turystyki	3	2	0,12
Rozwinięty system szlaków turystycznych pieszych i rowerowych	3	2	0,12
Atrakcyjna witryna internetowa miasta i gminy Zbąszyń	3	2	0,12
Cykliczne imprezy kulturalne	3	2	0,12
Oferty dla inwestorów (tereny pod inwestycje turystyczne)	3	1	0,06
Atrakcyjność terenów leśnych dla grzybiarzy	2	2	0,08
Atrakcyjność akwenów dla wędkarzy	2	2	0,08
Dość dobrze rozwinięta sieć usługowa miasta Zbąszyń	2	1	0,04
WYNIK	Σ = 51		2,24
SŁABE STRONY			
Zanieczyszczenie wód i ich podatność na degradację oraz eutrofizację (Obra, jezioro Błędno)	3	-3	-0,16
Słabo rozwinięta baza noclegowa	3	-2	-0,11

cd. tab. 1

Niskie nakłady na promocję turystyczną gminy	3	-2	-0,11
Zły stan zabytków i zespołów parkowych	3	-2	-0,11
Mała liczba gospodarstw agroturystycznych	2	-1	-0,04
Brak wykwalifikowanych kadr turystycznych (szczególnie przewodników po regionie)	3	-2	-0,11
Średnia lub niska jakość usług turystycznych	3	-2	-0,11
Niewystarczająca oferta sportowo-rekreacyjna	3	-2	-0,11
Brak dróg rowerowych (asfaltowych, odrębnych od tras samochodowych)	3	-2	-0,11
Niska estetyka historycznej części Zbąszynia, okolic dworca PKP	2	-1	-0,04
Brak profesjonalnych produktów turystycznych	3	-3	-0,16
Niewystarczające oznakowanie turystyczne (brak tablic informacyjnych przy zabytkach, drogowskazów turystycznych, planu sytuacyjnego)	2	-2	-0,07
Małe możliwości atrakcyjnego zagospodarowania czasu wolnego w Zbąszyniu	3	-3	-0,16
Brak wypożyczalni rowerów	2	-2	-0,07
Brak stadnin i szlaków konnych	2	-2	-0,07
Brak turystycznego wizerunku gminy	3	-2	-0,11
Brak organizatora turystyki przyjazdowej na teren miasta i gminy	2	-1	-0,04
Brak nowych pomieszczeń muzealnych	2	-2	-0,07
Zły stan dróg gminnych	3	-2	-0,11
Niedostatek parkingów (w tym leśnych miejsc postoju i biwakowania)	3	-2	-0,11
Brak miejsc dostępu do Internetu (np. kafejek internetowych, brak dostępu do Internetu w obiektach noclegowych)	1	-1	-0,02
WYNIK	Σ = 54		-2

cd. tab. 1

SZANSE			
Bardzo dobra dostępność komunikacyjna: drogowa (zwłaszcza bliskość A2 i węzła „Trzciel”), kolejowa i lotnicza (lotnisko w Babimoście 10 km)	3	3	0,16
Popularność Zbąszynia na Górnym Śląsku	3	2	0,11
Rosnące zainteresowanie mieszkańców wielkich miast wypoczynkiem weekendowym w małych miejscowościach w promieniu do 100 km	3	2	0,11
Bliskość aglomeracji poznańskiej	3	3	0,16
Bliskość aglomeracji berlińskiej	3	2	0,11
Rosnące zainteresowanie mieszkańców wielkich miast posiadaniem domu letniskowego w atrakcyjnym miejscu w promieniu do 100 km (Poznań, Zielona Góra, Berlin)	2	3	0,11
Wzrost zainteresowania nowymi formami wypoczynku (ekoturystyka, agroturystyka, obserwacja przyrody)	3	2	0,11
Wzrost poziomu wykształcenia ludności	3	2	0,11
Wzrost zapotrzebowania na zdrową, ekologiczną żywność	2	1	0,04
Pożądane na rynkach docelowych uprawy regionalne (szparagi, wiklina), owoce runa leśnego	2	2	0,07
Przynależność do Stowarzyszenia Region Kozła	3	3	0,16
Kreatywność lokalnych pracowników instytucji kultury	2	3	0,11
Partenariaty z zagranicznymi gminami sprzyjające promocji Zbąszynia na rynkach zagranicznych	2	1	0,04
Fundusze strukturalne przeznaczone na rozwój regionów, w tym m.in. na rozwój i modernizację infrastruktury transportowej, technicznej, ochronę dziedzictwa kulturowego, poprawę stanu środowiska, aktywizację mieszkańców, szkolenie kadr itp.	3	1	0,05
Niski poziom rozwoju infrastruktury przemysłowej	3	2	0,11

cd. tab.1

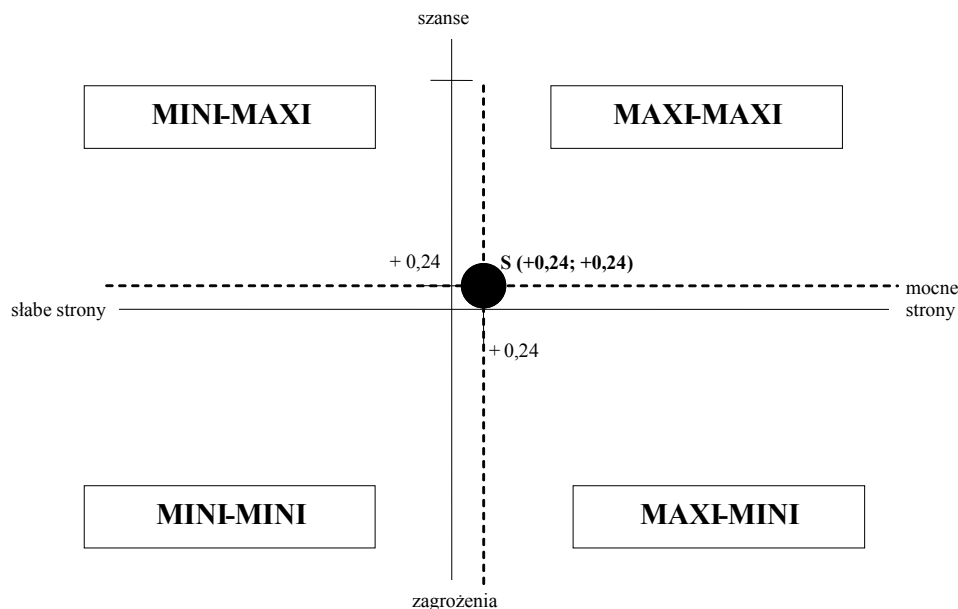
Przedsiębiorczość mieszkańców	2	2	0,07
Pozytywne nastawienie mieszkańców do rozwoju funkcji turystycznej	3	2	0,11
Zainteresowanie władz samorządowych rozwojem turystyki	3	3	0,16
Posiadanie Programu ochrony środowiska gminy Zbąszyń na lata 2004–2007 z perspektywą do roku 2012	3	3	0,16
Zadowolający poziom bezpieczeństwa i porządku publicznego	3	3	0,16
Postrzeganie Polski w Europie jako kraju o nieskażonym i łatwo dostępnym środowisku przyrodniczym (możliwość wchodzenia do lasów)	3	3	0,16
WYNIK	Σ = 57		2,38
ZAGROŻENIA			
Fluktuacyjny charakter przyjazdowego ruchu turystycznego do miasta i gminy Zbąszyń	3	-2	-0,13
Konkurencja ze strony innych regionów	3	-3	-0,19
Pogarszanie się sytuacji sanitarnej i ekologicznej na terenie gminy (niekorzystny wpływ rolnictwa, dzikie wysypiska odpadów)	3	-2	-0,13
Brak zainteresowania zewnętrznego kapitału inwestowaniem w turystykę w mieście i gminie Zbąszyń	3	-3	-0,19
Krótki sezon turystyczny	3	-3	-0,19
Zmniejszające się rozmiary niemieckiej turystyki sentymentalnej	3	-2	-0,13
Zmniejszające się rozmiary turystyki krajowej	3	-2	-0,13
Coraz większa polaryzacja dochodów Polaków ze zwiększaniem się liczby osób o niskich i bardzo niskich dochodach	2	-1	-0,04
Peryferyjne położenie Zbąszynia powodujące jego marginalizację na mapie Wielkopolski	3	-2	-0,13

cd. tab. 1

Drenaż wykwalifikowanych kadr z regionu („ucieczka” młodych ludzi do dużych miast)	3	-2	-0,13
Relatywnie wysoki wskaźnik tzw. obciążenia ekonomicznego (wysoki odsetek osób w wieku poprodukcyjnym)	2	-1	-0,04
Brak wsparcia rozwoju funkcji turystycznej Zbąszynia ze strony władz wojewódzkich i centralnych	2	-2	-0,08
Brak wsparcia inwestycji komunalnych ze strony funduszy zewnętrznych	2	-2	-0,08
Brak stowarzyszeń podmiotów gospodarczych	1	-1	-0,02
Przedwojenna zabudowa wymagająca modernizacji i remontów	1	-2	-0,04
Uciążliwość ruchu tranzytowego (brak obwodnicy Zbąszynia)	2	-1	-0,04
Niewielkie możliwości finansowania rozwoju infrastruktury z budżetów lokalnych	3	-3	-0,19
Niskie nakłady na promocję miasta i gminy Zbąszyń	3	-2	-0,13
Niskie nakłady na promocję Polski i jej regionów na rynkach zagranicznych (zwłaszcza niemieckim)	3	-2	-0,13
WYNIK	Σ = 48		-2,14

Źródło: opracowanie własne oraz na podstawie: W. Silski, *Strategia rozwoju turystyki na terenie gminy Zbąszyń na lata 2004-2010* (projekt).

Bilans mocnych i słabych stron potencjału turystycznego miasta i gminy Zbąszyń wskazuje, iż atuty nieznacznie dominują nad słabymi stronami (+0,24). Zestawienie szans i zagrożeń dla wykorzystania i rozwoju tego potencjału uzyskało identyczny wynik – szanse nieznacznie dominują nad zagrożeniami (+0,24). Interpretacja graficzna wyniku analizy SWOT (punkt S o współrzędnych +0,24; +0,24, zlokalizowany w obszarze MAXI-MAXI) pozwala na sformułowanie wniosku, iż posiadany przez miasto i gminę Zbąszyń potencjał może być z sukcesem wykorzystany dla rozwoju zróżnicowanych produktów turystycznych (ryc. 1). Należy jednak podkreślić, iż wyniki analizy (zwłaszcza w obszarach „słabe strony” i „zagrożenia”) wskazują, iż w regionie konieczne jest przeprowadzenie pilnych działań zmierzających do likwidacji słabych stron oraz ograniczenia zagrożeń.



Ryc. 1. Ocena pozycji strategicznej potencjału turystycznego miasta i gminy Zbąszyń

Źródło: opracowanie własne

Możliwości rozwoju różnych form turystyki i wypoczynku

Na prezentowanym obszarze możliwości rozwoju turystyki zależą od jego atrakcyjności turystycznej, którą tworzą walory turystyczne (przyrodnicze i pozaprzyrodnicze), infrastruktura turystyczna i towarzysząca oraz dostępność komunikacyjna warunkująca możliwość dotarcia na dany obszar. Jego walory oraz istniejąca infrastruktura tworzą podstawową ofertę, na bazie której mogą rozwinąć się produkty tworzone z myślą o turystach, kierujących się różnymi motywacjami i celami podróży. Analiza potencjału turystycznego miasta i gminy Zbąszyń wskazuje, iż obszar ten posiada możliwości wykreowania atrakcyjnych produktów turystycznych dla przynajmniej kilku segmentów rynku, w tym szczególnie dla amatorów sportów wodnych oraz miłośników folkloru.

Charakter posiadanych przez miasto i gminę Zbąszyń walorów turystycznych predestynuje ten obszar do rozwoju takich form turystyki i rekreacji, jak:

- turystyka kwalifikowana (kajakowa, żeglarska, motorowodna, rowerowa, konna i inne formy);
- rekreacja i sport (narciarstwo wodne, skutery wodne, quady, wędkarstwo, zbieranie grzybów i in.);
- turystyka kulturowa i krajoznawcza (udział w imprezach kulturalnych, zwiedzanie);

- agroturystyka i ekoturystyka (wypoczynek w gospodarstwach rolnych, obserwacja przyrody itp.).

W ramach wymienionych form turystyki należy wykreować profesjonalne produkty turystyczne, których kanwą będą:

- Jezioro Zbąszyńskie;
- rzeka Obra;
- imprezy żeglarskie, w tym szczególnie Regaty o „Puchar Zbąszynia”, Regaty o „Srebrną Szekłę Zbąszynia”;
- lokalny folklor, w tym unikatowy instrument ludowy – kozioł;
- imprezy kulturalne, szczególnie „Biesiada Kozłarska”, „Jarmark św. Piotra w Okowach”, Międzynarodowe Spotkania Artystyczne – „Experyment”;
- Muzeum Ziemi Zbąszyńskiej i Regionu Kozła.

Niewykorzystany, a niezwykle atrakcyjny – pod warunkiem odpowiedniego zagospodarowania – element potencjału turystycznego regionu stanowią:

- tereny leśne i niezurbanizowane;
- obiekty zabytkowe: dwór w Łomnicy oraz pozostałości twierdzy w Zbąszyniu;
- budynek dworca kolejowego w Zbąszyniu.

Warto wspomnieć także o pewnym elemencie potencjału Zbąszynia, który mógłby stanowić niezwykle atrakcyjną ofertę aktywnego spędzania czasu wolnego, a niestety uległ już znacznemu zniszczeniu. Jest nim nieczynna od kilkunastu lat linia kolejowa Zbąszyń–Trzciel, po której pozostała część infrastruktury poziomej – tory. W wielu miejscach w Europie, także w Polsce (np. w okolicach Krzywina, pow. kościański) nieczynne tory wykorzystywane są jako lokalna atrakcja, poprzez udostępnianie ich amatorom przejażdżek drezynami ręcznymi. Ponowne udostępnienie tej trasy na potrzeby przejażdżek kolejką turystyczną lub drezynami wymagałoby poniesienia sporych nakładów, jako że na torach wyrosły już dość wysokie drzewa, a same tory w wielu miejscach zostały wręcz całkowicie zdemonutowane. Zapewne należałoby opracować szczegółowy biznesplan takiego przedsięwzięcia i rozważyć możliwości odtworzenia tej linii dla potrzeb turystyki. Szersze omówienie propozycji rozwoju optymalnych form turystyki w gminie Zbąszyń autorki prezentują w dalszej części niniejszej publikacji, na stronie 129.

Literatura

- Silski W., 2000, *Strategia rozwoju turystyki na terenie gminy Zbąszyń na lata 2004-2010 (projekt)*. Urząd Miasta w Zbąszyniu, maszynopis
- Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy i miasta Zbąszyń*, INVEST PLAN Sp. z o.o., Biuro Planowania Przestrzennego Architektury i Usług Inwestycyjnych, Poznań, październik 2000

Lukasz Nawrot

Metody określania rozmiaru i opłacalności inwestycji turystycznych w gminie i regionie

Inwestycje są jedną z podstawowych kategorii ekonomicznych oraz niezbędnym warunkiem rozwoju zarówno przedsiębiorstwa, jak i regionu, czy gospodarki w skali globalnej. Ich znaczenie w ekonomii, i nie tylko, jest tak ogromne, że stały się przedmiotem wielu badań i analiz o charakterze makro- i mikroekonomicznym. Panuje bowiem powszechny pogląd, że im wyższy poziom inwestycji, tym lepiej dla wzrostu gospodarczego, którego tempo zależy jednocześnie od ich struktury. Wskazuje się ponadto, że każde przedsiębiorstwo do skutecznego i efektywnego rozwoju musi angażować się w działalność inwestycyjną. Te ogólne zależności odnoszą się nie tylko do gospodarki jako całości, ale dotyczą także jej części związanej ze zjawiskiem turystyki, nazywanej gospodarką turystyczną. Ponieważ nieodłącznym atrybutem gospodarki turystycznej jest ruch turystyczny odbywający się na ściśle określonych obszarach, który sprawia, że o turystyce nie można mówić w oderwaniu od przestrzeni, stąd analizowana problematyka dotycząca inwestycji turystycznych powinna być rozpatrywana zarówno w skali mezoekonomicznej, jak i mikroekonomicznej. Dlatego, istotną kwestią staje się zarówno programowanie działalności inwestycyjnej w skali regionalnej, jak i analiza opłacalności inwestycyjnej w skali mikroekonomicznej.

Przy planowaniu rozwoju funkcji turystycznej bądź rozwoju obszaru poprzez intensyfikację ruchu turystycznego pojawia się pytanie o poziom i strukturę inwestycji turystycznych, które byłyby niezbędne, aby rozwój taki miał miejsce. Czy można zatem jednoznacznie taki dylemat rozwiązać? W tym miejscu należy dokonać pewnego wyjaśnienia, dotyczącego sugestii – już w tytule rozdziału – jakoby odpowiedź była twierdząca. Część zaproponowanego tytułu odnośnie metod określania rozmiarów inwestycji turystycznych w gminie i regionie może być nieco myląca. Może bowiem wskazywać, że w sposób odgórny da się zaplanować ogół przedsięwzięć inwestycyjnych na obszarze recepcji turystycznej i skutecznie ten plan realizować. Pamiętając o charakterystycznych cechach gospodarki rynkowej, należy podkreślić, że można jedynie proponować pewne rozwiązania

w zakresie ogółu działalności inwestycyjnej i to w odmienny sposób względem inwestycji prywatnych, publicznych i publiczno-prywatnych. Zatem, możemy tu mówić jedynie o projekcji pewnych założeń strategii inwestycyjnej dla obszaru recepcji turystycznej, przy zachowaniu racjonalnych zasad planowania inwestycji publicznych i efektywności ekonomicznej inwestycji sektora prywatnego. Założenia te w dużej mierze będą się odnosić do kompleksowego produktu turystycznego regionu, który stanowi podstawę do programowania rozwoju regionalnego obszarów predestynowanych do rozwijania funkcji turystycznej. Tak więc, punktem wyjścia do rozważań nad określeniem rozmiaru inwestycji w gminie i regionie będzie koncepcja kompleksowego produktu turystycznego regionu, którego tworzenie czy kreowanie znacząco zależy od działalności inwestycyjnej. Działalności, której trudno jednoznacznie określić opłacalność w skali regionalnej, nazywanej mezoekonomiczną, gdyż tak naprawdę miernikiem opłacalności na tym poziomie może być długofalowa ocena rozwoju zjawiska bądź szerzej rozumianego wzrostu społeczno-gospodarczego. Nie oznacza to jednak, że nie można mierzyć opłacalności inwestycji turystycznych, gdyż byłoby to niezwykle utrudnienie w prowadzeniu działalności gospodarczej. Jednakże, pomiar ten dokonywany jest w skali mikroekonomicznej i odnosi się w rzeczywistości do pojedynczego przedsięwzięcia inwestycyjnego. Właśnie metody takiego pomiaru zostaną zaprezentowane w tym rozdziale, przy czym warto podkreślić, że będą się one odnosiły do inwestycji sektora prywatnego bądź inwestycji, które można nazwać komercyjnymi, a więc nastawionymi na generowanie zysków. W sposób oczywisty wyklucza to ocenę opłacalności większości inwestycji samorządowych. Nie oznacza to jednak całkowitego ich pominięcia w rozważaniach, gdyż stanowią one istotny element produktu turystycznego i mają charakter komplementarny w stosunku do inwestycji prywatnych. Na początek warto przybliżyć pojęcie inwestycji i ich charakterystykę w gospodarce turystycznej.

Pojęcie i rodzaje inwestycji

Etymologia słowa inwestycja pochodzi z łacińskiego *investire* i oznacza: odziewać, ubierać, przykrywać, otaczać. Pojęcia tego używano pierwotnie do określania wszystkiego co nas otacza, zarówno w znaczeniu czynnościowym (jako dochodzenie, pozyskanie), jak również skutkowym, a więc osiągnięcie tego, co ma służyć zaspokojeniu dość specyficznych potrzeb (Walica 1998). Inwestycją określane jest również każde wykorzystanie kapitału w celu jego powiększenia (Jog, Suszyński 1993). Uzyskanie dzięki inwestycjom korzyści, związanych niewątpliwie z zaspokojeniem potrzeb, podkreślane jest w większości prac po-

święconych definiowaniu inwestowania. Jedną z istotnych definicji jest określenie J. Hirschleifera, dla którego inwestowanie jest „bieżącym wyrzeczeniem dla przyszłych korzyści” przy pewnych założeniach. Po pierwsze, terażniejszość jest względnie dobrze znana, natomiast przyszłość stanowi zawsze tajemnicę. Po drugie, inwestycja jest wyrzeczeniem się zgromadzonych środków dla niepewnej korzyści (Hirschleifer 1965), co według autora związane jest właśnie z tajemnicą przyszłości.

W tej definicji, choć napisanej kilkadziesiąt lat temu, podkreślono trzy niezwykle istotne z punktu widzenia inwestora elementy. Po pierwsze, zwrócono uwagę na psychologiczny aspekt inwestowania, które samo w sobie jest wyrzeczeniem (rezygnacją z bieżącej konsumpcji) i oznacza kumulację pewnych środków, a następnie ich zamrożenie. Po drugie, wiąże się z tym czynnik czasu, który nierozzerwalnie łączy się z inwestowaniem, mimo że nie jest przyczyną powstawania przyszłych korzyści. Jest on jednak elementem, który bywa kluczowy w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych. Po trzecie, zwrócono uwagę na niepewność korzyści, które mogą być osiągnięte, a więc dostrzeżono aspekt ryzyka, które występuje zawsze w procesie inwestowania. Proces inwestowania można rozpatrywać skupiając się na powiększaniu majątku trwałego przedsiębiorstwa, zwiększaniu jego mocy produkcyjnych, a więc na przepływie dóbr rzeczowych, bądź dostrzegając głównie lokowanie wolnych środków pieniężnych zapewniających w przyszłości określone dochody, czyli oczekując pewnej stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału. Z różnorodności podejścia do problemu inwestowania wynika także wielorakość definicji, które powstały na podstawie różnego punktu widzenia tego problemu. Akademickie spory definicyjne nie stanowią jednak głównej osi rozważań, stąd wątek ten nie będzie dalej rozwijany. Przyjęta definicja inwestycji turystycznej zostanie przedstawiona w dalszej części rozdziału. Zanim to jednak nastąpi, warto bliżej przyjrzeć się klasyfikacjom inwestycji w gospodarce, jako że mają one znaczenie dla analizowania problematyki inwestycji turystycznych.

Jednym z głównych kryteriów klasyfikacji jest obiekt, na stworzenie którego zostaną skierowane środki finansowe firmy. Z tego punktu widzenia wyróżnia się najczęściej trzy, w zależności od formy, następujące rodzaje inwestycji (Gawron 1997):

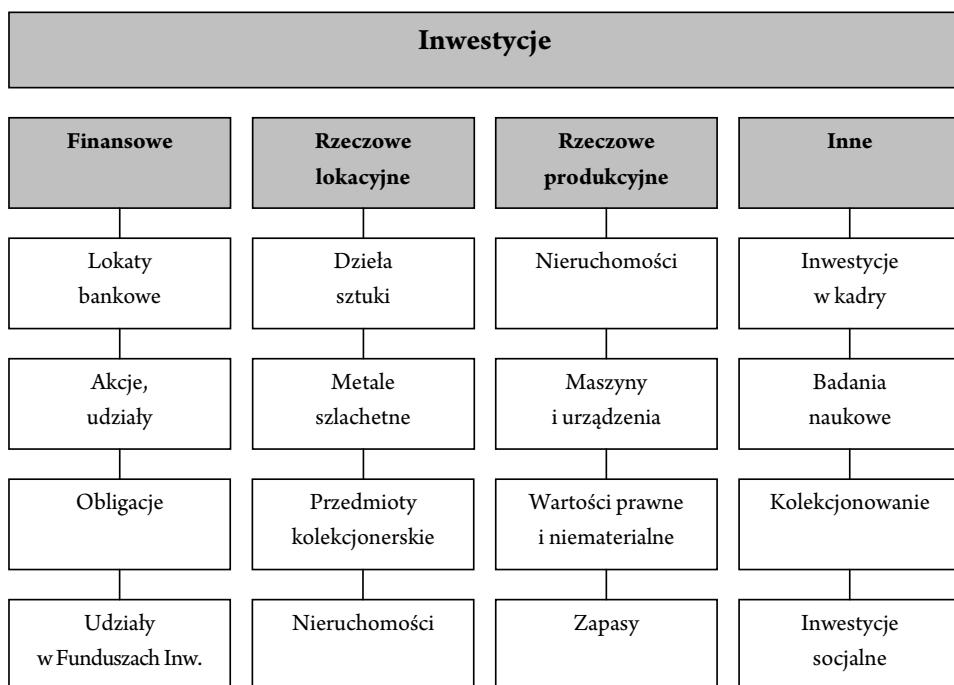
- rzeczowe,
- finansowe,
- niematerialne.

Wydaje się, iż ten podział jest w literaturze najbardziej eksponowany i w zasadzie większość autorów podejmujących w swoich pracach problematykę inwestycji, oraz jej systematykę, uznaje go za podstawowy. Przez wielu autorów jest on także nieco rozbudowywany, co pozwala na bardziej szczegółowe objaśnienie omawianych pojęć. Na przykład, inwestowanie kapitału własnego bądź zgromadzonego

kapitału obcego – pod warunkiem zabezpieczenia rentowności kapitału łącznego – może oznaczać więc lokatę tegoż kapitału w celu pozyskania (Walica 1998):

- rzeczowych składników majątkowych, np. parceli budowlanych, budowli i budynków wraz z wyposażeniem oraz zapasów;
- inwestycji finansowych, tj. udziałów, akcji oraz innych papierów wartościowych, jak również należności;
- efektów niematerialnych w wyniku ponoszenia nakładów na badania i rozwój, reklamę, dokształcanie lub świadczenia socjalne.

Podział ten bywa także modyfikowany, rozszerzając inwestycje rzeczowe o te związane z lokowaniem środków pieniężnych w przedsięwzięcia o charakterze statycznym i inwestycje związane bezpośrednio z uzyskiwaniem efektów produkcyjnych (ryc. 1).



Ryc. 1. Klasyfikacja inwestycji

Źródło: M. Bryx, R. Matkowski, *Inwestycje w nieruchomości*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2001

Bardzo istotnym kryterium podziału inwestycji jest źródło pochodzenia kapitału na te inwestycje. Dotyczy mianowicie rodzajów podmiotów podejmujących inicjatywy inwestycyjne.

Możemy więc wyróżnić inwestycje:

- prywatne,
- publiczne,
- publiczno-prywatne.

Jest to bardzo istotne rozróżnienie, ponieważ każda z wymienionych grup inwestycji jest niezwykle istotna, ale też realizowana na podstawie różnych kryteriów decyzyjnych i innych środków. Inne są cele inwestowania przez podmioty prywatne i publiczne (Tribe 1998, Dębniwska, Tkaczuk 1999). Przedsiębiorstwa inwestują oczekując pewnej stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału, który pozwoli na zaspokojenie wymagań właścicieli i umożliwi dalszy rozwój. Inwestycje ze środków publicznych odnoszą się do realizacji różnego rodzaju projektów inwestycyjnych, najczęściej wynikających z pewnych potrzeb społecznych, które właśnie w wyniku ukończenia procesu inwestycyjnego mają być zaspokojone (Nawrot, Zmysłony 2004).

Decyzje o podjęciu inwestycji podejmowane są nie tylko na podstawie kryteriów ekonomicznych, ale i społecznych (Richert 2002, Szoegge 2001). Realizowane wspólnie przez podmioty prywatne i publiczne, często nazywane inwestycjami w formie partnerstwa publiczno-prywatnego, są przedsięwzięciami, które w ostatnich latach stają się coraz popularniejsze, umożliwiają wykorzystanie wspólnego potencjału do realizacji ważnych celów służących obu stronom projektu. Przy spełnieniu określonych warunków jest to bardzo efektywna forma inwestowania, pozwalająca skorzystać z dużych zdolności zarządczych sektora prywatnego i możliwości pozyskiwania kapitału przez sektor publiczny. We współfinansowaniu inwestycji o charakterze komercyjnym z przedsiębiorstwami prywatnymi, te ostatnie powinny być odpowiedzialne za zarządzanie obiektem, co wymaga udziału większościowego (minimum 51% udziałów). Niestety, bardzo często władzom gminy trudno pogodzić się z „utrata” kontroli nad własnymi środkami i majątkiem. Jest to jednak warunek konieczny do powodzenia takiego przedsięwzięcia (Nawrot, Zmysłony 2003).

Bardzo istotne wydaje się także rozróżnienie inwestycji podmiotów z punktu widzenia możliwości rozwoju działalności. Możemy tu wyróżnić inwestycje:

- nowe,
- modernizacyjne,
- odtworzeniowe.

Dwie pierwsze grupy są również nazywane inwestycjami rozwojowymi, gdyż zwiększają majątek produkcyjno-usługowy, natomiast inwestycje odtworzeniowe zapobiegają jedynie dekapitalizacji majątku.

Jednym z ważniejszych kryteriów podziału projektów inwestycyjnych jest okres zwrotu inwestycji. Ze względu na ocenę przypuszczalnego czasu opłacalnej eksploatacji możemy wyróżnić inwestycje (Gawron 1997):

- krótkoterminowe,
- średnioterminowe,
- długoterminowe.

W literaturze przedmiotu nie ma pełnej zgodności co do uszczegółowienia wymienionych zakresów. Wydaje się jednak, że inwestycje krótkoterminowe zwracają

się do 2-3 lat, średnioterminowe – maksymalnie do 10 lat, natomiast długoterminowe – powyżej 10 lat. Raz jeszcze należy podkreślić, iż jest to sprawa dyskusyjna i zależy od wielu czynników, na przykład od rynku, jaki się omawia. Przykładem może być tu rynek nieruchomości, gdzie inwestycje zwracającą się po 10 latach, co można uznać za inwestycję średnioterminową (McLean, Eldred 2001).

W związku z tym, iż publikacja dotyczy rynku turystycznego, warto przybliżyć problematykę inwestycji właśnie z nim związanych. Inwestycje turystyczne, ze względu na heterogeniczność gospodarki turystycznej oraz kompleksowość popytu turystycznego, charakteryzują się bowiem specyfiką, która wymaga szerszego omówienia.

Charakterystyka inwestycji turystycznych

Heterogeniczność gospodarki turystycznej sprawia, iż działalność inwestycyjna w sferze turystyki jest niezwykle szeroka. Łączy się ona bowiem z tyłoma dziedzinami gospodarki narodowej, że inwestycje z nią związane będą dotyczyły budownictwa, handlu, infrastruktury technicznej, kapitału ludzkiego. Kompleksowość popytu turystycznego sprawia natomiast, że będą one współwystępowały w miejscach recepcji turystycznej. Ważne jest zatem kompleksowe podejście do inwestycji turystycznych i przybliżenie terminów z nimi związanych.

Inwestycje turystyczne w oczywisty sposób dotyczą gospodarki turystycznej. Można je zdefiniować jako ponoszenie wydatków, które mają na celu przyciągnięcie turystów i zaspokojenie ich potrzeb. Jest to zatem pojęcie używane w bardzo szerokim znaczeniu, obejmujące zarówno inwestowanie w nowe obiekty lub modernizacje istniejących, jak i w zasoby ludzkie (Gołembski red. 2002a). Kompleksowość popytu turystycznego sprawia, że w zaspokojenie potrzeb turystów zaangażowanych jest szereg podmiotów, stąd termin inwestycja turystyczna do działalności tych wszystkich podmiotów musi się odnosić. Dotyczyć jednak będzie nie tylko inwestycji przedsiębiorstw, ale także jednostek samorządu terytorialnego i instytucji otoczenia rynkowego, które także mają możliwości w zakresie wspierania projektów inwestycyjnych służących bezpośrednio bądź pośrednio turystyce. Mając na uwadze heterogeniczność gospodarki turystycznej, przy podziale inwestycji turystycznych należy pamiętać o funkcji, jaką w niej pełnią. Możemy więc wyróżnić takie inwestycje, które nierozdzielnie łączą się z funkcją turystyczną danego obszaru oraz które względem turystyki odgrywają niejako rolę pomocniczą. Dlatego, możemy wyróżnić inwestycje *stricte* turystyczne, paraturystyczne oraz inwestycje niematerialne (Gołembski red. 1999). Te trzy rodzaje bywają również nazywane proturystycznymi, bo odnoszą się do tego fragmentu gospodarki narodowej, który bądź to bezpośrednio został przez turystykę wykreowany i jest

przez nią niemal wyłącznie zdeterminowany, bądź koegzystuje z turystyką, spełniając równoległe swą rolę wobec innych grup odbiorców i branż (Gołębski red. 2002b). Inwestycje *stricte* turystyczne definiuje się jako inwestycje dotyczące tych obiektów, dzięki którym zaspokajane są podstawowe potrzeby turysty, to znaczy nocleg, wyżywienie, transport i rozrywka, bądź istnienie których stanowi atrakcję kulturalną. Natomiast, inwestycje paraturystyczne dotyczą obiektów i urządzeń stanowiących istotne uzupełnienie usług turystycznych i tym samym wchodzących w skład produktu turystycznego, który może być też określany jako całość przeżytego przez turystę doświadczenia od chwili opuszczenia miejsca zamieszkania do chwili powrotu (Gołębski red. 2002a). Jak wcześniej wspomniano, definicje te ukazują bardzo szeroki zakres podmiotów zaangażowanych w przedsięwzięcia inwestycyjne związane z turystyką. Można więc powiedzieć, że wyróżniamy inwestycje bezpośrednio związane z turystyką oraz inwestycje pośrednio związane z turystyką.

Inwestycje turystyczne to inwestycje w rozumieniu ogólnym, dlatego oprócz związku z turystyką muszą również wykazywać ogólne cechy inwestycji, jakie im się przypisuje w literaturze. Są to w szczególności:

- rezygnacja z bieżącej korzyści i kumulacja pewnych środków (zamrożenie);
- przeznaczenie tych środków w celu osiągnięcia pewnych korzyści w przyszłości (różnych w zależności od podmiotu inwestującego);
- niepewne osiągnięcie owych założonych korzyści, co jest związane z nieznanością przyszłości (ryzykiem).

Oprócz określonego związku (bezpośredniego lub pośredniego) z turystyką inwestycja turystyczna musi spełniać ponadto trzy wymienione warunki. Wydaje się, że najlepiej ich istotę oddaje definicja, w której inwestycje turystyczne to celowo wydatkowane środki przedsiębiorstw, jednostek administracji terenowej (województw, powiatów, gmin), funduszy lokalnych, krajowych i innych instytucji na powiększenie dochodów podmiotów gospodarczych (firm) i terytorialnych (obszarów) w przyszłości, związane w sposób bezpośredni bądź pośredni z gospodarką turystyczną (Gołębski red. 2002b).

Wynikające z charakteru gospodarki turystycznej definicje inwestycji turystycznych sprawiają, że odnoszą się one do niezwykle szerokiego zakresu rodzajowego. Istotne zatem jest ich uporządkowanie i pogrupowanie. Najważniejsze wydają się dwa kryteria klasyfikacyjne. Pierwsze grupuje inwestycje turystyczne w odniesieniu do siły powiązań z gospodarką turystyczną, co zostało już zasygnalizowane, a teraz wymaga rozwinięcia. A więc, można wyróżnić inwestycje: bezpośrednio związane z turystyką (IBT), pośrednio związane z turystyką (IPT) oraz niematerialne (Gołębski red. 1999). Inwestycje niematerialne w sposób bezpośredni bądź pośredni związane są z szeroko rozumianą gospodarką turystyczną. Według tej klasyfikacji do IBT zalicza się (Gołębski red. 2002a):

- budowę nowych obiektów noclegowych i ich modernizację;
- zakup środków transportowych (samolotów, promów, autobusów), a także budowę niezbędnej infrastruktury do ich wykorzystania (lotnisk, portów, parkingów);
- budowę obiektów stanowiących tzw. infrastrukturę turystyczną (urządzeń sportowych, jak wyciągi, trasy narciarskie, baseny itp.);
- znakowanie szlaków turystycznych;
- odnawianie i odrestaurowywanie dóbr kultury narodowej.

Do IPT możemy natomiast zaliczyć (Gołębski red. 2002a):

- infrastrukturę usługową (sklepy, stacje benzynowe, opiekę medyczną);
- infrastrukturę techniczną (gazociągi, kanalizację, wodociągi, elektryfikację);
- sieć komunikacyjną;
- inwestycje w dziedzinie ochrony środowiska (oczyszczalnie wód, redukcję zanieczyszczeń pyłowych i gazowych, walkę z odpadami itp.);
- inwestycje w dziedzinie gospodarki komunalnej.

Warto zauważyć, iż ten podział odnosi się przede wszystkim do inwestycji o charakterze materialnym, ściśle związanych z elementami produktu turystycznego. W ich powstawanie zaangażowane są różne podmioty funkcjonujące w regionie turystycznym, ale i poza nim. Wydaje się także, że w wypadku inwestycji *stricto* turystycznych największą rolę odgrywa kapitał prywatny, w przeciwieństwie do inwestycji paraturystycznych, które często ze względu na swój społeczny charakter finansowane są ze środków publicznych.

W literaturze stosunkowo najmniej miejsca poświęca się inwestycjom niematerialnym w turystyce. Biorąc pod uwagę dominującą na rynku turystycznym sferę usług, podejście takie nie wydaje się uzasadnione. Wśród inwestycji niematerialnych w sferze turystyki możemy wyróżnić inwestycje w (Gołębski red. 2002b):

- ludzi,
- badania i rozwój,
- kulturę,
- ochronę środowiska.

W wypadku inwestycji w kapitał ludzki niematerialny charakter nie budzi wątpliwości. Są to w szczególności wydatki na różnego rodzaju szkolenia pracowników, podnoszenie jakości pracy, systemy motywacyjne. To szczególnie, trudno mierzalny rodzaj inwestycji, biorąc pod uwagę efekty, jakkolwiek występują opinie, że tego typu przedsięwzięcia są najbardziej rentowne (Bryx, Matkowski 2001) i prowadzą do uzyskania przewagi konkurencyjnej (Listwan red. 2002). Choć trudno w tym wypadku mierzyć rentowność, nie ulega wątpliwości, że od jakości czynnika ludzkiego zależy zdolność do odnoszenia sukcesu na konkuren-

cyjnym rynku turystycznym. Niewielkie więc zainteresowanie tymi aspektami wydaje się niepokojące, choć może wynikać z niedużej skali tego rodzaju inwestycji. W wypadku pozostałych grup inwestycji niematerialnych chodzi przede wszystkim o tego typu działania, jak na przykład utrzymywanie folkloru (inwestycje w kulturę) czy nierzeczowe działania związane z ochroną środowiska naturalnego.

Inwestycje turystyczne klasyfikuje się także na podstawie jednego z podstawowych kryteriów podziału odnoszącego się do inwestycji w ogóle. Dzieli się je więc dalej z punktu widzenia obiektu, na stworzenie którego zostaną przeznaczony nakłady inwestycyjne: rzeczowe, finansowe i niematerialne. Wśród inwestycji turystycznych najważniejszą, a zarazem najliczniejszą grupę stanowią inwestycje rzeczowe tworzące majątek, powiększające zasoby sfery realnej i poszerzającej zaplecze infrastrukturalno-usługowe dla turystyki. Można tu wyróżnić (Kuczyński 2002):

a) podstawowy majątek turystyczny, jak obiekty:

- noclegowe: hotele, motele, pensjonaty, ośrodki wypoczynkowe i sanatoryjno-uzdrowiskowe, schroniska itp.;
- rekreacyjno-sportowe: baseny, pola golfowe, korty tenisowe, boiska do siatkówki, aquaparki, parki rozrywki, wyciągi narciarskie, ośrodki turystyki konnej itp.;
- kulturalno-rozrywkowe: muzea, kina, skanseny, parki technologiczne, muszle koncertowe;
- gastronomiczne: restauracje, kawiarnie, cukiernie, puby, bary itp.;
- urządzenia do biernego i aktywnego wypoczynku: kąpieliska, plaże, stacje wodne, przystanie jachtowe, szlaki rowerowe, piesze itp.;

b) uzupełniający (komplementarny) majątek turystyczny:

- obiekty handlowe: sklepy, markety, centra handlowe itp.;
- inne obiekty usługowe: banki, pocztę, szpitale i ośrodki zdrowia, informację turystyczną, usługi bezpieczeństwa publicznego;

c) infrastrukturę techniczną, tj. wodno-kanalizacyjną, gazową, elektroenergetyczną, utylizacyjno-odpadową, komunikacyjną oraz drogową;

d) infrastrukturę usługowo-produkcyjną, tj. rozlewnie, browary, masarnie, piekarnie oraz warsztaty rękodzielnicze i pamiątkarskie.

Nie aspirując do wyczerpania listy wszystkich możliwych działań inwestycyjnych w turystyce, należy dodać, że wszystkie mogą mieć charakter odtworzeniowy, modernizacyjny i rozwojowy (nowe inwestycje).

Inwestycje turystyczne w procesie kształtowania produktu turystycznego

Wyżej zaprezentowane i wyjaśnione podziały oraz klasyfikacje inwestycji w gospodarce turystycznej ukazują ogromne zróżnicowanie i w zasadzie nieograniczony

wachlarz możliwości inwestycyjnych w tej dziedzinie. Nie oznacza to jednak, że nie można w sposób uporządkowany takiej działalności realizować. Działalność inwestycyjna powinna jednak wynikać z wielu przesłanek, wśród których istotna wydaje się potrzeba tworzenia kompleksowego produktu turystycznego w gminie i regionie. Właśnie od określenia pożądanego kształtu produktu turystycznego w gminie i regionie powinien się rozpocząć etap planowania poziomu inwestycji turystycznych. Nie chodzi na początku o precyzyjne określenie wolumenu inwestycji, ale o wstępne określenie ich struktury, zapewniającej możliwość powstania obiektów i urządzeń turystycznych w sposób kompleksowy zaspokajających potrzeby turysty w regionie. Mając ponadto na uwadze ogromnie szerokie możliwości w zakresie rodzajów inwestycji, niezwykle trudno w sposób precyzyjny, czy nawet racjonalny, działalność inwestycyjną na poziomie regionalnym zaplanować. Biorąc natomiast pod uwagę cechy gospodarki rynkowej, takie kompleksowe plany co najmniej byłyby kontrowersyjne.

Podkreślając znaczenie produktu turystycznego dla programowania działalności inwestycyjnej, warto przybliżyć jego istotę, jako że bywa on różnie interpretowany i rozumiany w literaturze przedmiotu, a przyjęcie założeń aksjologicznych, z ekonomicznego punktu widzenia, stanowi podstawę dalszych rozważań. Pozwoli też uniknąć nieporozumień i dwuznaczności, mogących wynikać z często pojawiających się lektur, które w sposób dosłowny traktują produkt turystyczny, nie odnosząc go ponadto do sfery popytu, a jedynie do sfery podaży, jako efekt sił wytwórczych, co jest zbyt dużym uproszczeniem, często niestety powielanym i wypaczającym proces jego programowania na poziomie mezoekonomicznym.

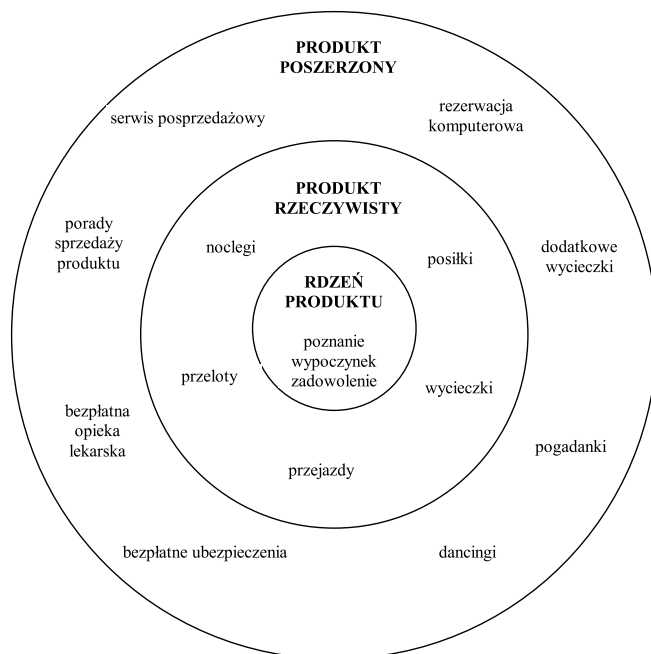
W turystyce rozwój potencjału usługowego jest podstawowym impulsem do przejścia z fazy wprowadzenia produktu na rynek do fazy wzrostu i dojrzałości produktu. Można więc przyjąć, że bez inwestycji w rozwój potencjału usługowego wzrost ruchu turystycznego, nawet wobec niezaprzeczalnych walorów otoczenia, będzie niemożliwy (Gołembski red. 2002a). Trzeba w związku z tym mieć świadomość odnośnie celów inwestowania, które z punktu widzenia definicji inwestycji powstają, aby uzyskać określone korzyści w przyszłości. Dla podmiotu przeznaczającego środki na inwestycje oczywista jest więc chęć maksymalizacji tych korzyści. W regionie turystycznym związane to jest z odpowiednim poziomem ruchu turystycznego. Bez liczby turystów, którzy poprzez swoje wydatki w regionie mogą zapewnić odpowiedni zwrot wyłożonego kapitału, nie może być mowy o satysfakcjonującej efektywności inwestycji. Wydatki turystów w regionie odnoszą się do odpowiedniej kombinacji dóbr i usług, a więc tego, co można zaoferować w celu zaspokojenia potrzeby lub pragnienia (Kotler 2003). Jest to odzwierciedlenie marketingowej koncepcji produktu. Mając na uwadze heterogeniczny charakter gospodarki turystycznej, można sobie wyobrazić spektrum możliwości w zakresie świadczenia turystom różnego rodzaju dóbr i usług. Ta

różnorodność wymaga jednak uporządkowania, stąd dalsze krótkie rozważania na temat produktu oferowanego turystom, zwanego produktem turystycznym.

Produkt turystyczny jest kategorią złożoną, przy czym warto podkreślić, że można mówić o produkcie przedsiębiorstwa i produkcie regionu, który jest rozumiany znacznie szerzej. Ponieważ poszczególne składniki produktu turystycznego spełniają odmienne role, należy je analizować w kategoriach strukturalno-funkcjonalnych. Oznacza to, że kompozycję składników, które zaspokajają różne komplementarne potrzeby turysty, należy odnosić do względnie stałej potrzeby głównej (Altkorn 2002). Znajduje to odzwierciedlenie w strukturze produktu turystycznego, która jest następująca:

- rdzeń produktu,
- produkt rzeczywisty,
- produkt powiększony.

Rdzeń produktu jest bezpośrednio związany z głównym motywem podróży, potrzebą wypoczynku, poprawą stanu zdrowia, produkt rzeczywisty odnosi się do elementów, które umożliwiają wyjazd, natomiast produkt poszerzony zawiera składniki wyróżniające go na rynku (ryc. 2). Przez pojęcie produktu turystycznego można rozumieć dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego (Gołębski red. 2002a).



Ryc. 2. Struktura produktu turystycznego

Źródło: J. Altcorn, *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 102

Ponieważ sam wyjazd turystyczny jest kategorią złożoną, warto określić, jakie składniki mogą wchodzić w skład produktu turystycznego regionu (Middleton 1996):

- atrakcje i środowisko miejsca docelowego;
- infrastruktura miejsca docelowego – elementy w miejscu docelowym lub z nim związane, które umożliwiają turystom pobyt i korzystanie z atrakcji;
- dostępność miejsca docelowego – elementy miejsca docelowego, które wpływają na koszt, szybkość i wygodę dotarcia podróżnego do miejsca docelowego;
- wizerunek i postrzeganie miejsca docelowego jako elementy silnie wpływające na decyzje zakupu;
- cena płacona przez konsumenta jako suma kosztów przejazdu, zakwaterowania i wybranych usług oraz atrakcji, które się tam znajdują.

Istotnym wyróżnikiem produktu turystycznego z jednej strony jest jego usługowy charakter, z drugiej – że ma cechy łączące go z gospodarką turystyczną. Do najważniejszych więc cech produktu turystycznego możemy zaliczyć (Gołemb-ski red. 2002a):

- niematerialny charakter – produkt turystyczny często związany jest właśnie z usługami, a także dobrami turystycznymi o charakterze niematerialnym, jak np. cisza, czyste środowisko, stąd trudno sprawdzić jego jakość przed aktem konsumpcji;
- brak możliwości magazynowania, co oznacza, że niewykorzystane zasoby (np. miejsca noclegowe itp.) stanowią stratę niemożliwą do odrobienia;
- niemożliwość standaryzacji – kolejna cecha wynikająca z właściwości usług, a ściśle związana z niepowtarzalnym charakterem obsługi turysty;
- sezonowość – cecha wynikająca z właściwości gospodarki turystycznej, która charakteryzuje się właśnie sezonowością ruchu turystycznego;
- komplementarność – cecha mająca swoje źródło w charakterze popytu turystycznego, zawsze przejawiająca zainteresowanie różnymi dobrami i usługami, które wzajemnie się uzupełniają.

Z istoty i cech produktu turystycznego, będącego swoistą wiązką korzyści (Rogozński 1998), wynika zróżnicowanie obiektów i urządzeń turystycznych w regionie, które muszą powstać, by ów komplementarny popyt turystyczny zaspokoić. Powstawanie tych urządzeń ściśle związane jest z procesem inwestowania, o czym już wcześniej wspomniano. Możliwości kształtowania produktu turystycznego w regionie są jednak ograniczone. Z jednej strony przestrzennie, co wynika z chłonności i pojemności regionu turystycznego, z drugiej strony kapitałowo, jako że koszt pozyskania kapitału nie pozwala na dowolność w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Inwestorzy będą również zwracali uwagę na

uwarunkowania rozwoju inwestycji turystycznych w regionie, w którym zamierzają inwestować. W zależności więc od uwarunkowań rozwoju inwestycji turystycznych dokonywane będą przedsięwzięcia rozwojowe podnoszące zdolność usługową regionu i wzbogacające możliwości kształtowania produktu turystycznego. Ze względu na interdyscyplinarny charakter turystyki, w świadczenie usług zaangażowany jest sektor publiczny, prywatny oraz organizacje otoczenia rynkowego. Każdy z nich zawiera podmioty bezpośrednio obsługujące turystów oraz uczestniczące w obsłudze w sposób pośredni (Gałęcki, Gołembski 1980). Biorąc pod uwagę kompleksowy charakter popytu turystycznego, bardzo istotna wydaje się jeszcze jedna kwestia. W procesie tworzenia produktu turystycznego ważny jest nie tylko poziom inwestycji turystycznych, ale także ich odpowiednia struktura. Kompleksowy popyt może bowiem zostać zaspokojony, jeżeli odpowiada mu komplementarna podaż. Niestety, nie wszystkie przedsięwzięcia inwestycyjne charakteryzują się jednakową rentownością. Z pewnością więc podmioty zainteresowane inwestowaniem w turystykę wybiorą te o najwyższej rentowności. Stąd bardzo istotna, wspomagająca rola samorządów terytorialnych (Gołembski 1999) i instytucji otoczenia rynkowego, które mogą pomóc w powstawaniu obiektów ważnych dla tworzenia produktu turystycznego w regionie, a nie zawsze spełniających kryterium wysokiej rentowności. Rola ta wynika z opisanych już wcześniej celów inwestowania tych podmiotów i ich specyfiki działania. Z działalnością inwestycyjną sektora publicznego wiążą się jednak pewne niebezpieczeństwa, o których warto wspomnieć. Otóż, cechuje się ona niższą efektywnością, wydłużaniem całego procesu oraz niebezpieczeństwem tak zwanego wymywania inwestycji prywatnych (Stern red. 2003). Wiele zależy, czy będą to przedsięwzięcia konkurencyjne dla sektora prywatnego czy uzupełniające, wręcz wspomagające rozwój tego drugiego. W wypadku inwestycji turystycznych finansowanych przez samorządy terytorialne na uwagę zasługują następujące pozytywne aspekty (Dziemianowicz, Mackiewicz, Malinowska, Misiąg, Tomalak 2001):

- inwestycje infrastrukturalne przyczyniające się do polepszenia warunków życia (np. kanalizacja) oraz polepszenia warunków prowadzenia działalności gospodarczej (np. obwodnica miasta). Z punktu widzenia potencjalnego inwestora najważniejsze jest nie to, jaki odsetek ludności korzysta z kanalizacji, lecz odpowiedź na pytanie: czy inwestor będzie miał dostęp do oczyszczalni ścieków, czy parametry sieci energetycznej pozwalają uruchomić produkcję zgodnie z oczekiwaniami, czy bez problemu uzyska numery w centrali telefonicznej;
- inwestycje w gminie mogące również wpływać na rynek pracy, nie tylko w firmach bezpośrednio związanych z daną inwestycją, ale również w firmach kooperujących i w instytucjach otoczenia biznesu;

- istotne również planowanie inwestycji w okresie średniookresowym. Jest ono ważne nie tylko z punktu widzenia inwestorów (wiedzą, jakich zmian mogą oczekiwać w najbliższym otoczeniu), ale przede wszystkim ze względu na konieczność zabezpieczenia środków na planowane inwestycje (kredyty, obligacje, pomoc zagraniczna);
- inwestycje (i inne działania pobudzające rozwój przedsiębiorczości) mogą odbywać się wspólnie z lokalnymi przedsiębiorcami, co nie tylko skutkuje materialnymi efektami, ale również tworzy korzystny klimat dla przedsiębiorczości;
- inwestycje możliwe do realizacji wspólnie z innymi gminami;
- wysoka dynamika inwestycji wykorzystywana przez wiele samorządów jako informacja promocyjna.

Ważną, także z punktu widzenia inwestycji, cechą podaży turystycznej jest wysoka kapitałochłonność, co oznacza, iż na budowę odpowiedniego zaplecza turystycznego wymagane są duże nakłady kapitałowe, co wiąże się z dużym ryzykiem i wysokim udziałem kosztów stałych. Można więc powiedzieć o sztywności podaży turystycznej. Oznacza to, że w krótkim czasie nie może się ona dostosować do szybko wzrastającego popytu. Procesy dostosowawcze mogą nastąpić tylko w ramach istniejącego potencjału produkcyjnego przez jego, na przykład, lepsze wykorzystanie. Rodzi to kolejną ważną refleksję na temat inwestycji turystycznych i ich roli w kształtowaniu produktu turystycznego. Rozwój turystyki, a tym samym stymulowanie przedsięwzięć inwestycyjnych w regionie musi być bardzo dokładnie zaplanowane. Zaplanowane przez wszystkie podmioty uczestniczące w obsłudze ruchu turystycznego i zainteresowane rozwojem turystyki. Oznacza to konieczność wspólnych działań w zakresie inwestycji turystycznych samorządów terytorialnych, przedsiębiorstw turystycznych i instytucji otoczenia rynkowego. Każda z nich ma w procesie inwestycyjnym bardzo ważną rolę do spełnienia. Można powiedzieć, że wymienione podmioty uzupełniają się w tworzeniu możliwości rozwoju produktu turystycznego w regionie turystycznym. W jaki zatem sposób to swoiste uzupełnienie ma doprowadzić do wykreowania produktu kompleksowego, o wysokiej jakości, spełniającego oczekiwania turysty? Dochodzimy tu do problemu zarządzania produktem turystycznym w regionie, które powinno doprowadzić do omawianego stanu pożądanego. Problem ten został jednak szerzej opisany w oddzielnym rozdziale.

Ponieważ wspomniano już o istocie uwarunkowań rozwoju inwestycji turystycznych, warto w tym miejscu, choć krótko, je przedstawić, jako że po pierwsze – one w dużej mierze warunkują aktywność inwestycyjną w gminie czy regionie, po drugie zaś – istnieje konieczność ich analizy z punktu widzenia oceny efektywności inwestycji, w szczególności dla podmiotów prywatnych. Trzeba bowiem pamiętać, że na podejmowanie decyzji inwestycyjnych w przedsiębiorstwach turystycznych wpływa bardzo wiele czynników, jak chociażby konieczność dopasowania podaży do przejawianego

popytu w miejscu recepcji turystycznej, dotychczasowy rozwój gospodarczy i turystyczny obszarów, jak również ekonomiczna efektywność inwestycji turystycznych.

W literaturze fachowej kryteria lokalizacji inwestycji można podzielić na te o charakterze ogólnym, jak i te o charakterze szczegółowym (Gołembski red. 2002b). Ich analiza jest zazwyczaj poparta oceną pewnych ogólnych warunków, które niekorzystnie wpływają na procesy inwestycyjne, a o których nie sposób zapomnieć omawiając problematykę inwestycyjną. Będą to przede wszystkim (Nawrot 2004):

- polityka podatkowa: centralna i lokalna;
- możliwości dostępu do źródeł finansowania;
- ogólna sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych;
- wspieranie rozwoju turystyki przez samorząd terytorialny.

Uwzględniając pewne uwarunkowania o charakterze szczegółowym, będą to przede wszystkim:

- lokalna polityka przestrzenna;
- współpraca podmiotów w regionie na rzecz rozwoju inwestycji;
- kondycja przedsiębiorstw turystycznych w badanych regionach;
- popyt w badanych regionach.

Wyczerpanie listy wszystkich czynników warunkujących możliwości rozwoju inwestycji turystycznych w tym miejscu nie wydaje się uzasadnione. Jednakże, na poziomie mikroekonomicznej analizy w przedsiębiorstwie precyzja i szczegółowość wydają się niezbędne, co sprawia, że dla każdego przedsięwzięcia inwestycyjnego powinny one być indywidualnie i szczegółowo przeanalizowane.

Dlatego, planując działalność inwestycyjną na poziomie gminy czy regionu, niezbędna jest analiza i zwrócenie uwagi na takie elementy jak:

- szeroko rozumiana, rzetelna i kompleksowa ocena walorów naturalnych, przyrodniczych i antropogenicznych gminy lub regionu;
- uwarunkowania rozwoju inwestycji turystycznych w gminie i regionie, zarówno te o charakterze ogólnym jak i szczegółowym, oraz niwelowanie barier najbardziej uciążliwych, co powinno być poprzedzone badaniami podaży turystycznej w regionie – ocena zasobów infrastrukturalnych i społeczno-ekonomicznych;
- szczegółowa analiza popytu turystycznego przeprowadzana w sposób regularny i metodyczny, pozwalająca na rozpoznanie potrzeb, ocenę stanu istniejącego oraz prawidłowe programowanie produktu turystycznego – planowane działania na szczeblu regionalnym w celu jego zwiększenia;
- współpraca podmiotów w regionie na rzecz rozwoju turystyki;
- kompleksowy produkt turystyczny regionu, którego zręby założenia powinny znaleźć się w dokumentach planistycznych, jak strategię rozwoju gminy, czy rozwoju turystyki dla gminy czy regionu, który stanowi podstawę do określenia potrzeb inwestycyjnych na badanym obszarze;

- ekonomiczna opłacalność dla inwestycji prywatnych, bez której nie jest możliwe stworzenie trzonu gospodarki turystycznej w gminie czy regionie, który stanowią prywatni usługodawcy.

Wyczerpujące omówienie tego tematu wykroczyłoby znacznie poza ramy niniejszego opracowania, jako że złożoność problematyki jest ogromna. Mając świadomość pominięcia wielu aspektów, można jedynie zasugerować skorzystanie z publikacji omawiających w sposób szczegółowy te zagadnienia. Konsekwencja przyjęta na wstępie rozdziału wymaga zatem przejścia do ostatniego wątku poświęconego ocenie opłacalności inwestycji turystycznych.

Ocena opłacalności inwestycji w turystyce

Planując działalność inwestycyjną, inwestor zadaje sobie dwa pytania: czy inwestować, na które musi uzyskać odpowiedź, oraz jak inwestować? Chodzi więc o ocenę: czy planowana inwestycja jest opłacalna i przyniesie określone korzyści, jak też o możliwości porównania kilku wariantów i wyboru tego najlepszego, najbardziej korzystnego. Odpowiedzi na te pytania można uzyskać właśnie za pomocą oceny opłacalności inwestycji. Składa się ona z części rachunkowej (rachunek efektywności inwestycji), uwzględniającej mierzalne efekty nakładów inwestycyjnych, oraz z części opisowej, obejmującej te efekty, które nie poddają się kwantyfikacji w sposób prosty. W dużym uproszczeniu można powiedzieć, że dokonując oceny efektywności inwestycji, porównuje się efekty uzyskiwane w wyniku realizacji danej inwestycji z nakładami poniesionymi na jej realizację. Dla rzetelnej oceny ważne jest, aby rachunkiem objęte były wyłącznie te efekty, które wynikają z poniesionych nakładów i tylko te nakłady, które są niezbędne do osiągnięcia zaplanowanych efektów. Trzeba dodać, że w rachunku efektywności inwestycji możemy wyróżnić trzy podstawowe kategorie, będące elementem pomiarów, analiz i szacunków: nakłady inwestycyjne, koszty operacyjne (związane z bieżącą działalnością) oraz przychody ze sprzedaży produkcji i usług (efekty). Do oceny opłacalności inwestycji wykorzystuje się dostępne metody i techniki, które przy uwzględnieniu wyżej wymienionych kategorii pozwalają na podjęcie decyzji o racjonalności działalności inwestycyjnej w badany projekt.

A zatem, w dalszej części dokonana zostanie krótka charakterystyka metod opłacalności inwestycji wykorzystywanych we współczesnych przedsiębiorstwach, nie tylko turystycznych. W literaturze przedmiotu są one podzielone na tak zwane metody proste i złożone lub według innego nazewnictwa – na metody statyczne i dynamiczne. Do metod statycznych możemy zaliczyć: porównanie kosztów, porównanie zysków, rachunek rentowności czy prosty okres zwro-

tu. Za stosowaniem tych metod przemawia prostota, komunikatywność i co się z tym wiąże – przystępność dla szerszego grona. Jednakże, trzeba mieć pełną świadomość ich ułomności i niebezpieczeństwa wynikającego z ich stosowania. W szczególności chodzi o skutki nie w pełni poprawnych decyzji inwestycyjnych, które można przyjąć na ich podstawie (Gawron 1997). Należy bowiem mieć na uwadze, że metody statyczne nie uwzględniają jednej niezmiernie istotnej prawidłowości w rzeczywistości gospodarczej – zmiany wartości pieniądza w czasie. Jest to zasadnicza różnica w stosunku do metod dynamicznych, które ten element uwzględniają. Stąd, w dalszej części rozważania będą poświęcone tylko metodom dynamicznym, uznanym nie tylko jako doskonalsze, ale proponowane do stosowania w ocenie efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych (Rogowski 2006, Gawron 1997). Metody proste zaleca się stosować tylko we wstępnych fazach oceny projektów i tylko jako narzędzia pomocnicze, które powinny zostać uzupełnione o metody dynamiczne. Dlatego, celowo zostały w tym miejscu pominięte i szerzej niewyjaśnione.

Wspólną cechą metod dynamicznych jest uwzględnianie zmiennej wartości pieniądza, w zależności od rozłożenia w czasie strumieni pieniężnych związanych z badaną inwestycją. Efekt ten uzyskiwany jest przy wykorzystaniu techniki dyskonta, które porównuje strumienie wpływów i wydatków realizowanych w różnych okresach, wyrażając je w wartości bieżącej (czyli zaktualizowanej na moment przeprowadzania oceny). Wykorzystanie metod dyskontowych pozwala na uwzględnienie w rachunku opłacalności projektu całego okresu jego funkcjonowania: zarówno czasu jego realizacji, jak i czasu eksploatacji przedsięwzięcia. Zwiększa to precyzję oceny rentowności projektów, ale jednocześnie wymusza oszacowanie wpływów i wydatków w całym okresie objętym rachunkiem. Szacunek ten wydłużając się w miarę horyzontu czasowego, staje się coraz bardziej skomplikowany ze względu na trudności związane z przewidywaniem sytuacji rynkowej w przyszłości, co związane jest z nieodłącznym elementem ryzyka w działalności inwestycyjnej. Istotnym elementem dynamicznych metod oceny opłacalności inwestycji są przepływy pieniężne. To właśnie na ich podstawie, a nie na przykład zysku netto, dokonuje się obliczeń. O ile sposób szacowania przepływów pieniężnych przedsiębiorstwa jest powszechnie dostępny w załączniku do Ustawy z 29 września 1994 roku o rachunkowości (DzU 1994, nr 121, poz. 591), to już określenie przepływów tak zwanych inwestycyjnych wymaga szczegółowej wiedzy z dziedziny finansów. Należy zaznaczyć, iż najważniejsze znaczenie dla każdej analizy inwestycji ma analiza istotnych przepływów pieniężnych. Przepływami pieniężnymi projektu jest pewna nadwyżka pieniężna, którą przedsiębiorstwo turystyczne chce uzyskać w wyniku jego akceptacji (Brigham, Houston 2005). Ich szacowanie dla potrzeb oceny efektywności inwestycji nastęrcza jednak wielu trudności, dlatego należy pamiętać, że (Szyszko, Szczepański red. 2003):

- analizując przepływy pieniężne należy wyraźnie wyróżnić działalność operacyjną, inwestycyjną, finansową oraz inne przepływy. Działalność operacyjna obejmuje głównie przychody i koszty wynikające z realizacji projektu (przychody ze sprzedaży oraz koszty rodzajowe). Działalność inwestycyjna obejmuje nakłady poniesione w celu uruchomienia inwestycji oraz wartość likwidacyjną środków trwałych i obrotowych. Z kolei, działalność finansowa obejmuje przepływy pieniężne związane z przepływem kapitału niezbędnego do sfinansowania projektu, a więc w tym miejscu trzeba mieć na uwadze spłatę rat kapitałowych i odsetek od zaciągniętego kredytu. Do innych przepływów zalicza się koszty utraconych możliwości, a więc dochód możliwy do osiągnięcia z aktywów przedsiębiorstwa, gdyby nie były one zainwestowane w dany projekt;
- łączne przepływy oblicza się jako sumę przepływów operacyjnych, inwestycyjnych i innych przepływów, pomijając przepływy finansowe. Zatem, w strumieniach pieniężnych nie uwzględnia się kredytów (ich strata jest rejestrowana jako strumień wypływający z przedsiębiorstwa w momencie dokonywania nakładów) oraz odsetek od kredytów (są one uwzględniane pośrednio w stopie dyskontowej).

Trzeba ponadto pamiętać, że specyficzną pozycją w rachunku przepływów jest amortyzacja, zaliczana w ciężar kosztów (zmniejsza zatem wymiar podatku), ale niestanowiąca wydatku. Dlatego, obliczając przepływy pieniężne należy dodać amortyzację do zysku netto, gdyż już wcześniej jako koszt rodzajowy została odjęta, zmniejszając podstawę opodatkowania. Trzeba uzupełnić, iż całkowity koszt nabycia środków trwałych obejmuje wszelkie koszty transportu oraz inne koszty związane z przystosowaniem go do używania. Dlatego, szacując nakłady inwestycyjne, należy mieć to na uwadze. Także przy ustalaniu amortyzacji wartością początkową, od której dokonuje się odpisów amortyzacyjnych, jest suma tych wydatków, a nie tylko cena nabycia środka trwałego (Brigham, Houston 2005). Szacując przepływy pieniężne związane z inwestycją, trzeba, w miarę możliwości, dążyć do uwzględnienia wszystkich strumieni związanych z realizacją danego projektu, odnoszących się zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio do realizacji danej inwestycji.

Ważnym składnikiem dynamicznych metod oceny efektywności inwestycji jest wysokość stopy dyskontowej, wykorzystywanej do aktualizacji przyszłych przepływów pieniężnych. W literaturze przedmiotu bywa ona różnie definiowana, niemniej można przyjąć, że jest to (Pluta 2004):

- minimalna stopa zwrotu z projektu, wymagana przez inwestora, która musi być zrealizowana, by w wyniku realizacji projektu wartość rynkowa przedsiębiorstwa nie spadła;
- stopa zwrotu, jaką można uzyskać na rynku, inwestując w inne projekty

o poziomie ryzyka zbliżonym do ryzyka badanego projektu (inaczej tzw. alternatywna stopa zwrotu);

- średnio ważony koszt kapitału przedsiębiorstwa (WACC), skorygowany o premię za ryzyko projektu.

Wśród metod dynamicznych najczęściej wykorzystywane bywają metody zaktualizowanej nadwyżki netto, wewnętrznej stopy zwrotu i dynamiczny okres zwrotu. Zaktualizowaną nadwyżkę netto – *NPV* (*net present value*) określa się jako sumę zdyskontowanych oddzielnie dla każdego roku przepływów pieniężnych netto (*NCF*), zrealizowanych w całym okresie objętym rachunkiem, przy stałym poziomie stopy procentowej (dyskontowej). Wartość ta wyraża więc, zaktualizowaną na moment dokonywania oceny, wielkość korzyści, jakie rozpatrywane przedsięwzięcie rozwojowe może przynieść firmie, co daje się przedstawić za pomocą równania:

$$NPV = NCF_0 \cdot \frac{1}{(1+i)^0} + NCF_1 \cdot \frac{1}{(1+i)^1} + NCF_2 \cdot \frac{1}{(1+i)^2} + \dots + NCF_n \cdot \frac{1}{(1+i)^n},$$

co można zapisać:

$$NPV = \sum_{t=0}^n NCF_t \cdot \frac{1}{(1+i)^t},$$

gdzie: *NPV* – wartość zaktualizowana netto, *NCF_t* – przepływy pieniężne netto w kolejnych latach okresu obliczeniowego, $\frac{1}{(1+i)^t}$ – współczynnik dyskontowy dla kolejnych lat okresu obliczeniowego (właściwy dla przyjętego poziomu stopy procentowej), *t* = 1, 2, 3, ... , *n* – kolejny rok okresu obliczeniowego.

Za opłacalne przyjmuje się przedsięwzięcie inwestycyjne, kiedy wartość *NPV* jest większa lub równa zero. Oznacza to, że zaktualizowane na dzień dokonywania oceny korzyści generowane przez inwestycję są równe lub większe od zaktualizowanych nakładów inwestycyjnych koniecznych do jej realizacji.

Kolejną metodą dynamiczną jest wewnętrzna stopa zwrotu, nazywana w skrócie *IRR* (*internal rate of return*), czyli stopa procentowa, przy której obecna (zaktualizowana) wartość strumieni wydatków pieniężnych jest równa obecnej wartości strumieni wpływów pieniężnych. Jest to więc taka stopa procentowa, przy której wartość zaktualizowana netto ocenianego przedsięwzięcia rozwojowego jest równa zero (*NPV* = 0). *IRR* można wyliczyć za pomocą wzoru:

$$IRR = i_1 + \frac{PV \cdot (i_2 - i_1)}{PV + |NV|},$$

gdzie: IRR – wewnętrzna stopa zwrotu, i_1 – poziom stopy procentowej, przy którym $NPV > 0$, i_2 – poziom stopy procentowej, przy którym $NPV < 0$, PV – poziom NPV obliczonej na podstawie i_1 , NV – poziom NPV obliczonej na podstawie i_2 .

Obliczeń wewnętrznej stopy zwrotu dokonuje się jednak zazwyczaj z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych, które zawierają w sobie specjalne funkcje finansowe. Warunkiem akceptacji projektu jest wartość wewnętrznej stopy zwrotu wyższa lub równa stopie dyskontowej przyjętej do rachunku. Jeśli wartość IRR jest niższa od stopy dyskontowej, oznacza to, że inwestycja nie spełnia minimalnych warunków odnośnie oczekiwanej przez inwestora stopy zwrotu z kapitału i nie powinna być realizowana.

W praktyce inwestorzy są często zainteresowani informacją o czasie, w którym korzyści z inwestycji przewyższą poniesione nakłady, stąd wcześniej eksponowany podział na inwestycje krótko, średnio i długoterminowe. Wykorzystuje się wtedy metodę okresu zwrotu w ujęciu dynamicznym. Okres zwrotu nakładów kapitałowych jest to czas (mierzony w latach), w którym poniesione nakłady inwestycyjne (zaktualizowane) zrównają się z przepływami pieniężnymi (zaktualizowanymi) generowanymi przez inwestycję. Z punktu widzenia inwestora, im krótszy okres zwrotu inwestycji, tym przedsięwzięcie jest bardziej opłacalne.

Podsumowując niniejsze krótkie rozważania teoretyczne, które w szerszym aspekcie opisywane są w wielu opracowaniach poświęconych rachunkowi opłacalności inwestycji, warto wskazać na kilka istotnych kwestii. Metody dynamiczne opierają się na przepływach pieniężnych, a nie na wielkościach księgowych, na przykład zysku netto, gdyż to właśnie przepływy ukazują zdolność podmiotu do generowania gotówki. Dlatego, podstawą rachunku jest poprawne wygenerowanie strumieni pieniężnych, które przyniesie inwestycja. Kolejnym ważnym elementem jest umiejętne oszacowanie wartości bieżącej przyszłych korzyści, co wymaga poprawności przy wyznaczeniu stopy dyskontowej, to jest znajomości branży i ryzyka rynkowego oraz określania kosztu kapitału obcego i własnego. Wszelkie wyliczenia efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych powinny ponadto wynikać z obszernie przeanalizowanej części opisowej rachunku dotyczącej koncepcji technicznej, organizacyjnej i planu marketingowego. Sama analiza *ex ante* działalności operacyjnej i na końcu ocena efektywności inwestycji za pomocą metod dynamicznych musi być bowiem oparta na jak najbardziej dokładnej prognozie wielkości nakładów, przychodów i kosztów związanych z inwestycją. Taka analiza dotyczy ponadto wybranego projektu inwestycyjnego i odnosi się do konkretnych warunków biznesu. To znaczy, że przeprowadzenie identycznych obliczeń czy przyjęcie identycznych założeń do innego projektu mogłoby wypaczyć wyniki i prowadzić do podejmowania błędnych decyzji inwestycyjnych. Warto też pamiętać, że istnieją jeszcze inne dostępne metody oceny opłacalności in-

westycji, jednak ich wyczerpujący opis znacznie przekroczyłby ramy tej publikacji. Na zakończenie warto podkreślić, że stosowanie przez przedsiębiorstwa turystyczne dynamicznych metod oceny opłacalności inwestycji ma wiele zalet, które mogą przyczynić się do optymalnej alokacji kapitału w działalności turystycznej, wśród których można wymienić (Nawrot, Zmysłony 2007):

- korzyści w postaci wyliczenia rzeczywistych i zaktualizowanych na moment dokonywania oceny efektów płynących z inwestycji;
- znacznie większą racjonalność podejmowanych decyzji i minimalizacji ryzyka;
- jeszcze bardziej efektywne wykorzystanie zasobów finansowych i rzeczowych w przedsiębiorstwach turystycznych;
- poczucie zwiększonej satysfakcji z prowadzenia działalności gospodarczej;
- zwiększenie jakości oferowanych usług w wyniku poprawy efektywności organizacyjnej i planowego wykorzystania środków finansowych;
- możliwości dalszego rozwoju działalności, a w szczególności podniesienie potencjału usługowego i zwiększenie skali przedsiębiorstwa;
- zyskanie zaufania instytucji finansowych i kredytowych oraz osiągnięcie bardziej korzystnych warunków kredytowych w wyniku przejrzystego i zgodnego z ich oczekiwaniami przedstawienia symulacji działalności inwestycyjnej;
- przestawienie się na sposób myślenia w kategoriach kosztu alternatywnego, co jest ważnym elementem rachunku ekonomicznego, charakterystycznym dla rozwiniętych i dojrzałych form działalności gospodarczej.

Literatura

- Altkorn J., 2002, *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Brigham E.F., Houston J.F., 2005, *Podstawy zarządzania finansami – tom II*, Wydawnictwo PWE, Warszawa
- Bryx M., Matkowski R., 2001, *Inwestycje w nieruchomości*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa
- Dębniewska M., Tkaczuk M., 1999, *Finanse w obrocie nieruchomościami*, Zachodnie Centrum Organizacji, Olsztyn – Zielona Góra
- Dziemianowicz W., Mackiewicz M., Malinowska E., Misiąg W., Tomalak M., 2001, *Wspieranie przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa
- Galecki R., Gołębski G., 1980, *Ekonomika turystyki*, Skrypty Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 282, Poznań
- Gawron H., 1997, *Ocena efektywności inwestycji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Global Economic Prospects and the Developing Countries. Investing to Unlock Global Opportunities*, 2003, prepared under the general guidance of Nicholas Stern, The International Bank for Reconstruction and Development, World Bank

- Gołembski G., 1999a, *Kształtowanie instrumentów ekonomiczno-finansowych w turystyce*, w: *Rzeczywistość usług turystycznych w prognozie XXI wieku*, red. G. Gołembski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Gołembski G. red., 1999b, *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Poznań
- Gołembski G. red., 2002a, *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa – Poznań
- Gołembski G. red., 2002b, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Jajuga K., Jajuga T., 2002, *Inwestycje, instrumenty finansowe, ryzyko finansowe, inżynieria finansowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 7 za: Hirschleifer J., 1965, *Investment decision under uncertainty – choice theoretic approaches*, *The Quarterly Journal of Economics*, 74, 509-536
- Jog V., Suszyński C., 1993, *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Centrum Informacji Menadżera, Warszawa
- Kotler P., 2003, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Northwestern University, Wydawnictwo FELBERG SJA, Warszawa
- Kuczyński J., 2002, *Prawne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju inwestycji turystycznych na szczeblu kraju i regionów*, w: *Możliwości wykorzystania turystyki jako stymulatora rozwoju kraju i regionów*, Międzynarodowy Salon Turystyczny TOUR SALON 2002, Poznań 2002
- Listwan T. red., 2002, *Zarządzanie kadrami*, Wydawnictwo C.H. Beck
- McLean A., Eldred G.W., 2001, *Investing in real estate – third edition*, John Wiley & Sons, New York
- Middleton V.T.C., 1996, *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo PAPT, Warszawa
- Nawrot Ł., 2004, *Uwarunkowania rozwoju inwestycji turystycznych w gminie*, w: *Turystyka w ujęciu globalnym i lokalnym*, red. G. Gołembski, 53, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Nawrot Ł., Zmysłony P., 2004, *Inwestor czy synergetyk: Rola samorządu terytorialnego w rozwoju turystyki*, w: *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałęcki, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Pedagogiczna w Łowiczu, Łowicz
- Nawrot Ł., Zmysłony P., 2007, *Stosowanie metod oceny efektywności inwestycji w gospodarstwach agroturystycznych: praktyka i potrzeby edukacyjne*, w: *Turystyka wiejska a edukacja – różne poziomy, różne wymiary*, Wydawnictwo Akademii Rolniczej w Poznaniu, Poznań
- Pluta W. red., 2004, *Finanse małych i średnich przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- Richert M., 2002, *Ochrona środowiska w działalności inwestycyjnej i gospodarczej. Wymagania, procedury, wdrażanie*, Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk
- Rogowski W., 2006, *Rachunek efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków
- Rogoziński K., 1998, *Nowy marketing usług*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Szoego H.M., 2001, *Ocena ekonomicznej efektywności oczyszczalni ścieków komunalnych. Rachunek społeczny i rachunek przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa
- Szysko L., Szczepański J. red., 2003, *Finanse przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- Tribe J., 1998, *The economics of leisure and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford
- Walica H., 1998, *Dywagacje na temat definicji inwestowania*, w: *Problemy inwestowania i rynku nieruchomości*, red. R. Borowiecki – księga pamiątkowa dla uczczenia 70. urodzin Prof. Leszka Kalkowskiego, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków

Turystyka zrównowazona

Alina Zajadacz

Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki

Idea zrównoważonego rozwoju powstała na gruncie krytycznej analizy globalnych skutków rozwoju cywilizacji, a w szczególności konsekwencji i nierównomiernego (w ujęciu globalnym i regionalnym) wzrostu gospodarczego. Za jej prekursora uznaje się Simona Kuzneta – laureata Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii w 1971 roku, pioniera tak zwanego rachunku sozoeconomicznego, który już w latach 50. XX wieku wskazywał na wielowymiarowy charakter skutków działalności człowieka. Powstanie w literaturze światowej nowego pojęcia *sustainable development*, tłumaczonego w języku polskim pierwotnie jako ekorozwój, natomiast współcześnie jako rozwój zrównoważony, jest wynikiem wielu debat naukowych oraz raportów Klubu Rzymskiego. Do kluczowych wydarzeń i dokumentów kształtujących koncepcję rozwoju zrównoważonego należały:

- Raport Klubu Rzymskiego – Studia Meadowsa i współautorów na temat „Granic wzrostu” (1972);
- Protokół Montrealski (1986);
- Raport Brundtland *Our Common Future* (Nasza Wspólna Przyszłość) – 1987;
- międzynarodowa konferencja w Rio de Janeiro, zwana Szczytem Ziemi (1992), i przyjęte w jej ramach dokumenty: Deklaracja z Rio, nazywana Kartą Praw i Obowiązków wobec środowiska lub Kartą Ziemi, precyzująca 27 zasad trwałego rozwoju;
- Globalny Program Działania „Agenda 21”;
- Światowy Szczyt Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu (2002).

Pod pojęciem rozwoju rozumie się najczęściej sekwencję logicznie następujących po sobie zmian bytów czy struktur prowadzących do osiągnięcia przez nie nowego stanu jakościowego i/lub ilościowego. Jeśli obiektem rozwoju jest gospodarka, w definicjach rozwoju mówi się najczęściej wówczas o wpływie sił wytwórczych pociągających za sobą zmiany w stosunkach i sposobie produkcji.

Rozwój gospodarczy¹ przez dziesięciolecia mierzony był wskaźnikami ilościowymi wzrostu produkcji wytworzonej, a w miarę rozwoju mierników ekonomicznych, choć znacznie później, również wzrostu ilościowego konsumpcji (a więc produkcji sprzedanej). Wskaźniki te obliczono na podstawie takich zmiennych gospodarczych, jak dochód narodowy, produkt narodowy brutto i tym podobne.

W miarę zmian politycznych i społecznych, rozwoju świadomości społecznej, wreszcie procesu globalizacji, rozwój gospodarczy zaczął być wiązany z rozwojem społecznym. Ciągłe jednak w kategoriach tradycyjnego rozwoju gospodarczego społeczeństwo traktowane jest instrumentalnie, jako siła robocza (zatrudnienie) lub siła nabywcza (konsument masowy podatny na manipulację, lecz kształtujący popyt), rzadziej jednak jako decydent lub współdecydent w sprawach wielkości i kierunku rozwoju.

Konkurencja na rynku wymusiła znaczący postęp naukowy i techniczny, wyrażający się we wzroście efektywności wykorzystania siły roboczej i surowców, w tym energii i jej nośników. Dało to w oczywisty sposób, choć raczej przy okazji, pozytywny efekt dla środowiska, w postaci mniejszego zużycia zasobów naturalnych i zmniejszenia emisji zanieczyszczeń na jednostkę produkcji.

Postęp techniczny, bez świadomości zagrożeń dla środowiska przyrodniczego i zdrowia, musiał jednak zaowocować wzrostem tych zagrożeń poprzez wprowadzanie nowych substancji chemicznych, nierozkładalnych w naturalny sposób, niebezpiecznych dla zdrowia i dla środowiska przyrodniczego, wprowadzanie nowych, genetycznie zmodyfikowanych organizmów oraz poprzez gwałtowny, nieskoordynowany ze środowiskiem rozwój infrastruktury i osadnictwa.

Dopiero w latach 70. XX wieku dostrzeżono i zdefiniowano związki pomiędzy rozwojem gospodarczym, rozwojem stosunków społecznych a środowiskiem i zasobami naturalnymi, czego wyrazem była Deklaracja Konferencji Narodów Zjednoczonych w sprawie Środowiska Człowieka, przyjęta w Sztokholmie 16 czerwca 1972 roku, w wyniku której podjęto prace nad zdefiniowaniem rozwoju zrównoważonego (z ang. *Sustainable Development*) w kontekście politycznym, ekologicznym, ekonomicznym i społecznym.

Powołana w roku 1983, pod egidą Organizacji Narodów Zjednoczonych Światowa Komisja Środowiska i Rozwoju, pod przewodnictwem Gro Harlem Brundtland, premiera Norwegii, w Raporcie „Nasza wspólna przyszłość” wyznaczyła środowisku funkcję jednej z trzech podstaw dalszego rozwoju cywilizacyjnego świata, obok gospodarki i spraw socjalnych. Raport Brundtland wyznaczył kierunki tego rozwoju, zwanego rozwojem zrównoważonym, przyjęte później, w czerwcu 1992 roku, przez rządy jako zasady tego rozwoju we wspólnej Deklaracji z Rio de Janeiro

¹ Strategia zrównoważonego rozwoju Polski do 2025 r. – wytyczne dla resortów opracowujących strategie sektorowe. Ministerstwo Środowiska, Warszawa 1999.

oraz jako rekomendacje w Agendzie 21, stanowiącej załącznik do tej Deklaracji. Realizując te zasady i rekomendacje, kraje zgrupowane w Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), a także niektóre kraje w okresie transformacji ustrojowej i gospodarczej, przyjęły po konferencji w Rio de Janeiro nową doktrynę rozwoju, bardzo precyzyjnie wyznaczającą rolę środowiska, jego zasobów oraz konieczności ich ochrony i racjonalnego wykorzystywania w rozwoju. Polega ona na „zarządzaniu procesami gospodarczymi poprzez środowisko” (*Environmental Management Systems*). W Unii Europejskiej został opracowany i wprowadzony jako podstawa planowania V Program środowiska i zrównoważonego rozwoju oraz Dyrektywa EMAS (*Environmental Management and Auditing System*). W OECD przyjęto Program transformacji w kierunku zrównoważonego rozwoju (*Transition towards the Sustainable Development*), natomiast w Polsce 10 maja 1991 roku – Politykę ekologiczną państwa².

Definicja rozwoju zrównoważonego³ (*Sustainable Development*), zdecydowanie różna od czysto ekonomicznej definicji zrównoważonego wzrostu gospodarczego, po raz pierwszy została podana w Raporcie Brundtland „Nasza wspólna przyszłość” i w ślad za nim w Agendzie 21. W Raporcie tym pojęcie **sustainable development** zdefiniowano jako **prawo do zaspokojenia aspiracji rozwojowych obecnej generacji bez ograniczania praw przyszłych pokoleń do zaspokojenia ich potrzeb rozwojowych**. Definicja ta wskazuje, że rozwój gospodarczy i cywilizacyjny obecnego pokolenia nie powinien odbywać się kosztem wyczerpywania zasobów nieodnawialnych i niszczenia środowiska dla dobra przyszłych pokoleń, które też będą miały prawa do swego rozwoju.

Rozwój zrównoważony nie jest więc ochroną środowiska w ujęciu tradycyjnym, a więc typu „końca rury” (mimo że wielu wciąż jeszcze tak to rozumie). Jest to na pewno i przede wszystkim „rozwój”, ale uwarunkowany przestrzenią ekologiczną, a poprzez zakładaną synergię aspektów ekonomicznych, środowiskowych i społecznych, bezpieczny oraz korzystny dla człowieka, środowiska i gospodarki. Nie jest więc „hamulcem” postępu, a jego „stymulatorem”. Jest to też sposób na życie i pewna forma etyki, dająca możliwość wyboru form konsumpcji i produkcji. Jest to również „moda”, bo konsument kojarzy produkt ekologiczny z czymś bezpiecznym i zdrowym, z czymś nowoczesnym.

Rozwój zrównoważony (określany także jako trwały, zintegrowany) pojmowany jest jako „taki pożądany przypadek rozwoju, w którym cele ekonomiczne, ekologiczne i społeczne są równoważne i zintegrowane oraz tempo wzrostu gospodarczego nie jest większe od tempa reprodukcji zasobów przyrodniczych, a podstawowym **wyznacznikiem tego rozwoju jest poprawa jakości życia**” (Jędrzejczyk 2000).

² Tamże.

³ Tamże.

Podsumowując przytoczone definicje, można stwierdzić, iż koncepcja zrównoważonego rozwoju opiera się na czterech zasadach:

- 1) całościowego, międzysektorowego planowania i opracowywania strategii rozwoju;
- 2) zachowania fundamentalnych procesów ekologicznych;
- 3) ochrony zarówno dziedzictwa człowieka, jak i różnorodności biologicznej życia na Ziemi;
- 4) rozwoju powodującego niewyczerpanie zasobów naturalnych, z których winny korzystać obecne, jak i przyszłe pokolenia.

Podstawy prawne zrównoważonego rozwoju w Polsce

W Polsce zapis o zrównoważonym rozwoju został zawarty w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej⁴, gdzie podano: „Rzeczpospolita Polska strzeże niepodległości i nienaruszalności swego terytorium, zapewnia wolność i prawa człowieka i obywatela oraz bezpieczeństwo obywateli, strzeże dziedzictwa narodowego oraz zapewnia ochronę środowiska, kierując się zasadą zrównoważonego rozwoju”. Oznacza to, że w Rzeczypospolitej Polskiej stosowanie się do zasad zrównoważonego rozwoju oraz zapewnienie poszanowania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego narodu polskiego stawiane jest w Ustawie Zasadniczej na równi z obowiązkami w zakresie zapewniania bezpieczeństwa, wolności i praw wszystkich obywateli oraz zachowania integralności terytorialnej i niepodległości, stanowiących najbardziej żywotne interesy narodowe.

Pojęcie zrównoważonego rozwoju zdefiniowano w Ustawie o ochronie i kształtowaniu środowiska⁵ jako „taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym w celu równoważenia szans dostępu do środowiska poszczególnych społeczeństw lub ich obywateli – zarówno współczesnego, jak i przyszłych pokoleń – następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych”. Według tej Ustawy, realizacja zasad zrównoważonego rozwoju oznacza dążenie do:

- „zachowania możliwości odtwarzania się zasobów naturalnych,
- racjonalnego użytkowania zasobów nieodnawialnych i zastępowania ich substytutami,

⁴ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. Rozdz. 1, art. 5. Zgromadzenie Narodowe (DzU z 16 lipca 1997 r.).

⁵ Ustawa o ochronie i kształtowaniu środowiska z 31 stycznia 1980 r. (DzU 94.49.196) ze zmianami (DzU z 14 czerwca 2000 r.).

- ograniczania uciążliwości dla środowiska i nieprzekraczania granic wyznaczonych jego odpornością,
- zachowania różnorodności biologicznej,
- zapewnienia obywatelom bezpieczeństwa ekologicznego,
- tworzenia podmiotom gospodarczym warunków do uczciwej konkurencji w dostępie do ograniczonych zasobów i możliwości odprowadzania zanieczyszczeń, zapewnia ochronę i racjonalne kształtowanie środowiska stanowiącego dobro ogólnonarodowe oraz tworzy warunki sprzyjające urzeczywistnieniu prawa obywateli do równoprawnego korzystania z wartości środowiska.

Kierując się powyższym, uznaje się za niezbędne:

- ustanowienie środków prawnych zapewniających użytkowanie środowiska zgodnie z interesem publicznym,
- określenie obowiązków organów państwowych, samorządowych, podmiotów gospodarczych i innych jednostek organizacyjnych, a także organizacji społecznych i zawodowych,
- ochronę środowiska przez każdego obywatela oraz rozwijanie świadomości społecznej w celu powszechnego wypełniania tego obowiązku”.

Zrównoważony rozwój został także zdefiniowany w Ustawie Prawo ochrony środowiska⁶ jako „taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych, z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych, w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń”.

Kolejny dokument stanowiący podstawę gospodarki przestrzennej – Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym⁷ – określa zakres i sposoby postępowania w sprawach przeznaczania terenów na określone cele oraz ustalania zasad ich zagospodarowania i zabudowy, przyjmując ład przestrzenny i zrównoważony rozwój za podstawę tych działań.

Idea i zasady rozwoju turystyki zrównoważonej

Debata dotycząca zrównoważonego rozwoju i konieczności wdrażania jego zasad w systemy gospodarowania w skali lokalnej, regionalnej, państwowej, międzyna-

⁶ Ustawa Prawo ochrony środowiska z 27 kwietnia 2001 r., art. 3, pkt 50 (DzU z 20 czerwca 2001 r.).

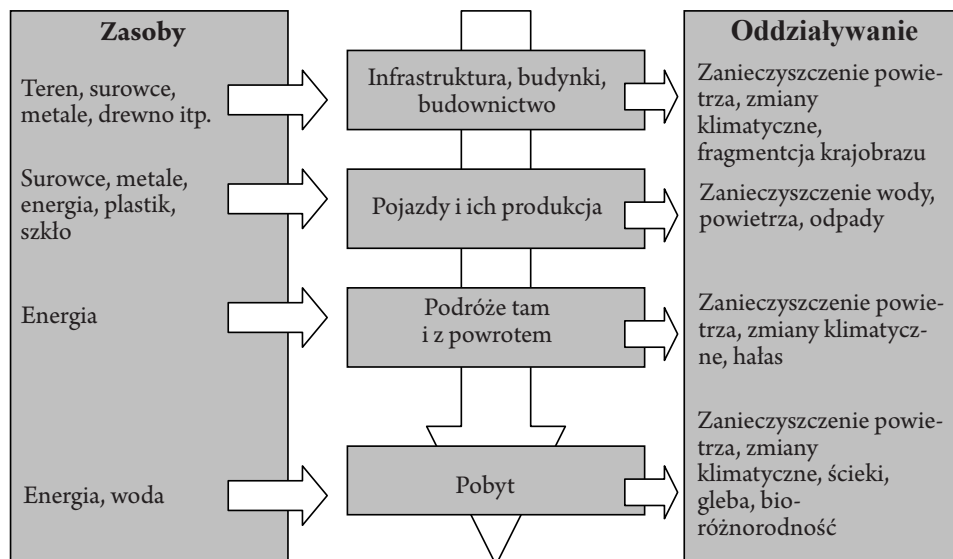
⁷ Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 23 marca 2003 r. Rozdz. I, art. 1 (DzU z 2003 r. nr 80, poz. 717).

rodowej oraz globalnej dotyczyła i dotyczy także sektora turystycznego gospodarki, ponieważ od lat 70. XX wieku coraz więcej badań wykazywało ujemne skutki wpływu turystyki na środowisko recepcji ruchu turystycznego, przyrodnicze, jak i społeczne.

W 1980 roku w Manili odbył się III Międzynarodowy Kongres Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO). Stwierdzono na nim, iż turystyka w ogólnym rachunku opłacalności przynosi więcej szkód niż korzyści. Zarzut dotyczył przede wszystkim ujemnego wpływu zagranicznych przyjazdów turystycznych do krajów rozwijających się. Uznano, iż dla nich turystyka stanowi nową formę kolonializmu. Miejscowa ludność zostaje wyparta ze swoich prastarych siedzib przez wielkie światowe koncerny turystyczne, wielkie projekty inwestycyjne i tym podobne. Pojawiają się patologiczne skutki konfliktów kulturowych, dochodzi do degradacji środowiska przyrodniczego i kulturowego. Badacz zjawiska turystyki J. Krippendorf wykazał wiele jej negatywnych konsekwencji, między innymi komercjalizację gościnności, widoczną także w słownictwie, w którym stare słowo „gość” zastąpiono terminami komercyjnymi „klient” lub „turysta”. Autor ten określił gospodarkę turystyczną „pożeraczem krajobrazu”, podkreślając ogromne zapotrzebowanie tej branży na coraz to nowe tereny, które poddaje ona nieodwracalnym, antropogenicznym przekształceniom (Krippendorf 1975, za: Jędrzejczyk 2000).

Turystyka ma wielowymiarowy wpływ na środowisko przyrodnicze, zarówno poprzez zawłaszczanie zasobów służących różnym celom, jak i w wyniku odprowadzania zanieczyszczeń (ryc. 1). Jednocześnie, rozwój turystyki związany jest nierozdzielnie z zasobami przyrodniczymi. Często tereny o najcenniejszych walorach przyrodniczych są także bardzo atrakcyjne pod względem turystycznym, co powoduje konieczność respektowania zasad chroniących je przed swobodną gospodarką i penetracją turystyczną. Szkody w środowisku przyrodniczym powoduje nie tylko turystyka masowa, ale także indywidualni turyści-pionierzy odwiedzający tereny nieprzystosowane do obsługi ruchu turystycznego, a źle zaplanowane elementy infrastruktury mogą okazać się uciążliwe dla środowiska przyrodniczego (por. Dysarz 1993, Mika 2004, Zajadacz 2005, Zaręba 2006). Nie tylko wielkie centra turystyczne, ale także rozproszone, lecz liczne obiekty stanowią swoiste zagrożenie dla terenów przyrodniczo cennych, mało odpornych na antropopresję. Rozbudowa infrastruktury turystycznej, jak też systemu komunikacji stanowi istotne zagrożenie dla jakości środowiska naturalnego (jak np. czystość wód, powietrza, gleb, hałas), krajobrazu, czy stanu bioróżnorodności⁸.

⁸ Zaktualizowana prognoza oddziaływania na środowisko projektu *Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013* Instytutu na Rzecz Ekorozwoju, 2006.



Ryc. 1. Oddziaływanie turystyki na środowisko

Źródło: *Household consumption and the environment*. EEA No 11/2005, za: Zaktualizowana prognoza oddziaływania na środowisko projektu *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013*, Instytutu na Rzecz Ekorozwoju, 2006

Wprowadzenie zasad zrównoważonego rozwoju na grunt planowania rozwoju turystyki ma na celu minimalizowanie szkód i zagrożeń, jakie powoduje ten rozwój względem sfery przyrodniczej, społecznej, jak i gospodarczej. Turystyka jako sektor gospodarki może być „lokomotywą” zrównoważonego rozwoju kraju (Kamieniecka 1998). Właściwe zarządzanie turystyką może prowadzić do poprawienia wizerunku danego regionu. Relacje między turystyką a miejscem jej rozwoju mogą zachodzić na zasadzie symbiozy (co wykazano m.in. na przykładzie ekoturystyki). Funkcja turystyczna może przyczynić się do ochrony środowiska przyrodniczego, przysparzać wielu korzyści w sferze społecznej i gospodarczej, jak również być sposobem rewitalizacji terenów zurbanizowanych i zindustrializowanych (por. Kowalczyk 2005).

Turystyka zrównoważona (*sustainable tourism*), nazywana także turystyką łagodną (*soft tourism*), turystyką przyjazną środowisku (*environmentally sensible tourism*), jest pojmowana jako „każda forma aktywności turystycznej, która odbywa się z poszanowaniem środowiska; zapewnia długotrwałe zachowanie walorów przyrodniczych i kulturowych; jest sprawiedliwa i możliwa do zaakceptowania pod względem ekonomicznym i socjalnym”⁹.

⁹ Rada Europy. Komitet Ministrów. Rekomendacja No. R(95) 10 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie polityki zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarach chronionych (przyjęta przez Komitet Ministrów 11 sierpnia 1995 r. na 543. spotkaniu delegatów) http://www.eko.org.pl/lkp/prawo_html/recomend_turist_pl.html (16.08.2007).

Zgodnie z definicją Federacji Parków Narodowych i Rezerwatów Przyrody Europy, turystyka zrównoważona, to „każda forma rozwoju turystycznego, zarządzania i aktywności turystycznej, która podtrzymuje ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów, a także zachowuje w niezmiennym stanie zasoby kulturowe i naturalne tych obszarów”¹⁰.

Natomiast, Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) określa zadania turystyki zrównoważonej następująco: „rozwój turystyki zrównoważonej uwzględnia potrzeby, zarówno turystów, jak i regionów ich przyjmujących, dzięki ochronie i staraniu o wzmocnienie przyszłych korzyści. Przewiduje się, że ten typ gospodarowania zasobami turystycznymi będzie wiodący. Zaspokajać on musi równocześnie potrzeby ekonomiczne, społeczne i estetyczne dzięki kulturalnej integralności podstawowych procesów ekologicznych, biologicznej różnorodności oraz systemów podtrzymujących życie”¹¹.

R. Butler (1993) zwraca uwagę na dwie interpretacje terminu turystyka zrównoważona:

- nawiązującą do określenia *sustainable*, które głosi, by coś podtrzymywać lub przedłużać; według tego podejścia turystyka zrównoważona oznacza „turystykę zdolną do utrzymania się na rynku w pewnym obszarze przez niesprecyzowany okres” (kryterium czasu);
- odwołującą się do dokumentu *Our Common Future*; w takim aspekcie turystyka zrównoważona to turystyka rozwijana i utrzymywana w obszarze (społeczności, środowisku) w taki sposób i na taką skalę, że jest opłacalna w nieokreślonym czasie i nie powoduje degradacji lub zmian środowiska naturalnego (ludzkiego i fizycznego), w którym istnieje do takiego stopnia, który uniemożliwia pomyślny rozwój i dobro innych przedsięwzięć oraz procesów (kryterium scenarii).

Pojęcia turystyki zrównoważonej nie powinno się utożsamiać z określoną formą ruchu turystycznego, lecz należy je odnosić do sposobu organizacji i funkcjonowania gospodarki turystycznej jako całości (w strukturze gospodarki lub na danym obszarze). Obejmuje ona prowadzoną w ramach gospodarki turystycznej działalność dopuszczalną ekologicznie, uzasadnioną ekonomicznie i pożądaną społecznie zarówno z punktu widzenia turystów, organizatorów turystyki, jak i lokalnej społeczności (Kiryluk, Borkowska-Niszczota 2005). Planowanie rozwoju turystyki na podstawie zasad zrównoważonego rozwoju powinno obejmować wszystkie jej formy. Bardzo istotnym wydarzeniem dla wdrożenia w życie założeń turystyki zrównoważonej w Europie było podpisanie Deklaracji berlińskiej w czasie konferencji ministrów ochrony środowiska na temat różnorodności biologicznej i zrównoważonej turystyki w Berlinie w marcu 1997 r.

¹⁰ *Parks for Life. Action for Protected Areas in Europe*, IUCN, Gland 1994, za: Zaręba 2006.

¹¹ *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, WTO, II wyd., Madryt 1998.

Wykaz deklaracji, konwencji i programów europejskich oraz międzynarodowych poruszających zagadnienia turystyki i środowiska oraz założeń turystyki środowiskowej zamieszczono w Załączniku do niniejszego rozdziału.

Zasady rozwoju turystyki zrównoważonej

Światowa Organizacja Turystyki¹² sformułowała określone zasady dotyczące rozwoju turystyki zrównoważonej.

- Naturalne, historyczne i inne zasoby turystyczne muszą być chronione i pielęgnowane w celu możliwości ich użytkowania w przyszłości, a jednocześnie przynoszenia korzyści współczesnemu społeczeństwu.
- Ta filozofia rozwoju jest szczególnie ważna w turystyce, gdyż sektor ten zależy głównie od turystycznych atrakcji i aktywności związanych z dziedzictwem przyrodniczym, historycznym i kulturowym danego terenu.
- Turystyka nie może się więc rozwijać, gdy zostaną zniszczone lub zdegradowane te zasoby; natomiast jest możliwe stymulowanie ochrony poprzez rozwój turystyki.
- Również utrzymanie pożądaných aspektów tradycji kulturowych i tożsamości etnicznej konsoliduje walory kulturowe i społeczne obszaru.
- Troska o podstawowe, historycznie i geograficznie zakorzenione wartości turystyczne pomaga mieszkańcom rozwijanego rejonu w umacnianiu świadomości ich przynależności do własnego środowiska.
- Turystyczny rozwój zrównoważony zakłada takie planowanie i zarządzanie, które nie będzie powodować problemów ani konfliktów środowiskowych i socjokulturowych w obszarze turystycznym.
- Utrzymany musi być wysoki poziom osiągnięcia satysfakcji turystów z wyboru miejsca przyjazdu oraz pobytu w nim. Efektywność tego pobytu powinna być mierzona także czynnikami ogólnospołecznymi, tj. pozytywnymi wzajemnymi oddziaływaniami i relacjami między turystą a środowiskiem odwiedzanym (krajobraz, sztuka, natura, ludzie), skutkami wychowawczymi, etycznymi, kształtowaniem świadomości ekologicznej itd.

Komisja Europejska powołała w 2004 roku **Grupę do spraw Turystyki Zrównoważonej** (*Tourism Sustainability Group – TSG*). Jej członkami są głównie przedstawiciele organizacji międzynarodowych i rządów państw członkowskich, autorytety regionalne i lokalne, profesjonaliści z branży turystycznej, organizacje środowiskowe, a także przedstawiciele instytucji naukowych prowadzących badania i ekspertyzy oraz posiadających doświadczenie w turystyce zrównoważonej.

¹² Tamże.

Zadaniem TSG było opracowanie raportu w celu stworzenia wytycznych dla zarządzania destynacjami turystycznymi oraz pokazanie możliwości wykorzystania wskaźników i systemu monitoringu. Raport, opublikowany w roku 2007¹³, wskazuje działania, jakie powinny zostać podjęte w kierunku zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej, które są następujące:

- zmniejszenie sezonowości w turystyce;
- redukcja wpływu transportu turystycznego na środowisko;
- poprawa jakości zatrudnienia;
- utrzymywanie i wzmacnianie dobrobytu oraz odpowiedniej jakości życia społeczności lokalnych w obliczu przemian;
- ograniczenie wykorzystania zasobów i produkcji odpadów;
- zachowanie i nadawanie wartości dziedzictwu przyrodniczemu i kulturowemu;
- udostępnianie turystyki dla wszystkich;
- wykorzystywanie turystyki jako narzędzia zrównoważonego rozwoju na świecie.

Proponowane działania są skierowane do instytucji publicznych, przedsiębiorstw prywatnych oraz innych organizacji europejskich na szczeblu państwowym, regionalnym i lokalnym. Celem Raportu jest również zachęcenie do podejmowania wspólnych działań przez sektor publiczny i prywatny¹⁴.

W Raporcie wskazano **12 celów dla zrównoważonej turystyki**¹⁵.

1. Rentowność gospodarcza – zapewnić rentowność i konkurencyjność destynacji oraz przedsiębiorstw turystycznych tak, aby mogły prosperować i przynosić zyski w dłuższej perspektywie.

2. Miejscowy dobrobyt – maksymalizować wkład turystyki w budżet destynacji turystycznych.

3. Jakość zatrudnienia – zwiększyć liczbę oraz jakość lokalnych miejsc pracy związanych z obsługą ruchu turystycznego (poziom płac, jakość usług oraz ich dostępność dla wszystkich bez względu na płeć, rasę, stan zdrowia).

4. Sprawiedliwość społeczna – zapewnić sprawiedliwą dystrybucję zysków gospodarczych i społecznych płynących z turystyki w obrębie całej społeczności lokalnej (zwiększyć szanse zysków oraz poszerzyć zakres usług dostępnych dla osób ubogich).

5. Satysfakcja turystów – zapewnić bezpieczne i satysfakcjonujące doświadczenia turystów, dostępne dla wszystkich bez względu na płeć, rasę, stan zdrowia.

¹³ ACTION FOR MORE SUSTAINABLE EUROPEAN TOURISM. Report of Tourism Sustainability Group, 2007 http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm

¹⁴ Ministerstwo Gospodarki <http://www.mg.gov.pl/Wiadomosci/Turystyka/Raport+Grupy+TuryZrown.htm> (18.08.2007)

¹⁵ ACTION FOR MORE SUSTAINABLE EUROPEAN TOURISM. Report of Tourism Sustainability Group, 2007 http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm

6. Lokalna kontrola – zaangażować społeczność lokalną w planowanie oraz podejmowanie decyzji dotyczących zarządzania i przyszłego rozwoju turystyki na danym obszarze, w konsultacji z innymi udziałowcami.

7. Dobrobyt lokalnej społeczności – utrzymać i poprawić jakość życia lokalnej społeczności, w tym dostęp do zasobów naturalnych, infrastruktury turystycznej, systemów podtrzymujących życie; unikać wszelkich form degradacji społecznej lub wyzysku.

8. Bogactwo kulturowe – chronić dziedzictwo historyczne, lokalną kulturę, tradycje i unikalny charakter lokalnych społeczności.

9. Integralność fizyczna – utrzymywać i poprawiać jakość krajobrazów zarówno wiejskich, jak i miejskich oraz zapobiegać fizycznej i wizualnej degradacji środowiska.

10. Bioróżnorodność – prowadzić działania na rzecz ochrony obszarów cennych przyrodniczo, siedlisk i świata dzikiej przyrody (fauny i flory) oraz ograniczać ich degradację.

11. Zapewnienie efektywności wykorzystania zasobów – ograniczyć zużycie rzadkich i nieodnawialnych zasobów w procesie rozwoju oraz obsługi infrastruktury i usług turystycznych.

12. Czystość środowiska – ograniczać zanieczyszczenie powietrza, wody i powierzchni ziemi oraz ilości odpadów wytwarzanych przez przedsiębiorstwa turystyczne i turystów.

Członkowie Grupy do spraw Turystyki Zrównoważonej wyłonili wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki w odniesieniu do obszarów jej recepcji (tab. 1), z zaznaczeniem, iż wskaźniki te powinny ulegać ciągłej modyfikacji w zależności od specyfiki obszaru oraz zmian gospodarczych i społecznych następujących w czasie.

Tabela 1. Wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki dla destynacji turystycznych

Nr	Wskaźnik	Cel – co wskazuje wskaźnik	Źródło danych
1	całkowita liczba turystów lub liczba noclegów na miesiąc	wielkość ruchu turystycznego i sezonowość	rejestry bazy noclegowej
2	całkowita liczba odwiedzających jednostkowych na rok lub miesiąc	wielkość ruchu turystycznego i sezonowość	liczenie i wywiady z odwiedzającymi w miejscu przybycia i kluczowych dla turystyki miejscach
3	liczba miejsc noclegowych (według typów bazy noclegowej)	turystyczna pojemność podstawą do określenia maksymalnej wielkości ruchu turystycznego	rejestry bazy noclegowej

cd. tab. 1

4	średnie wykorzystanie w skali roku (%) bazy noclegowej	podstawa do obliczania wielkości ruchu turystycznego	rejstry bazy noclegowej lub wywiady
5	% wzrostu dochodów przedsiębiorstw w stosunku do poprzedniego roku	miara wzrostu gospodarczego i rywalizacji na rynku turystycznym	wywiady w przedsiębiorstwach
6	średnie wydatki turystów na jedną osobę	ekonomiczne wpływy z turystyki	wywiady wśród turystów
7	lokalne dochody (lub produkt krajowy brutto) generowane przez turystykę	znaczenie turystyki i jej wkład w miejscową gospodarkę	wywiady z odwiedzającymi i przedsiębiorcami
8	% całorocznych miejsc noclegowych w ogóle bazy noclegowej	sezonowość	rejstry bazy noclegowej, wywiady w przedsiębiorstwach
9	stosunek średniego wykorzystania (lub całkowitej liczby noclegów) bazy noclegowej w najbardziej i najmniej wykorzystanym kwartale	sezonowość	rejstry przedsiębiorstw turystycznych i wywiady
10	liczba turystycznych miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców	potencjalny brak równowagi i presja turystyki na społeczeństwo oraz lokalne zasoby	wskaźnik 3 i rejstry populacji
11	stosunek liczby turystów do miejscowej populacji	potencjalny brak równowagi i presja turystyki na społeczeństwo oraz lokalne zasoby	wskaźnik 1 i 2, i rejstry populacji
12	średnia długość pobytu	znaczenie dla społeczeństwa, ze względu na wpływ na transport	wywiady z odwiedzającymi i przedsiębiorcami
13	% turystycznych przedsiębiorstw (obiektów) dostępnych poprzez transport publiczny	możliwości dostosowania do innego transportu niż samochodowy, potrzeba publicznych środków lokomocji	wywiady w przedsiębiorstwach transportowych

cd. tab. 1

14	% odwiedzających przybywających innym środkiem transportu niż samochód i samolot	trendy w transporcie, model zmian – skutek w emisji dwutlenku węgla	wywiady z odwiedzającymi
15	% odwiedzających, którzy wykorzystali publiczny środek transportu podczas pobytu na obszarze recepcji turystyki	trendy w transporcie, model zmian – skutek w emisji dwutlenku węgla	wywiady z odwiedzającymi
16	udział zatrudnienia w sektorze turystycznym w całkowitym zatrudnieniu na danym obszarze	znaczenie sektora turystycznego w lokalnej gospodarce	rejestr działalności gospodarczej
17	% zatrudnionych w branży turystycznej wyłącznie sezonowo	jakość pracy i sezonowość	wywiady w przedsiębiorstwach
18	średnie zarobki w branży turystycznej (na godzinę) i ich stosunek do średnich zarobków w danym okresie (na godzinę)	jakość pracy	wywiady w przedsiębiorstwach
19	% pracowników z zawodowymi kwalifikacjami z dziedziny turystyki	jakość i warunki pracy	wywiady w przedsiębiorstwach
20	% mieszkańców wskazujących, iż są zadowoleni z lokalnych skutków rozwoju turystyki	społeczna akceptacja i korzyści wynikające z rozwoju turystyki	wywiady z mieszkańcami
21	% stałych mieszkańców czerpiących bezpośrednio korzyści z rozwoju turystyki i % mieszkańców przekonanych o tym, iż turystyka ma wpływ na poprawę jakości ich życia	społeczne korzyści wynikające z rozwoju turystyki	wywiady z mieszkańcami
22	% przedsiębiorstw z certyfikatami świadczącymi o dbałości o stan środowiska	poświadczenie dbałości o stan środowiska przyrodniczego	rejstry certyfikatów, wywiady w przedsiębiorstwach

cd. tab. 1

23	% przedsiębiorstw relacjonujących, iż biorą w zarządzaniu pod uwagę uwarunkowania środowiskowe	wskaźnik środowiskowego zarządzania	wywiady w przedsiębiorstwach
24	suma i proporcje terenów zdegradowanych (ogółem i przez turystykę)	wydajność surowców i zanieczyszczenie ziemi	dane dotyczące gospodarki komunalnej oraz przedsiębiorstw turystycznych
25	% terenów zrehabilitowanych poprzez przedsięwzięcia turystyczne	zaangażowanie w efektywne wykorzystanie surowców	wywiady w przedsiębiorstwach
26	zrzut (ilość) ścieków (ogółem lub z obiektów turystycznych)	możliwość zanieczyszczenia	dane dotyczące gospodarki komunalnej oraz przedsiębiorstw turystycznych
27	% turystycznych przedsięwzięć nie włączonych do sieci kanalizacyjnej	możliwość zanieczyszczenia	rejestr komunalny i wywiady w przedsiębiorstwach
28	zużycie wody (ogółem i łącznie w turystyce) w skali roku i w najbardziej intensywnym okresie pod względem ruchu turystycznego	zużycie surowca i skutki społeczne	dane dotyczące gospodarki komunalnej oraz przedsiębiorstw turystycznych
29	% wody poddanej recyklingowi w przedsiębiorstwach turystycznych	zaangażowanie w efektywne wykorzystanie surowców	wywiady w przedsiębiorstwach
30	jakość wody (morza, rzeki, akwenty słodkowodne)	ochrona przyrody i atrakcyjności środowiska przyrodniczego istotna dla mieszkańców, jak i turystów	regularne badania stanu czystości wody
31	całkowite zużycie energii (lub emisja CO ₂) przez obiekty infrastruktury turystycznej	zużycie surowców i zanieczyszczenie	suma danych z przedsiębiorstw turystycznych

cd. tab. 1

32	jakość powietrza	atrakcyjność środowiska dla mieszkańców i turystów	regularne badania stanu czystości powietrza
33	liczba rozrzuconych śmieci w wybranych miejscach	atrakcyjność środowiska dla mieszkańców i turystów	obserwacje; wywiady z odwiedzającymi i mieszkańcami
34	liczba osób w wybranych miejscach w dniach o najbardziej intensywnym ruchu turystycznym	presja na społeczeństwo i środowisko przyrodnicze	obserwacje i wywiady z odwiedzającymi
35	stan środowiska przyrodniczego wybranych miejsc	szkody w odniesieniu do krajobrazu i bioróżnorodności	obserwacje; wywiady z odwiedzającymi i mieszkańcami
36	liczba i wielkość chronionych obiektów i obszarów	jakość naturalnego i kulturowego dziedzictwa oraz ich odporność na degradację	rejestry konserwatorów przyrody i zabytków
37	% wybranych typów cennego pod względem turystycznym krajobrazu (np. długość linii brzegowej), które są zabudowane	czynniki ograniczające atrakcyjność	rejestr terenów zabudowanych, obserwacje
38	procent obszarów objętych planowaniem i kontrolą w zakresie gospodarki przestrzennej	odporność na degradację	plany zagospodarowania przestrzennego
39	wkład przedsiębiorstw turystycznych i turystów w ochronę destynacji turystycznych	wsparcie ochrony terenów poprzez turystykę	wywiady z odwiedzającymi i przedsiębiorcami, monitoring określonych planów.
40	% udział przedsiębiorstw turystycznych w budowaniu jakości, certyfikaty	przedsiębiorczość, jakość i konkurencyjność	plany przedsiębiorstw, wywiady w przedsiębiorstwach
41	% odwiedzających wskazujących, iż są całkowicie zadowoleni z pobytu	jakość destynacji turystycznych i satysfakcja odwiedzających	wywiady z odwiedzającymi
42	% odwiedzających, którzy odwiedzają dane miejsce po raz kolejny i % odwiedzających, którzy chcą wrócić w to miejsce ponownie	jakość destynacji turystycznych i satysfakcja odwiedzających	wywiady z odwiedzającymi

cd. tab. 1

43	% przedsiębiorstw turystycznych dostosowanych do standardów osób o specjalnych potrzebach	zdolność dostarczenia odwiedzającym usług bez dyskryminacji	inwentaryzacja bazy turystycznej; wywiady w przedsiębiorstwach
44	% odwiedzających z fizyczną i sensoryczną niepełnosprawnością	integracja społeczna	wywiady z odwiedzającymi
45	% odwiedzających o niskim statusie społeczno-ekonomicznym	integracja społeczna	wywiady z odwiedzającymi
46	% odwiedzających korzystających z turystyki socjalnej (dotowanej)	znaczenie turystyki socjalnej dla destynacji	wywiady z odwiedzającymi lub w przedsiębiorstwach turystycznych
47	poziom satysfakcji odwiedzających z fizyczną i sensoryczną niepełnosprawnością	integracja społeczna	wywiady z odwiedzającymi
48	obecność organizacji zarządzającej destynacją turystyczną, obejmującej zróżnicowanych udziałowców	planowane zarządzanie destynacją	obecność bądź nieobecność tego typu organizacji
49	% przedsiębiorstw należących do lokalnych stowarzyszeń turystycznych	stopień włączania się prywatnych przedsiębiorstw w system zarządzania destynacją turystyczną	rejestr członków
50	istnienie ustalonej i monitorowanej strategii rozwoju turystyki zrównoważonej	zaangażowanie w zrównoważony cel zarządzania	istnienie bądź nieistnienie strategii

Źródło: *Action for more sustainable European tourism – Report of Tourism Sustainability Group, 2007*
http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm

„Zrównoważone zarządzanie destynacjami turystycznymi” stanowi aktualny problem poruszany na międzynarodowych konferencjach, forach, czy kongresach. Przykładem jest przyjęcie przez Komisję Europejską właśnie tego tematu jako przewodniego na Szóstym Europejskim Forum Turystyki w 2007 roku¹⁶.

¹⁶ Szóste Europejskie Forum Turystyki. Temat przewodni: „Zrównoważone zarządzanie destynacjami turystycznymi”. Organizatorzy: Prezydencja Portugalska oraz Komisja Europejska, Algarve, 25-27.10.2007 r.

Na podstawie wyników prac Grupy (TSG)¹⁷ Komisja Wspólnot Europejskich przygotowała „Agendę dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej”¹⁸. Dokument ten zawiera informacje o celach, ramach działania, jak i zasadach przyjętych przez Komisję Europejską w toku wdrażania przyjętej koncepcji rozwoju turystyki.

Znalezienie właściwej równowagi pomiędzy swobodnym rozwojem ośrodków turystycznych a ochroną ich środowiska naturalnego z jednej strony oraz rozwojem konkurencyjnej działalności gospodarczej z drugiej strony może okazać się poważnym wyzwaniem. Prace Grupy ds. Zrównoważonego Rozwoju Turystyki potwierdziły jednakże, iż bardziej niż w przypadku pozostałych form działalności gospodarczej, turystyka może rozwijać się w zgodzie z potrzebami środowiska naturalnego i społeczeństwa. Wynika to z faktu, iż rozwój ośrodków turystycznych jest ściśle powiązany z ich środowiskiem naturalnym, specyfiką kulturową, kontaktami międzyludzkimi, bezpieczeństwem i dobrym samopoczuciem lokalnych społeczności. Cechy te sprawiają, że turystyka jest siłą sterującą ochroną przyrody i rozwojem ośrodków turystycznych – bezpośrednio poprzez podniesienie świadomości i udział w ich dochodach oraz pośrednio poprzez dostarczanie ekonomicznego uzasadnienia dla zapewnienia takiego wsparcia przez innych.

Światowe trendy i priorytety ulegają zmianie. Bardziej niż kiedykolwiek wcześniej nadrzędnym wyzwaniem dla sektora turystyki jest zachowanie jego konkurencyjności przy jednoczesnym uwzględnieniu zrównoważonego rozwoju, uznając, że na dłuższą metę konkurencyjność zależy od zrównoważonego rozwoju. W sposób szczególny zmiany klimatyczne są obecnie postrzegane jako zasadniczy problem, wymagający od przemysłu turystycznego zmniejszenia udziału w emisjach gazów cieplarnianych oraz od ośrodków turystycznych dostosowania się do zmian we wzorze popytu i w typach turystyki przez nie oferowanych.

Przyszłość europejskiej turystyki zależy od jakości doświadczeń turystycznych – turyści wezmą pod uwagę, że ośrodki dbające o środowisko naturalne, swoich pracowników i lokalne społeczności z większym prawdopodobieństwem zadbają także o nich. Uwzględniając zrównoważony rozwój w swoich działaniach, podmioty zaangażowane w turystykę zadbają o przewagę konkurencyjną, która czyni z Europy najbardziej atrakcyjny cel turystyczny na świecie, z jej wrodzoną różnorodnością, zróżnicowaniem krajobrazu i bogactwem kultur. Uwzględnienie zrównoważonego rozwoju w sposób społecznie odpowiedzialny pomoże także przemysłowi turystycznemu unowocześnić swoje produkty i usługi oraz poprawić ich jakość i wartość¹⁹.

Agenda²⁰ przedstawia następujące zasady mające na celu osiągnięcie konkurencyjnej i zrównoważonej turystyki:

¹⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm

¹⁸ <http://eur-lex.europa.eu>

¹⁹ „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej”. Komunikat Komisji Wspólnot Europejskich, Bruksela 19.10.2007 r., KOM (2007) 621 wersja ostateczna.

²⁰ Tamże.

- **Zastosowanie całościowego i zintegrowanego podejścia** – wszystkie zróżnicowane sposoby oddziaływania na turystykę powinny być wzięte pod uwagę przy jej planowaniu i rozwoju. Ponadto, turystyka powinna być dobrze wyważona i zintegrowana z całym zakresem działań, które mają wpływ na społeczeństwo i środowisko naturalne.
- **Planowanie długoterminowe** – zrównoważony rozwój zakłada wzięcie pod uwagę potrzeb przyszłych pokoleń, podobnie jak naszych. Planowanie długoterminowe wymaga zdolności do kontynuowania działań w długim okresie.
- **Osiągnięcie odpowiedniego tempa i rytmu rozwoju** – poziom, tempo i kierunek rozwoju powinny odzwierciedlać i uwzględniać charakter, zasoby i potrzeby wspólnot gospodarzy i ośrodków turystycznych.
- **Zaangażowanie wszystkich podmiotów** – zrównoważone podejście wymaga szerokiego zaangażowania ze strony wszystkich podmiotów uwzględnionych w wynikach, w proces podejmowania decyzji oraz praktyczne wdrażanie.
- **Zastosowanie najlepszej dostępnej wiedzy** – polityki i działania powinny być oparte na najnowszej i najlepszej dostępnej wiedzy. Informacje dotyczące trendów i sposobów oddziaływania turystyki, umiejętności i doświadczenie powinny być wykorzystywane w całej Europie.
- **Zminimalizowanie ryzyka i zarządzanie ryzykiem** (zasada przezorności) – w sytuacji występowania wątpliwości dotyczących możliwych rezultatów działań, powinna mieć miejsce pełna ocena oraz działania zapobiegawcze w celu uniknięcia powstania szkody dla środowiska lub społeczeństwa.
- **Odzwierciedlenie wpływu w kosztach** (zasada: zanieczyszczający płaci) – ceny powinny odzwierciedlać rzeczywisty koszt społeczny działań produkcyjnych i konsumpcyjnych. Ma to skutki nie tylko w zakresie zanieczyszczania, lecz również dla pobierania opłat za korzystanie z udogodnień, które powodują znaczące koszty zarządzania z nimi związane.

Przyjęte w Polsce wytyczne²¹ dotyczące wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce obejmują:

²¹ Wytyczne dotyczące zasad i zakresu uwzględniania zagadnień ochrony środowiska w programach sektorowych. Rada Ministrów, Warszawa 2002, s. 23-24.

A – Planowane do uzyskania, **docelowe cechy zrównoważenia** sektora turystyki:

- 1) dostosowanie lokalizacji, liczby i jakości bazy noclegowej i innej infrastruktury turystycznej do zróżnicowanej pojemności turystycznej środowiska, uwzględniającej zarówno zróżnicowane potrzeby ochrony walorów przyrodniczych danego terenu, różne formy turystyki, a także presję wywieraną na środowisko poprzez alternatywne dla turystyki formy działalności gospodarczej;
- 2) optymalne wykorzystanie potencjalnych, przyrodniczych możliwości rozwoju turystyki, traktowanych jako elementy harmonijnej aktywizacji obszarów o istotnych walorach przyrodniczych i turystycznych, jako czynnik sprzyjający wzrostowi dochodu narodowego i jakości życia mieszkańców, a także jako czynnik sprzyjający wzrostowi racjonalności gospodarowania;
- 3) zapewnienie harmonijnego rozwoju różnych form turystyki, pozwalającego na dostosowanie struktury uprawianych form turystyki do optymalnego wykorzystania cech danego terenu, przy jednoczesnym zwiększeniu możliwości wyboru form odpowiadających preferencjom konsumentów;
- 4) szerokie wprowadzenie przyjaznych dla środowiska technologii i materiałów do sektora usług turystycznych;
- 5) wprowadzenie nowych rozwiązań w zakresie organizacji i obsługi ruchu turystycznego oraz nowoczesnej infrastruktury turystycznej pozwalających zmniejszyć presję ruchu turystycznego na obszarach szczególnie wrażliwych i zagrożonych degradacją (niektóre obszary parków narodowych, otoczenie niektórych atrakcji przyrodniczych, miejscowości uzdrowiskowe).

B – **Cele średniookresowe** w zakresie zrównoważenia rozwoju turystyki, za które przyjęto:

- 1) wspieranie oraz promocję turystycznych i uzdrowiskowych inwestycji przyjaznych środowisku, rozbudowa bazy noclegowej i infrastruktury turystycznej wokół obszarów szczególnie atrakcyjnych, a jednocześnie wrażliwych na degradację i wymagających szczególnej ochrony (podlegające różnym formom ochrony przyrody) oraz na obszarach o dużych możliwościach rozwoju ruchu turystycznego;
- 2) dokonanie rzetelnej analizy chłonności turystycznej wrażliwych na degradację obszarów o znacznym natężeniu ruchu turystycznego i określenie możliwości zmniejszenia presji na środowisko przyrodnicze poprzez rozbudowę odpowiedniej infrastruktury, wprowadzenie nowych rozwiązań organizacyjnych i technicznych, uruchomienie odpowiednich przedsięwzięć;
- 3) dokonanie analizy negatywnego (zbyt duże spiętrzenie ruchu w okresach szczególnie trudnych dla przyrody) i pozytywnego (np. samoograniczenie ruchu turystycznego do okresów z dużą pokrywą śnieżną) wpływu sezonowości ruchu turystycznego na środowisko przyrodnicze obszarów szcze-

- gólnie wrażliwych na degradację, dostosowanie promocji i rozbudowy infrastruktury turystycznej wybranych obszarów w celu minimalizacji negatywnego wpływu sezonowości ruchu, spotęgowania efektu sezonowości na obszarach o pozytywnym wpływie sezonowości ruchu;
- 4) uruchomienie programów wspierających nowe rozwiązania techniczne i działania lokalnych społeczności na rzecz wyposażenia obiektów noclegowych i infrastruktury turystycznej oraz miejscowości turystycznych i uzdrowiskowych w niezbędną infrastrukturę ochrony środowiska oraz zwiększonego korzystania z technik organizacyjnych, technologii i materiałów, których proces produkcyjny i stosowanie minimalizuje negatywne oddziaływanie na środowisko przyrodnicze;
 - 5) wdrażanie w skali ogólnokrajowej, regionalnej i lokalnej programów rozwoju wybranych zrównoważonych form turystyki wiejskiej, przyrodniczej i aktywnej, ze szczególnym uwzględnieniem terenów wokół obszarów chronionych, niewykorzystywanych dróg i szlaków wodnych oraz terenów szczególnie atrakcyjnych dla rozwoju różnych form turystyki aktywnej; włączenie do realizacji tych programów władz samorządowych, przedsiębiorców i organizacji zawodowych, organów administracji rządowej odpowiedzialnych za utrzymanie i rozwój infrastruktury, administracji leśnej i służb ochrony środowiska;
 - 6) dokonanie kompleksowej oceny obecnych uwarunkowań rozwoju turystyki w Polsce oraz kierunków rozwoju zawartych w przyjętych i wdrażanych dokumentach rządowych oraz samorządowych pod kątem obecnych i przyszłych potrzeb ochrony środowiska, dokonanie oceny wpływu integracji Polski z Unią Europejską, w tym rozbudowy i integracji systemów transportowych;
 - 7) opracowanie i wprowadzenie do programów działań na rzecz zrównoważonego rozwoju kraju zadań związanych z rozwojem turystyki, wykorzystanie w tym zakresie doświadczeń przekazanych przez Unię Europejską w ramach programów pomocowych, a także możliwości, jakie stwarzają programy wewnętrzne;
 - 8) nawiązanie stałego dialogu i uruchomienie procesu tworzenia, i realizacji programów wspólnych działań wyspecjalizowanych organów administracji państwowej odpowiedzialnych za rozwój turystyki i racjonalne gospodarowanie zasobami przyrody, w tym zasobami o szczególnych walorach (administracji ochrony środowiska, służb leśnych, administracji parków narodowych i parków krajobrazowych), jednostek samorządu terytorialnego, izb gospodarczych przedsiębiorców i organizacji turystycznych;
 - 9) podjęcie działań na rzecz szerszego włączenia problematyki ochrony środowiska do programów nauczania szkół i specjalności o profilu turystycznym.

Wdrażanie zasad turystyki zrównoważonej w plany jej rozwoju powinno prowadzić do:

- zachowania walorów środowiska naturalnego;
- zachowania środowiska społecznego (cech i kultury społeczności lokalnej);
- kreowania atrakcyjnego (często niepowtarzalnego) produktu turystycznego;
- zadowolenia klienta (turysty);
- korzyści ekonomicznych dla pojedynczych podmiotów i całego obszaru z rozwoju turystyki.

Sposoby wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w strategiach rozwoju turystyki

Za podstawowe działania mające na celu wprowadzanie w życie „Agendy dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej” uznano:

- mobilizowanie zaangażowanych podmiotów w tworzenie wiedzy i dzielenie się nią;
- promowanie modelowych ośrodków turystycznych;
- uruchomienie instrumentów finansowania UE;
- włączenie zrównoważonego rozwoju i konkurencyjności do głównego nurtu polityki Komisji Europejskiej²².

W celu wdrożenia planów zrównoważonego rozwoju turystyki stosowane są następujące środki i narzędzia:

- 1) regulacje prawne, system kar i nagród;
- 2) program Czystszej Produkcji (CP);
- 3) dbałości o standardy jakości produktów turystycznych;
- 4) sporządzanie strategii rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym, z uwzględnieniem prognoz oddziaływania na środowisko; monitoring skutków wdrażania strategii;
- 5) sterowanie ruchem turystycznym;
- 6) kreowanie świadomości i postawy ekologicznej społeczeństwa (turystów, mieszkańców, organizatorów turystyki).

Podstawowym aktem prawnym określającym zasady ochrony środowiska oraz warunki korzystania z jego zasobów, z uwzględnieniem wymagań zrównoważonego rozwoju jest w Polsce **Ustawa Prawo ochrony środowiska**²³. Odnosi się ona do:

²² Por. „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej”. Komunikat Komisji Wspólnot Europejskich, Bruksela 19.10.2007 r. KOM (2007) 621 wersja ostateczna, s. 8-11.

²³ Ustawa z 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (DzU z 20 czerwca 2001 r.).

- 1) zasad ustalania:
 - a) warunków ochrony zasobów środowiska,
 - b) warunków wprowadzania substancji lub energii do środowiska,
 - c) kosztów korzystania ze środowiska,
- 2) udostępniania informacji o środowisku i jego ochronie,
- 3) udziału społeczeństwa w postępowaniu w sprawie ochrony środowiska,
- 4) obowiązków organów administracji,
- 5) odpowiedzialności i sankcji.

Dział II art. 6 i 7 zawierają zapis o zasadzie „**zanieczyszczający płaci**”:

„Kto podejmuje działalność mogącą negatywnie oddziaływać na środowisko, jest obowiązany do zapobiegania temu oddziaływaniu.

Kto podejmuje działalność, której negatywne oddziaływanie na środowisko nie jest jeszcze w pełni rozpoznane, jest obowiązany, kierując się przezornością, podjąć wszelkie możliwe środki zapobiegawcze (art. 6).

Kto powoduje zanieczyszczenie środowiska, ponosi koszty usunięcia skutków tego zanieczyszczenia. Kto może spowodować zanieczyszczenie środowiska, ponosi koszty zapobiegania temu zanieczyszczeniu” (art. 7).

Ustawa wyraźnie wskazuje, iż plany lub programy dotyczące rozwoju różnych gałęzi gospodarki, w tym turystyki i transportu powinny uwzględniać zasady ochrony środowiska i zrównoważonego rozwoju. Ponadto, polityka rozwoju, strategia, plany lub programy rozwoju turystyki, których opracowanie przez centralne lub wojewódzkie organy administracji przewidziane jest w ustawach, wymagają przeprowadzenia postępowania w sprawie **oceny oddziaływania na środowisko** (art. 40).

Prognoza oddziaływania na środowisko powinna według art. 41:

- 1) zawierać informacje o zawartości, głównych celach projektowanego dokumentu oraz jego powiązaniach z innymi dokumentami;
- 2) określać, analizować i oceniać istniejący stan środowiska oraz potencjalne zmiany tego stanu w przypadku braku realizacji projektowanego dokumentu;
- 3) określać, analizować i oceniać stan środowiska na obszarach objętych przewidywanym znaczącym oddziaływaniem;
- 4) określać, analizować i oceniać istniejące problemy ochrony środowiska istotne z punktu widzenia projektowanego dokumentu, w szczególności dotyczące obszarów chronionych;
- 5) określać, analizować i oceniać cele ochrony środowiska ustanowione na szczeblu międzynarodowym albo krajowym, istotne z punktu widzenia projektowanego dokumentu oraz sposoby, w jakich te cele i inne problemy środowiska zostały uwzględnione podczas opracowywania dokumentu;
- 6) określać, analizować i oceniać przewidywane znaczące oddziaływania na środowisko;

7) przedstawiać rozwiązania mające na celu zapobieganie, ograniczanie lub kompensację przyrodniczą negatywnych oddziaływań na środowisko, mogących być rezultatem realizacji projektowanego dokumentu;

8) przedstawiać rozwiązania alternatywne do rozwiązań zawartych w projektowanym dokumencie wraz z uzasadnieniem ich wyboru oraz opis metod dokonania oceny prowadzącej do tego wyboru, w tym także wskazania napotkanych trudności wynikających z niedostatków techniki bądź luk we współczesnej wiedzy;

9) zawierać informacje o metodach zastosowanych przy sporządzaniu prognozy;

10) zawierać informacje o przewidywanych metodach analizy realizacji projektowanego dokumentu;

11) zawierać informacje o możliwym transgranicznym oddziaływaniu na środowisko;

12) zawierać streszczenie sporządzone w języku niespecjalistycznym.

Ponadto, jak podaje art. 47, w postępowaniu w sprawie oceny oddziaływania na środowisko określa się, analizuje oraz ocenia:

1) bezpośredni i pośredni wpływ danego przedsięwzięcia na:

a) środowisko oraz zdrowie i warunki życia ludzi,

b) dobra materialne,

c) dobra kultury,

d) wzajemne oddziaływanie między czynnikami, o których mowa w pkt. a-c,

e) dostępność do złóż kopalin,

2) możliwości oraz sposoby zapobiegania i ograniczania negatywnego oddziaływania na środowisko;

3) wymagany zakres monitoringu.

Dokumentem potwierdzającym respektowanie przedstawionych zasad jest Prognoza oddziaływania na środowisko projektu strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013²⁴.

Programy **Czystszej Produkcji** (CP) powstają od końca 70. lat XX wieku. Za pierwsze tego typu opracowanie uznaje się program EWG przyjęty w roku 1979, dotyczący „systematycznej polityki w zakresie czystszych technologii (bezpiecznych dla środowiska i zdrowia ludzkiego” (Jędrzejczyk 2000). W Polsce powołano w 1995 roku Krajowe Centrum Wdrożeń Czystszej Produkcji GIG²⁵ (Głównego Instytutu Górnictwa).

W procesach produkcyjnych CP obejmuje wszystkie etapy systemu wyrobu, czyli etapy cyklu życia, począwszy od pozyskania surowców do fazy składo-

²⁴ Zaktualizowana Prognoza oddziaływania na środowisko projektu strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013. Opracowanie wykonane na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki i Pracy. Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2006.

²⁵ Centrum zostało powołane przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej <http://www.nfosigw.gov.pl>

wania zużytego produktu. CP jest prewencyjną strategią ochrony środowiska, polegającą na²⁶:

- eliminacji lub minimalizacji już „u źródła” powstawania: odpadów stałych, ścieków, zanieczyszczeń pyłowo-gazowych;
- oszczędności: materiałów i surowców, wody, paliw i energii, innych zasobów naturalnych w procesach produkcyjnych, w usługach i każdej innej działalności człowieka.

Czystsza Produkcja może funkcjonować jako efektywny ekonomicznie i ekologicznie systemem zarządzania środowiskowego jeśli jest realizowana przez: odpowiednie zarządzanie daną organizacją, stosowanie nowoczesnych – czystszych technologii, szeroko rozumianą edukację ekologiczną. Uczestnictwo w ogólnopolskim Programie Czystszej Produkcji i Zarządzania Środowiskowego pozwala na:

- wdrażanie CP jako systemu zarządzania środowiskowego przygotowującego różne organizacje do: wdrażania wymagań międzynarodowej normy ISO 14001, uczestnictwa w europejskim Systemie Ekozarządzania i Audytu – EMAS;
- wdrażanie projektów CP przynoszących wymierne korzyści ekologiczne i ekonomiczne w ramach preferencyjnych dotacji;
- opracowywanie wojewódzkich, powiatowych oraz gminnych programów zrównoważonego rozwoju;
- wdrażanie programów zrównoważonego rozwoju w gminach, powiatach i województwach w ramach Regionalnych Systemów Zarządzania Środowiskowego;
- edukację ekologiczną, doradztwo i promocję w zakresie ekorozwoju, CP, wymagań normy ISO 14001 i rozporządzenia EMAS²⁷ ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

CP oznacza ciągle stosowanie kompleksowej, prewencyjnej strategii ochrony środowiska ograniczającej ryzyko, jakie niesie działalność gospodarcza oraz powstające w jej wyniku produkty ludziom i ich otoczeniu (Rouba 1998). Dla przedsiębiorstw turystycznych CP wyraża nieustanne stosowanie strategii

²⁶ <http://cp.gig.katowice.pl/index.html>

²⁷ System Ekozarządzania i Audytu EMAS (ang. *Eco Management and Audit Scheme*) jest unijnym instrumentem wprowadzonym w życie rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady, w celu zachęcenia różnych organizacji (przedsiębiorstw, zakładów, instytucji) do ciągłego doskonalenia efektów działalności środowiskowej. EMAS jest czymś w rodzaju znaku firmowego, określającego dążenie organizacji do doskonałości. Zasadniczym założeniem systemu EMAS jest dostrzeżenie i wyróżnienie tych organizacji, które dobrowolnie wychodzą poza zakres podstawowych wymogów określonych przepisami prawa i w sposób stały dążą do osiągania jak najlepszych wyników prowadzonych działań prośrodowiskowych. Tak więc, przystąpienie do systemu EMAS stanowi wejście do „elitarnego klubu” tych organizacji, które traktują aspekty środowiskowe na równi z innymi elementami prowadzonej działalności oraz w sposób ciągle dążą do poprawy i minimalizacji swojego oddziaływania na środowisko. <http://www.emas.mos.gov.pl/emas1.html>

ochrony środowiska ograniczającej ryzyko, jakie niesie ich działalność gospodarcza oraz powstające w jej wyniku produkty turystyczne zarówno gościom i środowisku destynacji turystycznych, jak i ludności miejscowej (Jędrzejczyk 2000). Prewencyjny charakter programów CP sprawia, że zbędne stają się kosztowne usuwanie skutków działalności produkcyjnej, co powoduje, iż produkcja jest bardziej efektywna. Korzyści ekologiczne wiążą się więc z zyskami ekonomicznymi. Program CP realizowany jest głównie poprzez: stosowanie wiedzy specjalistycznej (*know-how*), usprawnianie technologii oraz zmianę ludzkich postaw.

Ekostategia rozwoju turystyki powinna opierać się na następujących zasadach (Jędrzejczyk 1995):

- najpierw planować rozwój turystyki na danym obszarze, potem go udostępniać;
- promować sposób myślenia całościowego, kompleksowego, holistycznego;
- dla wielkich przestrzeni tworzyć plany centralnego zagospodarowania przestrzennego;
- udostępniać przestrzeń, skupiając się na świadomie wybranych miejscach;
- oszczędzać ziemię, koncentrować zabudowę, zyskiwać wolne przestrzenie;
- szczególnie cenne przyrodniczo tereny pozostawić niezagospodarowane (obszary chronione);
- istniejącą już substancję budowlaną modernizować i lepiej wykorzystywać, a istniejące miejsca noclegowe lepiej zagospodarować;
- ograniczyć zabudowę, ustalić krańcowe możliwości inwestycji terenowych;
- rozwijać turystykę tylko tam, gdzie ludność miejscowa daje przyzwolenie i jest tym rozwojem zainteresowana;
- opierać się przede wszystkim na miejscowej inicjatywie gospodarczej;
- oprzeć rozwój na potencjale miejscowej siły roboczej;
- zbilansować wszystkie ekonomiczne, ekologiczne oraz społeczne korzyści i straty;
- gospodarstwa rolne utrzymać i wzmocnić;
- promować strategię, że koszty pokrywa ten, kto je spowodował (np. zanieczyszczający płaci);
- sprzyjać rozwojowi komunikacji publicznej;
- omijać naturalne przeszkody, pozostawiając naturalne formy ukształtowania terenu;
- promować architekturę w stylu miejscowym i z wykorzystaniem miejscowych materiałów budowlanych;
- selektywnie otwierać się na technikę, szczególnie na czyste technologie.

Do narzędzi stosowanych w celu **sterowania ruchem turystycznym** należą między innymi techniki zarządzania popytem, określane także *demarketingiem* (Kotler 1994). Na obszarze recepcji turystycznej przejawia się to w zredukowaniu działań marketingowych, których celem była zachęta do przyjazdu potencjalnych turystów po przekroczeniu progu chłonności turystycznej (Dunne, Leslie 2002). Kolejnym sposobem ograniczania wielkości ruchu turystycznego na danym terenie jest zachęcanie do odwiedzania innych miejsc i regionów poprzez eksponowanie ich walorów, politykę cenową czy tworzenie sztucznych atrakcji. Zabieg ten pozwala na deglomerację ruchu turystycznego, odciążenie terenów zagrożonych degradacją walorów przyrodniczych i kulturowych. Do kolejnych technik regulowania ruchu turystycznego w destynacjach turystycznych należą przedstawione przez G. Dunne, G. Leslie (2002) oraz A. Niezgodę (2006) takie, jak:

- zamknięcie (*closure*) – technika polegająca na zamknięciu dostępu do najbardziej cennych atrakcji, najczęściej w określonych terminach;
- normy (*quotas*) – umożliwienie zwiedzania tylko określonej liczbie turystów (np. sprzedaż biletów dla wyznaczonej liczby turystów w ciągu dnia);
- kopie (*replicas*) – tworzenie kopii atrakcji turystycznych odwiedzanych przez turystów, zamiast miejsc autentycznych;
- centra turystyczne (*visitor centers*) – tworzenie punktów wyjścia do dalszego zwiedzania atrakcji turystycznych w celu kontroli liczby odwiedzających, ich zachowań i tras przemieszczania. Mogą one pełnić rolę ważnych ośrodków edukacyjnych kształtujących wiedzę i postawę ekologiczną turystów.

Do popularnych sposobów zarządzania obszarami cennymi przyrodniczo należy **zasada strefowania** (*zoning*). Jej wdrażanie polega na delimitacji stref w ramach danego terytorium (kraju, regionu, gminy, parku narodowego itp.) i wyznaczeniu ich funkcji (sprecyzowaniu działań, jakie mogą być podejmowane w wydzielonych strefach). Zasada strefowania, określana także jako Spektrum Możliwości Rekreacyjnych (*Recreation Opportunity Spectrum – ROS*), jest jednym z powszechnie stosowanych narzędzi do zarządzania terenami publicznymi w celu zapewnienia uczestnikom różnorodnych rekreacyjnych doświadczeń i korzyści. ROS opiera się na pojęciu „środka tarczy”, polegającym na takim zarządzaniu terenem, aby środek dzikiego obszaru pozostał w nienaruszonym, pierwotnym stanie. W kolejnych, koncentrycznych strefach zezwala się na coraz więcej oznak ludzkiej interwencji, a najbardziej intensywne zagospodarowanie dotyczy stref peryferyjnych, gdzie zarządzane obszary stykają się z otaczającymi je terenami prywatnymi. Przykładowy podział obszaru chronionego na strefy prezentują tabele 2 i 3.

Tabela 2. Strefy udostępniania parku narodowego dla turystyki (przykład)

Nr strefy	Strefa	Charakterystyka
A	sanktuarium (rdzeń obszaru chronionego)	zamknięta dla rozwoju wszystkich form rozwoju turystycznego, wstęp ograniczony tylko dla pracowników parku i naukowców prowadzących prace badawcze
B	cicha	wstęp ograniczony do małych grup (12-15 osób) przebywających w towarzystwie przewodnika; zwiedzanie dozwolone jedynie pieszo, na nartach biegowych, rowerze, konno, łódką, kajakiem lub pontonem po ściśle wyznaczonych trasach; brak infrastruktury turystycznej w postaci bazy noclegowej i gastronomicznej; duża rola strażników parkowych odpowiedzialnych za koordynację ruchu turystycznego; reklama ograniczona do informacji na temat wycieczek przyrodniczych w małych grupach z przewodnikiem
C	umiarkowana (rozwój turystyki podporządkowanej priorytetom obszaru chronionego z ograniczeniem rozwoju dodatkowej infrastruktury)	wykorzystanie istniejącej bazy noclegowej i gastronomicznej, kemping dozwolony w wyznaczonych miejscach; nieinwestowanie w dodatkową infrastrukturę turystyczną; ruch samochodowy ograniczony lub utrudniony; dozwolone różne formy turystyki, zgodnie z charakterem chronionego krajobrazu; dopuszczalna reklama w ograniczonym zakresie
D	przejściowa	rozwój infrastruktury i form turystyki adekwatny do charakteru obszaru, na małą skalę, zgodnie z lokalnym stylem architektonicznym; popieranie rozwoju turystyki o charakterze przyrodniczym, kulturowym i edukacyjnym, ograniczenie turystyki samochodowej i popieranie transportu publicznego; dozwolona uczciwa promocja
E	otuliny	większa swoboda w rozwoju infrastruktury; działalność gospodarcza zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju; menadżerowie terenów chronionych wspólnie z innymi kluczowymi grupami społecznymi opracowują system transportu, ścieżek turystycznych itp.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Loving them to death? Sustainable tourism in Europe, Nature and National Parks*, Federation of Nature and National Parks of Europe, Grafenau 1993, za: Zaręba 2006.

Tabela 3. Przestrzenna organizacja rezerwatu biosfery

Nr strefy	Strefa	Charakterystyka
A	centralna	służy ochronie różnorodności biologicznej, monitoringowi niezaburzonych lub minimalnie zaburzonych ekosystemów, prowadzeniu badań i innych działań o słabym wpływie na środowisko

cd. tab. 3

B	buforowa	dopuszczalne są rozsądne ekologiczne działania
C	prześciowa	dopuszczalne są różnorodne działania gospodarcze i społeczne, na których lokalne społeczności, władze, naukowcy, organizacje pozarządowe, podmioty gospodarcze i inni zainteresowani współpracują w celu trwałego gospodarowania zasobami

Źródło: Batisse 1982, za: Dobrzańska 2005.

Zasada strefowania jest stosowana także na obszarach nieobjętych ochroną (w postaci form ochrony przyrody). Delimitacja stref ma na celu optymalizację wykorzystania zasobów turystycznych w odniesieniu do konkretnej grupy odbiorców. Umożliwia ona odpowiednie planowanie w przestrzeni zagospodarowania turystycznego oraz wykluczanie bądź minimalizowanie sytuacji konfliktowych, jakie mogą zaistnieć między różnymi typami turystów o sprzecznych potrzebach i preferencjach (np. uczestnikami ekoturystyki kontemplacyjnej i motokrosów). Określenie funkcji wydzielonych stref poprzez wprowadzenie w postaci oferty turystycznej (rodzaju i intensywności infrastruktury turystycznej, turystycznych usług) adresowanej do określonego segmentu (typu) turystów jest skutecznym sposobem sterowania ruchem turystycznym w czasie i przestrzeni.

Do metod zachęcających turystów do zachowań odpowiedzialnych za środowisko należą techniki psychologiczne omówione między innymi w opracowaniu, jakie zaprezentowali P.A. Bell, Th.C. Greene, J.D. Fisher, A. Baum (2004). Należą do nich zarówno strategie uprzedzające (prewencyjne), jak i następcze.

Strategie uprzedzające mają na celu interwencję przed zachowaniem. Zmiana postawy następuje poprzez **przekazy perswazyjne** lub informacje o pożytkach, jakie może przynieść środowisku na przykład masowy transport. Do najbardziej przekonujących należą argumenty odwołujące się do zdrowia lub dochodów danej osoby. Celem działań jest uzmysłowienie turystom ścisłego związku między stanem środowiska przyrodniczego a jakością ich życia i spowodowanie, aby ludzie zaczęli się tym przejmować. Sprawi to, iż deklaracje ochrony przyrody będą popierane autentyczną postawą i działaniami zmierzającymi w tym celu. Należy także pokazać (**postawa wzorcowa**), jak powinni się zachowywać, zgodnie z tym, czym już się przejmują. Rolę wzorca mogą pełnić: przewodnik turystyczny, nauczyciel, organizator czasu wolnego, jak również osoba będąca autorytetem dla danej grupy społecznej, na przykład dla młodzieży znany aktor, idol muzyczny, czy sportowiec, którego zachowania będą chętnie naśladowane. Modelowanie jest najbardziej skuteczne, kiedy model jest postrzegany pozytywnie, a zarazem staje się podobny do obserwatora. Podpowiedzi mogą

stanowić filmy, prezentacje wideo. Wykazano, iż osoby **podejmujące pisemne, jawne zobowiązanie**, w większym stopniu deklarują prośrodowiskową postawę w konkretnym zachowaniu (propozycję stanowi podpisywanie w hotelach, czy przy wejściu do parku narodowego zobowiązania: będę chronił przyrodę). Im silniej potrafimy zobowiązać ludzi do działania w sposób odpowiedzialny środowiskowo, tym większe będzie prawdopodobieństwo ich zaangażowania się w takie zachowania. Istotne jest jasne sprecyzowanie celu działania. Cele konkretne i trudne prowadzą z większym prawdopodobieństwem do zmiany w zachowaniu niż cele ogólne i łatwe. Stosowana bywa także technika określana „**wkładaniem stopy w drzwi**”. Polega ona na przechodzeniu od prośby ogólnej, po uzyskaniu aprobaty, do prośby konkretnej – na przykład prośba o podpisanie petycji w bardzo szacownej sprawie środowiskowej. Po niej następuje prośba poważniejsza – na przykład o segregowanie w celu recyklingu opakowań po napojach. Ponieważ ludzie ulegając drobnej prośbie wstępnej, zaczynają postrzegać siebie jako zainteresowanych ochroną środowiska, są bardziej skłonni przychylić się do drugiej, poważniejszej prośby, niż osoby, którym nie przedstawiono prośby wstępnej. Konieczne jest stosowanie umiejętnych **podpowiedzi** (sygnałów zawierających jakiś przekaz), na przykład tabliczki: „puste pokoje kochają ciemność”, „nie depcz mnie – dziękuję – kwiatek”; tablice z ciekawymi, przedstawionymi z humorem rysunkami, jak należy bądź nie należy zachowywać się w danym miejscu. Podpowiedzią jest także odpowiedni kosz na śmieci (np. dla dzieci kosze w kształcie kapelusza, bądź „mówiące dziękuję”), jak również środowisko czyste z niewielką ilością śmieci (zauważalny dysonans).

Strategie następcze (interwencja po zachowaniu) obejmują techniki wzmacniania i informacji zwrotnych:

- wzmocnienie pozytywne – nagrody za wykonanie czegoś pozytywnego dla środowiska przyrodniczego (np. pieniądze, niższe ceny);
- wzmocnienie negatywne przynosi ulgę w niekorzystnej sytuacji (związanej np. z wysokimi rachunkami za energię) w zamian za zachowanie pożądane (np. obniżenie temperatury za pomocą termostatu);
- kara – nieprzyjemne konsekwencje (np. w postaci grzywny).

Przykładowe programy:

- pasy zarezerwowane dla pojazdów z wieloma pasażerami (*high occupancy vehicle* – HOV) na autostradach są podpowiedzią dla tych, którzy nie stosują grupowego używania samochodów, a także karą dla nich, ponieważ są przymusowo kierowani na wolniejsze pasy, za bezprawną jazdę pasem HOV płaci się mandat;
- kaucja za butelki i inne opakowania;
- podawanie w mediach informacji zwrotnych dotyczących śmiecenia w wybranych rejonach;

- tablica informacyjna w jednym z parków narodowych w USA zawierała ofertę: albo 25 centów (przesyłanych pocztą), albo szansę wygrania wyższej nagrody, jeśli ktoś zbierze śmieci do załączonego worka i wypełni kartę informacyjną podając swoje nazwisko i adres;
- informacja zwrotna – może być wzmocnieniem, jako sygnał kompetencji, wiadomość, że robimy coś właściwie (np. zbiórka papieru do recyklingu była znacznie większa w punkcie, gdzie podawano: WCZORAJ ZEBRALIŚMY... ..PAPIERU DO RECYKLINGU, niż w punkcie, gdzie przy kontenerze znajdowała się wyłącznie tabliczka: PAPIER DO RECYKLINGU).

Apele o działanie prośrodowiskowe, oparte na perswazji moralnej lub zmianie relacji społecznych, są mało efektywne w porównaniu z takimi interwencjami, jak nagrody i kary, które przynoszą bezpośrednią korzyść lub szkodę jednostce. Podejścia te jednak mogą być dosyć drogie, a pewne dane świadczą ponadto, że po wycofaniu wzmacniających konsekwencji efekty często zanikają. Dlatego stosowane są też alternatywne techniki (por. Bell, Greene, Fisher, Baum 2004).

Trudności w realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej

Doświadczenia dwóch dekad wynikające z próby wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju turystyki w praktyce wykazują mankamenty zarówno teorii, jak i skutków podjętych działań. Uwagi krytyczne dotyczące teorii odnoszą się głównie do jej ogólnego, wieloznacznego charakteru (patrz **wielość definicji** tego pojęcia), co w praktyce może prowadzić do uproszczeń, na przykład sprowadzania turystyki zrównoważonej do turystyki w „małej skali” lub rozwoju wybranych form turystyki postrzeganych jako proekologiczne (np. turystyka rowerowa, agroturystyka, ekoturystyka itp.). Problemem jest także **nadużywanie określenia „turystyka zrównoważona”**, podobnie jak przedrostka „eko”, jako hasła promocyjnego, bez respektowania przedstawionych zasad jej rozwoju.

Kolejnym zagadnieniem związanym z turystyką zrównoważoną, które spotyka się z krytyką, jest fakt, że zajmuje się ona przede wszystkim optymalizacją korzyści dla środowiska przyrodniczego i społeczności związanych z obszarem recepcji turystycznej (a także optymalizacją przeżyć turystycznych). W konsekwencji pomijana jest „druga” strona równania rozwoju turystyki – regiony dostarczające turystów, a jest to szczególnie ważne, zważywszy, iż rozwój zrównoważony wymaga globalnej, całościowej perspektywy. Regiony generujące turystów także czerpią korzyści z rozwoju, na przykład poprzez działalność lotnisk pełniących rolę biegunów wzrostu gospodarczego (Niezgoda 2006).

R. Butler (2005) wskazuje, że podstawowa zasada rozwoju turystyki zrównoważonej, określana jako „potrójna linia przewodowa” (*triple bottom line*), oznaczająca, iż interesy i punkt widzenia sektora ekonomicznego, społecznego i środowiska naturalnego są tak samo ważne i żaden z nich nie dominuje, w praktyce jest rzadko respektowana. W większości przypadków prawie zawsze pierwszeństwo ma rozwój i planowanie przed czynnikami ekologicznymi, za czym opowiada się wielu mieszkańców miejsc recepcji turystycznej, którzy chętnie akceptują fakt, iż turystyka generuje miejsca pracy i dochód (Snepenger, Johnson 2005).

Dążenie do osiągnięcia podstawowych zasad zrównoważonego rozwoju turystyki w praktyce jest trudne do osiągnięcia zarówno z powodu różnej interpretacji samego pojęcia, jakim jest turystyka zrównoważona, jak i z konieczności **kompromisu bardzo wielu interesariuszy** zaangażowanych w ten rozwój na danym terenie. Bardzo trudnym zadaniem jest także rozpoznanie **granic rozwoju turystyki**, czy **chłonności turystycznej**. Natomiast, wskaźniki te mają fundamentalne znaczenie dla zrównoważonego rozwoju dokonującego się w granicach istniejących bogactw naturalnych i nieuszczipającego ich do takiego stopnia, aby przyszłe społeczeństwa zostały pozbawione możliwości dostępu do nich i została zagrożona zasada odnawialności bogactw naturalnych.

Dążenie do **ciągłego rozwoju** może doprowadzić do pogorszenia się jakości doświadczeń turystów oraz cech środowiska naturalnego i socjokulturowego w miejscu recepcji turystycznej. Może to doprowadzić do zmniejszenia się atrakcyjności turystycznej tego obszaru, zmniejszenia liczby przyjeżdżających turystów i w konsekwencji obniżenia dochodów z turystyki (por. model cyklu życia obszaru turystycznego – Butler 1980).

Rozwój turystyki oparty na zasadach marketingowych, dbałości o satysfakcję użytkowników oferty turystycznej wymaga jej dostosowania do potrzeb i preferencji turystów. Działanie takie często powoduje zmiany charakteru destynacji turystycznej, czasami stopniowej, a czasami naglej i radykalnej, co pozbawia te miejsca oryginalnych cech i prowadzi do tworzenia, kreowania produktów oderwanych od autentycznych walorów. Już w latach 50. XX wieku zjawisko to było określane mianem „oderwania od środowiska geograficznego” (Wolfe 1952).

R. Butler (2005) podkreśla, iż dążenie do połączenia celu turystyki zrównoważonej, jakim jest według definicji jej długoterminowy rozwój z innymi celami (np. zachowaniem naturalnej scenerii), jest zadaniem niezmiernie trudnym. Na przykład, jeśli wyjątkową atrakcją była plaża, to zastąpienie jej basenami – kiedy woda zostanie skażona lub plaża nie będzie mogła pomieścić turystów – może okazać się środkiem zaradczym na krótką metę. Baseny nie kryją w sobie nic osobliwego i wkrótce będzie je trzeba rozbudować oraz wyposażać w dodatkowe atrakcje (sztuczną falę, zjeżdżalnie, utworzenie wodnego parku rozrywki, który

z czasem stanie się przestarzały). Miejsce recepcji turystycznej wpada w wir rywalizacji z nowymi konkurentami, z supernowoczesnymi obiektami wodnymi, w miejscu lepiej do tego przystosowanym. Aby konkurować, destynacje turystyczne zmuszone są zbudować nowe obiekty, często niezwiązane z charakterystycznymi dla tego miejsca cechami, i wkrótce okazuje się, że jest upstrzone całą gamą niepowiązanych, sztucznych obiektów i nie posiada żadnego wyróżniającego się obiektu.

Przykładem wdrożenia definicji turystyki zrównoważonej zakładającej jej długoterminowy rozwój jest Las Vegas. W odniesieniu do tego miasta można stwierdzić:

- stały rozwój turystyki, gdzie miasto odnosi korzyści wyłącznie ze skoncentrowania się na ludzkiej słabostce (hazardzie). Jego obiekty są mocno powiązane z tą podstawową cechą;
- miasto znalazło sposób na przedłużenie turystycznej atrakcyjności (większe i bardziej świecące jest lepsze);
- podobnie jak w przypadku działalności parku Disneya, zawsze zakładano, że jeśli specyficzne elementy parków rozrywki zaczną wykazywać spadek popularności, to zostaną zastąpione nowymi atrakcjami i w dalszym ciągu prowadzona będzie zyskowna działalność.

Rozwój zrównoważony według kryterium czasu (długookresowy), jak zauważa R. Butler (2005), oparty był, w wypadku omówionych przykładów, na ciągłej odnowie i wymianie, która była przewidywana od początku i okazała się ogólnie pomyślna.

Według definicji turystyki zrównoważonej (w której jest eksponowane kryterium scenerii), jeśli miejsce recepcji turystycznej kładzie nacisk na wysoką jakość środowiska, długoterminowy, a nie krótkoterminowy, zysk oraz turystykę selektywną, a nie masową, to prawdopodobnie przyciągnie ono bardziej wymagającą klientelę, nie zainteresowaną wyłącznie ceną (turystę zamożnego). Mniejsza liczba bogatych turystów dbających o ekologię stanowi wymagający segment rynku. Przytaczanym przez R. Butlera (2005) przykładem destynacji turystycznej dążącej do wdrożenia tej definicji w praktyce jest miasto Calvi na Majorce. Podjęto w nim wiele działań: zmieniono ustawodawstwo, wprowadzono nowy podatek (Ecotax), dokonano zmian fizycznych w ośrodkach turystycznych, łącznie z wyburzeniem starych hoteli, poprawą środowiska fizycznego i próbą zaspokojenia innych aspektów zrównoważonego rozwoju w takich dziedzinach, jak: transport, oszczędzanie energii, recykling. Jednakże, w fazie wdrożeniowej dostrzeżono opór pewnych elementów przemysłu turystycznego oraz opozycji politycznej, które wymogły na władzach lokalnych zmiany: uchylenie podatku Ecotax i powrót do „normalności”, pomimo zapewnień, że są to działania w kierunku równowagi ekologicznej.

Niepowodzenie Calvii, choć podjęła ona chwalebny próbę, dowodzi potrzeby wsparcia wszystkich interesariuszy, jeśli mają być podjęte poważne kroki w kierunku zachowania równowagi ekologicznej (Dodds 2005). Przyczyny niepowodzenia Calvii wynikały z:

- priorytetu kryteriów ekonomicznych;
- niejasności i niepewności co do nienaruszalności równowagi ekologicznej;
- problemów instytucjonalnych;
- sprzecznych celów wśród interesariuszy;
- niedostatecznej wiedzy uczestników o celu podejmowanych działań (Dodds 2005).

K. Giordano (2006) na podstawie przeprowadzonych badań z zakresu planowania zrównoważonego rozwoju gminy w praktyce stwierdziła, iż w procesie tym gminy nawet mimo wielkiej chęci realizacji tego obowiązku napotykały na wiele ograniczeń związanych przede wszystkim z barierą prawną, informacyjną, formalną, kadrową, finansową i społeczną.

Ograniczenia rozwoju turystyki zrównoważonej wskazywane przez obserwatorów prób wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w gospodarce turystycznej wynikają z wielu problemów (za Butler 2005).

Nigdy nie da się rozwinąć turystyki całkowicie nienaruszającej równowagi ekologicznej. Takie założenie jest fikcją (McCool, Moisey 2001). Na przykład, niezbędny transport uzależniony jest od energii nieodnawialnej.

Wdrażając zasady zrównoważonego rozwoju, należy uzyskać zgodę wszystkich grup interesów na przyjęcie określonych celów oraz porozumienie na temat procedur tworzenia i wdrażania polityki, a także akceptację środków przymusu i kar, jeśli zachodzi taka potrzeba. Interesariusze muszą zaakceptować zakres obowiązków.

Trzeba ponieść realne koszty finansowe zmian w metodach działania oraz ryzyka, że wdrożenie takiej polityki nie przyczyni się do zwiększenia atrakcyjności miejsca recepcji ruchu turystycznego w oczach turystów, w ten sposób zapewniając o jego długoterminowej rentowności.

Przemysł turystyczny, pomimo oczywistej aprobaty zasad turystyki zrównoważonej, zdaje się nie być przekonany, co należy zrobić, zwłaszcza że jednym z rezultatów jest wyższa cena. „Zniechęca to wielu turystów. Nawet niewielka podwyżka ceny w znacznym stopniu wpływa na wielu ludzi, ponieważ koszt wakacji jest dla nich ważniejszy od miejsca, w którym je spędzają ...” (Brackenbury 2002 – przedstawiciel UNWTO).

W dalszym ciągu nie wiadomo, czy większość turystów naprawdę gotowa jest ponieść wyższe koszty i być może utracić nieco swobody działania po to, by pozwolić miejscom recepcji turystycznej podążać w kierunku osiągnięcia równowagi

ekologicznej, pomimo ciągłych zapewnień ze strony grup nacisku i organizacji pozarządowych, że tak naprawdę jest (Miller 2000).

Przyczyny niepowodzenia wdrażania często dobrze wyrażonej polityki zrównoważonego rozwoju wynikają więc głównie z konieczności ponoszenia kosztów, a stopień ryzyka lub niepewności urzeczywistnia się po długim czasie, oraz faktu, iż dla większości polityków i touroperatorów **krótkoterminowy, ekonomiczny punkt widzenia jest najważniejszy** i dominujący.

Turystyka zrównoważona jest postrzegana jako *guiding fiction* – coś co nie istnieje, ale jest dobrym stanem, do którego miejsca recepcji turystycznej powinni dążyć (McCool, Moisey, za: Butler 2005). Dla pragmatycznych realistów pojęcie turystyki zrównoważonej kojarzy się ze zdrowym rozsądkiem, ponieważ życie w pewnych granicach, zachowanie zasobów dla potomnych i niekalanie własnego gniazda jest czymś, co większość sensownie myślących ludzi (oraz innych żywych stworzeń) robi automatycznie. Niestety, często zapomina się o tym w życiu społecznym, a dopóki tego nie zrobimy, osiągnięcie równowagi ekologicznej w turystyce lub jakiegokolwiek innej działalności gospodarczej pozostanie nadzwyczaj trudne (Butler 2005). **Ponadto, nie można traktować turystyki jako środka prowadzącego zawsze do rozwoju. Trudno też określić zasady rozwoju turystyki, które będą użyteczne dla każdego miejsca i dla każdego czasu** (Niezgoda 2006).

Wobec powyższych rozważań wydaje się, iż podstawową drogą zmierzającą do wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju turystyki jest szeroka, ogólnospołeczna popularyzacja Globalnego Kodeksu Etyki w Turystyce (1999) odnoszącego się do wszystkich uczestników tego rozwoju.



Ryc. 2. Logo Globalnego Kodeksu Etyki w Turystyce – *Global Code of Ethics for Tourism*

Źródło: UNWTO, http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng.html

Literatura

- Batisse M., 1982, *The Biosphere Reserve: A Tool for Environment Conservation and Management*, Environmental Conservation, 2
- Bell P.A., Greene Th.C., Fisher J.D., Baum A., 2004, *Psychologia środowiskowa*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk

- Bohdanowicz P., 2005, *Turystyka a świadomość ekologiczna*, Wyd. A. Marszałek, Toruń
- Brackenbury M., 2002, *Unpublished statement*, World Tourism Organization, Madrid
- Butler R., 1980, *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources*, *The Canadian Geographer*, 24, 5-12
- Butler R., 1993, *Tourism – an Evolutionary Perspective*, w: *Tourism and sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, red. J.G. Nelson, R.W. Butler, G. Wall, University of Waterloo Press, Waterloo, 25-39
- Butler R., 2005, *Problemy miejsc recepcji turystycznej ze zrównoważonym rozwojem*, w: *Turystyka w badaniach naukowych*, red. R. Winiarski, W. Alejski, AWF w Krakowie, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Kraków-Rzeszów, 35-48
- Dobrzańska B., 2005, *Obszary przyrodniczo cenne*, w: *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych*, red. B. Poskropko. Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok, 9-24
- Doods R., 2005, *Barriers to Effective Implementation of Policy: Sustainability in Tourism Destination*. PhD Thesis, University of Surrey, Guildford
- Dunne G., Leslie G., 2002, *An Overview of Carrying Capacity Indicators and Visitors Management*, w: *Tourism and the Environment. Sustainability in Tourism development*, red. N. Andrews, F. Convery, S. Flanagan, J. Ruddy, Dublin Institut of Technology
- Dysarz R., 1993, *Charakter przekształceń środowiska geograficznego obszarów użytkowanych rekreacyjnie na wybranych przykładach w strefie pojezierzy*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Bydgoszczy, Bydgoszcz
- Giordano K., 2006, *Planowanie zrównoważonego rozwoju gminy w praktyce*, Wyd. KUL, Lublin
- Jędrzejczyk I., 1995, *Ekologiczne uwarunkowania i funkcje turystyki*, Wyd. „Śląsk”, Katowice
- Jędrzejczyk I., 2000, *Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategia w zarządzaniu firmą*, PWN, Warszawa
- Kamieniecka J., 1998, *Ekopolityka w turystyce. Raport o zmianach możliwych i potrzebach*, Warszawa
- Kiryłuk H., Borkowska-Niszczona M., 2005, *Turystyka zrównoważona*, w: *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych*, red. B. Poskropko, Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok, 46-64
- Kotler Ph., 1994, *Marketing, analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wyd. Gebethner i Ska, Warszawa
- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, *Prace i Studia Geograficzne*, 35, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 155-197
- Krippendorf J., 1975, *Die Landschaftfresser. Tourismus und Erholungslandschaft – Verderben oder Segen?* Bern, Stuttgart
- McCool S.F., Moisey R.N. eds, 2001, *Tourism, Recreation and Sustainability*, Wiley and Sons, Chichester
- Mika M., 2004, *Turystyka a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński, Kraków
- Miller G., 2000, *The Development of Indicators for the Promotion of Sustainable Tourism*, PhD Thesis, University of Surrey, Guildford
- Niezgoda A., 2006, *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań
- Parks for Life. Action for Protected Areas in Europe*, IUCN, Gland 1994
- Rouba H., 1998, *Koncepcja Czystszej Produkcji jako metoda wdrażania ekorozwoju*, w: *Sterowanie ekorozwojem*, red. B. Poskropko, t. II – Zarządzanie w warunkach ekorozwoju, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok
- Snepenger D.J., Johnson J.D., 2005, *Resident's Perceptions of Tourism Development Over the Early*

- Stages of the TALC*, w: *Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*, red. R.W. Butler, Chanellview Publications, Celvedon, 222-236
- Szczepanowski A.E., 2005, *Kształtowanie turystyki zrównoważonej na obszarach przyrodniczo cennych*, w: *Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych*, red. B. Poskropko, Wyd. Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok, 65-85
- Wolfe R.I., 1952, *Wasaga Beach – the Divorce from the geographic environment*, *The Canadian Geographer*, 2(1), 57-66
- Zajadacz A., 2005, *Turystyka alternatywna – zarys genezy i idei*, *Problemy Turystyki*, 3-4, Instytut Turystyki, Warszawa, 3-15
- Zaręba D., 2006, *Ekoturystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

Dokumenty, akty prawne

- Action for more sustainable European tourism – Report of Tourism Sustainability Group*, 2007
- „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej” – Komunikat Komisji Wspólnot Europejskich. Bruksela 19.10.2007, KOM (2007)621, <http://eur-lex.europa.eu>
- Globalny Kodeks Etyki w Turystyce – Global Code of Ethics for Tourism*, 1999, UNWTO http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng.html
- Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, WTO, II wyd., Madryt 1998.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. Rozdz. 1, art.5. Zgromadzenie Narodowe (DzU z 16 lipca 1997 r.).
- Rekomendacja No. R(95) 10 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie polityki zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarach chronionych (Przyjęta przez Komitet Ministrów 11 sierpnia 1995, na 543 spotkaniu delegatów). Rada Europy. Komitet Ministrów. http://www.eko.org.pl/lkp/prawo_html/recomend_turist_pl.html (16.08.2007)
- Strategia zrównoważonego rozwoju Polski do 2025 r. – wytyczne dla resortów opracowujących strategie sektorowe*. Ministerstwo Środowiska, Warszawa 1999
- Ustawa o ochronie i kształtowaniu środowiska z 31 stycznia 1980 r. (DzU 94.49.196) ze zmianami (DzU 00.48.550 z 14 czerwca 2000 r.).
- Ustawa prawo ochrony środowiska z 27 kwietnia 2001 r., art.3., pkt 50 (DzU 2001.62.627 z 20 czerwca 2001 r.).
- Ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 23 marca 2003 r. Rozdz. 1, art. 1 (DzU z 2003 r. nr 80, poz. 717).
- Wytyczne dotyczące zasad i zakresu uwzględniania zagadnień ochrony środowiska w programach sektorowych*. Rada Ministrów, Warszawa 2002, s. 23-24.
- Zaktualizowana prognoza oddziaływania na środowisko projektu Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013* Opracowanie wykonane na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki i Pracy, Instytutu na Rzecz Ekorozwoju, 2006.

Załącznik

Wykaz deklaracji, konwencji i programów europejskich oraz międzynarodowych poruszających zagadnienia turystyki i środowiska oraz założeń turystyki zrównoważonej

- V Plan Działań Unii Europejskiej na rzecz Zrównoważonego Rozwoju, 1993 (UE uznała w nim turystykę za jedną z najważniejszych dziedzin gospodarki, która wymaga podjęcia konkretnych inicjatyw proekologicznych), *The Fifth EC Environmental*

Action Programme oraz dokumenty uzupełniające: *Progress Report on implementation of the European Community Programme of Policy and Action in relation to the environment and sustainable development "Towards sustainability"* (1996) i *Decision No 2179/98/EC of the European Parliament and of the Council on the review of the European Community programme of policy and action in relation to the environment and sustainable development "Towards sustainability"*

- VI Plan Działań Unii Europejskiej na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju, 2001
- Karta Zrównoważonej Turystyki, 1995, Światowa Konferencja o turystyce zrównoważonej w Lanzarote, *Charter for Sustainable Tourism World Conference on Sustainable Tourism, meeting in Lanzarote, Canary Islands, Spain, 1995*
- Agenda 21 dla Podróży i Przemysłu Turystycznego (WTO, WTTC, Earth Council), 1996 (wytyczne dla rządów i krajowych agend turystycznych), *Agenda 21 for Travel and Tourism Industry Towards Environmentally Sustainable Development*, the World Travel & Tourism Council, the World Tourism Organization, the Earth Council
- Deklaracja berlińska, 1997 „Bioróżnorodność a turystyka zrównoważona” – międzynarodowa konferencja Ministrów Ochrony Środowiska, *Berlin Declaration, Biological Diversity and Sustainable Tourism*
- Globalny Kodeks Etyki w Turystyce, 1999, World Tourism Organization, *Global Code of Ethics for Tourism, The General Assembly of the WTO*
- Deklaracja na rzecz turystyki zrównoważonej, Inicjatywa Biur Podróży i Tour-operatorów, 2000, *Statement of Commitment to Sustainable Tourism, Tour Operators' Initiative*
- Deklaracja na rzecz Turystyki i Bioróżnorodności, Inicjatywa Organizacji Pozarządowych, 2000, *NGO Statement on Tourism and Biodiversity*
- Deklaracja z Lille na rzecz Europejskiej Sieci Greenways, 2000, European Greenways Association, *Declaration towards an „European Greenway Network”*
- Program Narodów Zjednoczonych na Rzecz Środowiska, 2000, *United Nations Environment Program, Draft Principles, Part 1, Part 2*
- Konwencja na Rzecz Bioróżnorodności – Turystyka zrównoważona w ekosystemach cennych przyrodniczo, CBD, UNEP, 2001, *Convention on Biological Diversity (CBD) – Draft International CBC Guidelines for Activities Related to Sustainable Tourism Development in Vulnerable Terrestrial, Marine and Coastal Ecosystems and Habitats of Major Importance for Biological Diversity and Protected Areas, Including Fragile Riparian and Mountain Ecosystems*
- Europejska Karta na Rzecz Turystyki Zrównoważonej na obszarach chronionych, na podst. Dokumentu „Loing them to death?” Federacji Parków Narodowych i Rezerwatów Przyrody z 1991 r., *The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas*, Federation of Nature and National Park of Europe (FNNPE)
- Ekoturystyczna Deklaracja z Quebec, 2002, pod auspicjami UNEP i WTO, *Quebec Declaration on Ecotourism*,
- Deklaracja Babiogórska na rzecz rozwoju zrównoważonej turystyki na terenach górskich, 2002 pod auspicjami Ecological Tourism in Europe (Bonn), UNEP, MAB Committee, *Babia Góra Declaration on Sustainable Tourism Development in Mountain Areas*
- Międzynarodowy Rok Ekoturystyki i Międzynarodowy Rok Gór, *UN General Assembly Resolution, 2002*

Źródło: D. Zaręba, *Materiał instruktazowy. Branża turystyczna. Czysta turystyka* – opracowanie w ramach projektu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej – Life04 env/PL/000673, 2006.

Joanna Śniadek, Alina Zajadacz

Propozycja rozwoju optymalnych form turystyki w gminie Zbąszyń

Pod pojęciem „optymalnych form turystyki” rozumieć należy takie jej formy, które wykorzystują walory turystyczne danego obszaru zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, a jednocześnie występuje na nie popyt na określonych rynkach docelowych. Dla badanego obszaru za optymalne uznano formy turystyki, których rozwój opiera się na:

- oryginalnych cechach związanych z tożsamością historyczną, kulturową, społeczną badanego regionu;
- walorach przyrodniczych (z uwzględnieniem stanu środowiska przyrodniczego);
- istniejącej infrastrukturze, zabudowie, która stwarza możliwości adaptacji dla potrzeb turystyki i wypoczynku.

Do podstawowych założeń przyjętych w trakcie opracowywania niniejszej propozycji należało sporządzenie zróżnicowanej oferty turystycznej:

- w czasie (propozycje w ujęciu sezonowym, całorocznym; imprezy, wydarzenia cykliczne);
- w przestrzeni – delimitacja przestrzeni turystycznej w zależności od charakteru walorów turystycznych, specyfiki zagospodarowania turystycznego oraz stopnia odporności środowiska przyrodniczego na użytkowanie turystyczne;
- w odniesieniu do potrzeb i preferencji różnych typów turystów;
- konkurencyjnej względem oferty innych ośrodków turystycznych, zwłaszcza zlokalizowanych w strefie Pojezierza Wielkopolskiego;
- nowoczesnej – odpowiadającej współczesnym trendom obserwowanym w turystyce zarówno w skali krajowej, jak i globalnej.

Propozycja respektuje założenia przyjęte w opracowaniach planistycznych oraz strategicznych dotyczących turystyki i rekreacji w województwie wielkopolskim¹, jak również plany miejscowe (Silski 2000).

¹ *Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do roku 2020* – dokument przyjęty przez Sejmik Województwa Wielkopolskiego 19.12.2005 r., <http://www.wielkopolska.mw.gov.pl>;

Szansą dla rozwoju turystyki w gminie Zbąszyń jest zmiana jej wizerunku jako miejsca o „wygasającej” funkcji turystycznej (co spowodowane jest zanieczyszczeniem Jeziora Zbąszyńskiego) na centrum turystyki aktywnej. Kanwą produktu turystycznego powinna być:

- nowoczesna infrastruktura sportowo-rekreacyjna i edukacyjna z bogatą ofertą usługową w zakresie: narciarstwa wodnego, obserwatorium astronomicznego oraz parku linowego;
- rekonstrukcja dziedzictwa kulturowego w atrakcyjnej współcześnie formie;
- zachowana „enklawa ciszy” dla licznych osób, które obecnie odwiedzają badany teren w celu „ucieczki od cywilizacji”.

Propozycja budowy **wyciągu nart wodnych** na Jeziorze Zbąszyńskim jest odpowiedzią na obserwowane współcześnie zainteresowanie turystyką aktywną. Brak tego typu obiektu w Wielkopolsce powoduje, że byłaby to obecnie inwestycja bezkonkurencyjna. Ponadto, narciarstwo wodne może przyczynić się do poprawy jakości wody w jeziorze. Analizy prowadzone na wodach jeziora Necko wykazały, iż w wyniku eksploatacji wyciągu narciarskiego nastąpiło dotlenienie i polepszenie ich jakości. Ślizgi nart wodnych powodują lepsze natlenienie wody (zwłaszcza w strefie przypowierzchniowej). Tego typu infrastruktura stanowi jeden z niewielu przykładów urządzeń rekreacyjnych poprawiających czystość wód powierzchniowych (Młynarczyk 2008).

Obserwatorium astronomiczne stanowi oryginalną propozycję wykorzystania dużej kubatury dworca kolejowego w Zbąszyniu. Wielkość obiektu stwarza duże możliwości prowadzenia zarówno obserwacji astronomicznych, tematycznych seansów z wykorzystaniem technik multimedialnych (np. symulacja lotów kosmicznych), wystaw, imprez o charakterze popularnonaukowym, lekcji, wykładów, czy szkoleń. Obserwatorium powinno umożliwiać poznawanie aktywne, przeprowadzanie doświadczeń, sprawdzanie własnych reakcji i odczuć w warunkach ekstremalnych (np. odczucia stanu nieważkości). Adresatami oferty są zarówno przedstawiciele świata nauki, studenci, młodzież szkolna, jak również grupy zorganizowane i turyści indywidualni zainteresowani astronomią.

Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-2013, <http://www.wrpo.wielkopolskie.pl>; *Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim na lata 2007-2013*, Wielkopolska Organizacja Turystyczna, Instytut Turystyki w Warszawie.

Studium rekreacji. Plan zagospodarowania przestrzennego woj. wielkopolskiego, Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu, Poznań 2004.

Studium rekreacji. Plan zagospodarowania przestrzennego woj. wielkopolskiego. Region wolsztyński, nadobrzeński i nowotomyski, Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu, Poznań 2005.

Park linowy to obiekt rekreacyjno-rozrywkowy, którego budowie sprzyja zwarty kompleks leśny we wschodniej części gminy (okolice Stefanowic, Chrośnicy). Jego powstanie byłoby odpowiedzią na potrzeby związane z aktywnym wypoczynkiem w naturalnym środowisku. Stanowiłby także uzupełnienie oferty turystycznej gminy adresowanej do ludzi młodych, nastawionych na sport i przeżycia.

Rekonstrukcja dziedzictwa kulturowego w atrakcyjnej współcześnie formie dotyczy zarówno walorów materialnych, zwłaszcza w Zbąszyniu i Łomnicy², jak również większego wyeksponowania dziedzictwa duchowego Regionu Kozła (ginących zawodów, jak kowalstwo w Nądni, tradycji chmielarstwa i wikliniarstwa, miejscowych obrzędów, jak np. Wesele Przyprostyńskie, a zwłaszcza gry na kozle). Unikalny koloryt miejsca powinien być wynikiem dbałości o estetykę krajobrazu, organizacji ciekawych imprez nawiązujących do tożsamości kultury ludowej, kuchni regionalnej i gościnności miejscowej ludności. Nawiązaniem do tradycji chmielarstwa mógłby być w Zbąszyniu obiekt na wzór poznańskiej „Brovarii”, gdzie można by degustować i obserwować ważenie się piwa przy dźwiękach muzyki z udziałem kozła, ale w nowoczesnym stylu (podobnie jak zespół „Zakopower” uwspółcześnił muzykę góralską).

Jako „**enklawę ciszy**” proponuje się tereny leśne w północnej części gminy, w okolicy Łomnicy i Przychodka, ze względu na zwarty charakter kompleksu leśnego gwarantujący „ucieczkę od cywilizacji” (często wskazywany motyw przyjazdu turystów do gminy Zbąszyń), jak również funkcjonowanie ciekawych gospodarstw agroturystycznych. Lokalizację drugiej „strefy ciszy” przewiduje się w części południowej, w okolicach jeziora Mączne, z uwagi na formy ochrony przyrody: fragment obszaru chronionego krajobrazu „Pojezierze Sławskie, Pradolina Obry i Rynna Zbąszyńska”, użytek ekologiczny „Byczy Dół” oraz prowadzoną na tym terenie edukację ekologiczną (przez pracowników Nadleśnictwa Wolsztyn) po wyznaczonej ścieżce dydaktycznej.

Za optymalny dla gminy Zbąszyń uznano rozwój takich form turystyki, jak:

- turystyka kwalifikowana (kajakowa, żeglarska, motorowodna, rowerowa, konna i in.);
- rekreacja i sport (narciarstwo wodne, skutery wodne, quady, wędkarstwo, zabawy w (linowym) parku rozrywki, zbieranie grzybów i in.);
- turystyka kulturowa i krajoznawcza (udział w imprezach kulturalnych, zwiedzanie);

² Por. S. Wojciechowski, rozdz. *Urbanistyczna koncepcja zagospodarowania turystycznego gminy Zbąszyń*.

- agroturystyka i ekoturystyka (wypoczynek w gospodarstwach rolnych, obserwacja przyrody itp.) – tabela 1;
- turystyka edukacyjna (zwiedzanie obserwatorium astronomicznego, ścieżek dydaktycznych, tematycznych, szlaków turystycznych).

Tabela 1. Proponowane formy turystyki na terenie gminy Zbąszyń

Forma turystyki	Kanwa produktu turystycznego	Segmenty docelowe
Kulturowa Krajoznawcza Edukacyjna	dziedzictwo kulturowe regionu (folklor, imprezy kulturalne, działalność zespołów folklorystycznych, unikatowy instrument muzyczny – kozioł)	<ul style="list-style-type: none"> • dzieci i młodzież szkolna • mieszkańcy Wielkopolski, Dolnego i Górnego Śląska • aglomeracja berlińska
Żeglarska, kajakowa Narciarstwo wodne Wędkarstwo Wypoczynkowa nad wodą (kąpiele, plażowanie)	Jezioro Zbąszyńskie	<ul style="list-style-type: none"> • amatorzy sportów wodnych (Wielkopolska) • wędkarze (Wielkopolska) • dzieci i młodzież szkolna • rodziny z dziećmi
Kajakowa Wędkarstwo	rzeka Obra	<ul style="list-style-type: none"> • kajakarze • wędkarze
Rekreacja i sport Agroturystyka Ekoturystyka	obszary leśne obszary niezurbanizowane	<ul style="list-style-type: none"> • dzieci i młodzież szkolna • rodziny z dziećmi • firmy (turystyka motywacyjna, imprezy integracyjne) • seniorzy

Źródło: opracowanie własne.

Oddziaływanie na środowisko aktywności turystycznych związanych z uprawianiem wymienionych form turystyki, opartych na walorach przyrodniczych, określono na podstawie oceny typów zachowań turystyczno-rekreacyjnych przedstawionych w opracowaniu A. Krzymowskiej-Kostrowickiej (1997) i R. Skrzypczak (2006) (tab. 2) oraz obserwacji własnych prowadzonych w terenie. Ocena ta dotyczy wpływu zachowań turystów, nie obejmuje natomiast analiz związanych ze skutkami budowy odpowiedniej infrastruktury turystycznej.

Tabela 2. Oddziaływanie wybranych typów zachowań turystyczno-rekreacyjnych na środowisko przyrodnicze

Formy aktywności	Oddziaływania bezpośrednie na:					Oddziaływania pośrednie (zanieczyszczenia)						Wskaźnik zagrożenia 0-16 – małe 17-32 – średnie 33-55 – duże
	roślinność	świat zwierzęcy	gleby	rzeźbę i podłoże	wody otwarte	powietrza	wód	powierzchni ziemi	estetyki krajo- brazu	akustyczne	zagrożenia pożarowe	
Turystyka kwalifikowana												
Rajdy samochodowe i przełajowe po drogach nieutwardzonych	5	5	5	4	2	4	2	4	2	5	4	42
Rajdy motocyklowe przełajowe i po drogach nieutwardzonych, quady	5	5	5	3	2	4	3	3	3	5	4	42
Karawaning wędrowny	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	4	31
Zajęcia motorowodne	1	4	-	-	4	4	4	-	-	5	-	22
<i>Nordic walking</i> , biegi przełajowe, sportowe, jogging	4	4	3	3	1	-	-	3	-	1	2	21
Wędrowki lub splywy po rzekach i jeziorach wraz z biwakowaniem	3	3	1	1	3	1	3	-	-	2	2	19
Wycieczki rowerowe (wyczynowe)	3	3	3	2	-	-	-	2	-	1	3	17
Strzelanie amatorskie do celu (łucznictwo, kusznictwo)	1	5	1	1	-	-	-	1	-	5	3	17
Narciarstwo wodne (<i>wakeboarding</i>)	1	3	-	1	3	-	1	-	-	4	-	13
Jeździectwo	3	1	3	1	1	-	-	1	-	-	2	12
Narciarstwo wodne (wyciąg)	1	2	-	1	1	-	1	-	3	2	-	11
Kajakarstwo, wiosłarstwo	3	2	-	-	2	-	2	-	-	-	-	9

cd. tab. 2

Żeglarstwo	3	2	-	-	2	-	2	-	-	-	-	9
Yachting i windsurfing	3	2	-	-	2	-	2	-	-	-	-	9
Wędkarstwo	1	3	1	-	2	-	2	-	-	-	-	9
Turystyka kulturowa i krajoznawcza												
Cykliczne imprezy kulturalno-rozrywkowe w plenerze	3	4	4	2	2	2	2	4	2	4	5	34
Tradycyjne święta i obrzędy religijne w plenerze	3	4	4	2	2	2	2	4	2	4	5	34
Kibicowanie podczas zawodów, gier, zachowaniom innych	3	3	4	3	1	2	1	4	2	4	4	31
Wędrówki motocyklowe po terenie	2	2	3	2	1	3	1	3	1	4	3	25
Przejazdy samochodem, autokarem po szosach	-	2	-	-	1	4	2	3	3	5	3	23
Przelajowe wycieczki piesze	4	3	3	2	-	1	-	3	-	3	4	23
Plenery malarskie i fotograficzne	5	4	4	2	2	-	1	2	-	1	2	23
Przelajowe wycieczki rowerowe	3	3	3	2	-	-	-	2	-	1	3	17
Eko- i agroturystyka, turystyka wypoczynkowa												
Zajęcia w obozowiskach i kempingach	5	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	38
Zajęcia w parkach rozrywki	5	5	4	4	3	3	2	4	1	5	2	38
Spotkania towarzyskie w przyrodzie (np. pikniki, kuligi, pielgrzymki piesze)	3	4	4	2	2	2	2	4	2	4	5	34
Zajęcia kolonijne młodzieży	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	33
Zabawy i gry ruchowe w przyrodzie	5	4	5	3	1	1	1	3	1	3	3	30

cd. tab. 2

Zbieranie darów przyrody (grzybów, jagód, ziół)	5	4	3	2	-	1	-	2	2	2	5	26
Plażowanie i kąpiele	2	3	1	3	2	2	4	3	-	2	-	22
Wędrówki, spacer, np. estetyczne leśnymi ścieżkami	3	3	3	1	-	1	-	3	1	2	4	21
Plażowanie w zieleni (np. na leżakach i trawie)	5	3	4	1	-	1	-	3	1	1	1	20
„Spokojny” wypoczynek w przyrodzie	3	3	3	1	1	1	1	2	-	1	3	19
Myślistwo	1	5	1	1	1	-	-	1	-	5	3	18
Edukacja ekologiczna (zwiedzanie ścieżek dydaktycznych)	1	2	-	-	1	-	1	2	2	3	3	15
Zwiedzanie obiektów chronionych	1	2	-	-	1	-	1	2	2	3	3	15
Wędrówki piesze po drogach	1	2	-	2	-	1	-	2	1	1	4	14
Wędrówki rowerowe po szlakach	1	1	2	2	-	-	-	2	2	1	3	13
Wędrówki rowerowe po drogach	1	1	-	-	-	-	-	2	-	-	3	7
Obserwacja przyrody, np. ptaków (<i>bird watching</i>)	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	5

Natężenie oddziaływania w uśrednionej skali umownej: 5 – bardzo silne, 1 – bardzo słabe, (-) brak oddziaływania.

Źródło: opracowanie na podstawie: Krzymowska-Kostrowicka 1997, Skrzypczak 2006, uzupełnione.

Dla potrzeb planowania rozwoju wymienionych form, w tym szczególnie zagospodarowania turystycznego, proponuje się delimitację przestrzeni turystycznej gminy Zbąszyń na trzy podstawowe strefy użytkowania turystycznego (o różnym stopniu intensywności, warunkowanym charakterem środowiska przyrodniczego, jak też stopniem „agresywności” proponowanych form turystyki i wypoczynku w stosunku do środowiska naturalnego). Wyróżniono strefy użytkowania intensywnego [***], jak i ekstensywnego [*]: 1) strefy turystyki kwalifikowanej i rekreacji; 2) strefy turystyki kulturowej i krajoznawczej; 3) strefy ekoturystyki i agroturystyki.

Strefa turystyki kwalifikowanej i rekreacji

– „Strefa energii” [***]

Obejmuje ona główny akwen gminy Zbąszyń – Jezioro Zbąszyńskie oraz rzekę Obrę z kanałami, a ponadto obszary nieurbanizowane (ryc. 1). W obrębie tej strefy istnieją optymalne warunki dla rozwoju wybranych form turystyki kwalifikowanej oraz rekreacji i sportu. Niektóre funkcjonują od lat na tym terenie (np. żeglarstwo, kajakarstwo, wędkarstwo), inne winny się dopiero rozwinąć, jednak wszystkie wymagają zaangażowania określonych środków i przeprowadzenia działań służących wykreowaniu profesjonalnych, atrakcyjnych produktów turystycznych (tab. 3). Walory Zbąszynia, a także rosnąca popularność wyjazdów typu *short breaks* stwarzają szansę wypromowania tego miasteczka jako centrum sportu i rekreacji weekendowej mieszkańców aglomeracji poznańskiej oraz berlińskiej, a także jako atrakcyjnego miejsca na dłuższe, urlopowe pobyty wypoczynkowe. Ofertę w tym zakresie winny stanowić zagospodarowane szlaki wodne, specjalistyczne urządzenia, obiekty noclegowe i gastronomiczne, a także cyklicznie organizowane imprezy sportowo-rekreacyjne (zarówno o wysokiej randze, np. mistrzostwa motorowodne, windsurfingowe, regaty żeglarskie, jak i amatorskie). Konieczne są jednak intensywne działania promocyjne ukierunkowane na wybrane rynki docelowe, albowiem w świadomości potencjalnych odbiorców oferty Zbąszynia (np. młodych poznaniaków) miasto to nie istnieje pod żadnym względem: ani wypoczynkowym, ani sportowo-rekreacyjnym (jedyne skojarzenie ze Zbąszyniem stanowi przebieg linii kolejowej).

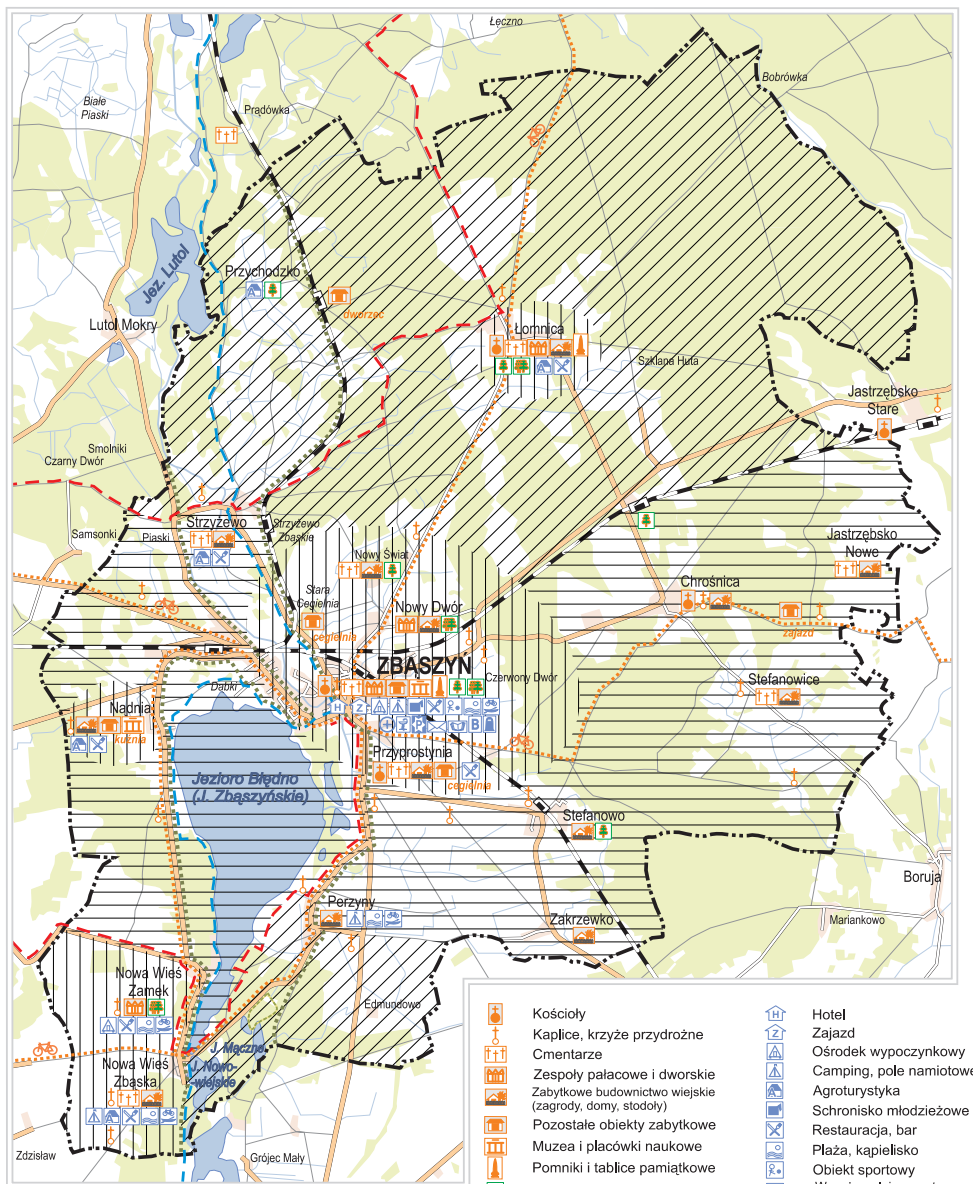
Tabela 3. Propozycja rozwoju form turystyki kwalifikowanej i rekreacji

Forma turystyki	Lokalizacja	Niezbędne działania
Żeglarska (yachting i windsurfing)	Jezioro Zbąszyńskie	<ul style="list-style-type: none"> • wybudowanie przystani żeglarskich (pomostów i miejsc postoju – biwakowania) w wybranych miejscach nad Jez. Zbąszyńskim • modernizacja istniejącej przystani jachtowej (mariny) z odpowiednimi udogodnieniami dla żeglarzy (urządzenia do wodowania jachtów, punkt napraw, zaplecze sanitarne, media) • opracowanie folderów – informatorów dla żeglarzy • promocja Zbąszyńskiego Klubu Żeglarskiego i imprez żeglarskich

cd. tab. 3

Kajakowa	Jezioro Zbąszyńskie, rzeka Obra, kanały	<ul style="list-style-type: none"> • oczyszczenie i pogłębienie rzeki • budowa nowych oraz modernizacja istniejących pomostów lub stanic na Obrze i Jez. Zbąszyńskim • oznakowanie rzeki Obry od strony wody (znaki dla kajakarzy) • połączenie Obry z Jez. Zbąszyńskim poprzez fosę
Motorowodna	Jezioro Zbąszyńskie, rzeka Obra, kanały	<ul style="list-style-type: none"> • budowa nowych oraz modernizacja istniejących pomostów (stanic) • oczyszczenie oraz pogłębienie rzeki i kanałów • wodne stacje paliwowe i serwisowe • oznakowanie rzeki Obry od strony wody
Narciarstwo wodne, <i>wakeboarding</i>	Jezioro Zbąszyńskie	<ul style="list-style-type: none"> • budowa wyciągu i niezbędnej infrastruktury dla narciarzy wodnych (wypożyczalnia nart, sklepik z akcesoriami itp.)
Wędkarstwo	Jezioro Zbąszyńskie, rzeka Obra	<ul style="list-style-type: none"> • budowa pomostów i pozostałej infrastruktury dla wędkarzy (WC, miejsca do czyszczenia, wędzenia ryb, miejsca biwakowania)
Rowerowa	obszar całej gminy	<ul style="list-style-type: none"> • budowa ścieżek rowerowych w mieście i gminie • oznakowanie szlaków rowerowych poza obszarem zurbanizowanym • wypożyczalnia rowerów
Quady	obszary niezurbanizowane	<ul style="list-style-type: none"> • budowa toru dla pojazdów • wypożyczalnia pojazdów • infrastruktura towarzysząca • instruktorzy
Park dreźnowy	nieużywana linia kolejowa Zbąszyń – Trzciel	<ul style="list-style-type: none"> • udrożnienie torów kolejowych w kierunku Trzciela • ułożenie nowych torów na odcinkach, gdzie zostały zdemontowane • wypożyczalnia dreżyn
Park linowy	tereny leśne	<ul style="list-style-type: none"> • budowa parku linowego i infrastruktury towarzyszącej • instruktorzy
<i>Nordic walking</i>	szlaki piesze	<ul style="list-style-type: none"> • modernizacja szlaków • ustawienie tablic informujących o przebiegu szlaku, kilometrach, czasie

Źródło: opracowanie własne.



Legenda: 0 1 2 km

- Granice gminy
- Droga o nawierzchni twardej
- Droga o nawierzchni utwardzonej
- Droga gruntowa
- ▨ Strefa turystyki kwalifikowanej i rekreacji
- ▧ Strefa turystyki kulturowej i krajoznawczej
- ▩ Strefa ekoturystyki i agroturystyki
- Wody powierzchniowe

- Tereny zabudowane
- Lasy
- Łąki, pola uprawne
- Pomniki przyrody
- Granice Obszaru Chronionego Krajobrazu "Pojezierze Sławskie, Pradolina Obry i Rynna Zbąszyńska"
- Granice użytku ekologicznego "Byczy Dół"
- Szlaki piesze
- Szlaki rowerowe

- Kościóły
- Kaplice, krzyże przyrodne
- Cmentarze
- Zespoły pałacowe i dworskie
- Zabytkowe budownictwo wiejskie (zagrody, domy, stodoły)
- Pozostałe obiekty zabytkowe
- Muzea i placówki naukowe
- Pomniki i tablice pamiątkowe
- Parki krajobrazowe dworskie
- Hotel
- Zajazd
- Ośrodek wypoczynkowy
- Camping, pole namiotowe
- Agroturystyka
- Schronisko młodzieżowe
- Restauracja, bar
- Plaża, kąpielisko
- Obiekt sportowy
- Wypożyczalnia sprzętu sportowego
- Ośrodek zdrowia
- Apteka
- Policja
- Poczta
- Biblioteka
- Bank
- Stacja paliw

Ryc. 1. Proponowane strefy rozwoju optymalnych form turystyki i rekreacji w gminie Zbąszyn na tle istniejącego zagospodarowania turystycznego

(Opracowanie graficzne: I. Potocka i R. Triitt)

Z uwagi na objęcie akwenu, jak i sąsiedztwa Jeziora Zbąszyńskiego ochroną prawną w postaci Obszaru Chronionego Krajobrazu, należy w trakcie rozwoju funkcji turystycznej respektować zasady dotyczące zagospodarowania tego typu terenów³.

Strefa turystyki kulturowej i krajoznawczej

– „Strefa kultury” [***]

Strefa ta obejmuje miasto Zbąszyń (szczególnie jego część historyczną) oraz miejscowości Łomnica, Nądnia, Przyprostynia, Nowa Wieś Zbąska (ryc. 1).

W obrębie tej strefy przedmiotem turystycznego poznania będzie dziedzictwo historyczno-kulturowe miasta i gminy Zbąszyń oraz proponowane obserwatorium astronomiczne.

Tabela 4. Propozycja rozwoju form turystyki kulturowej i krajoznawczej

Forma turystyki	Lokalizacja	Niezbędne działania
Zwiedzanie obiektów dziedzictwa kulturowego (turystyka indywidualna, turystyka szkolna)	Zbąszyń, Łomnica, Nądnia, Przyprostynia, Nowa Wieś Zbąska	<ul style="list-style-type: none"> • restauracja obiektów zabytkowych oraz starej zabudowy miejskiej i wiejskiej • uporządkowanie historycznej części miasta (chodniki, zieleń, ławki) • umieszczenie tablic informacyjnych na zabytkach • opracowanie folderów turystycznych • uruchomienie na rynku w Zbąszyniu profesjonalnego punktu informacji turystycznej
Cykliczne imprezy kulturalno-rozrywkowe	Zbąszyń Łomnica	<ul style="list-style-type: none"> • rozpropagowanie lokalnych imprez kulturalnych (środki masowego przekazu, Internet, foldery) na rynkach docelowych • wzbogacenie kalendarza imprez • uatrakcyjnienie imprez (oprawa, sponsorzy)

³ Ustawa o ochronie przyrody z 16 kwietnia 2004 r. (DzU z 2004 r., nr 92, poz. 880).

cd. tab. 4

Tradycyjne święta i obrzędy religijne	Zbąszyń, Łomnica, pozostałe miejscowości	<ul style="list-style-type: none"> • kultywowanie tradycyjnych obrzędów religijnych, ludowych (np. We-sele Przyprostyńskie) • promocja wydarzeń i obrzędów
Formy poznawczo-edukacyjne (aktywne zwiedzanie obserwatorium astronomicznego, nauka gry na instrumentach, nauka tańców i pieśni, lekcje muzealne)	Zbąszyń: Muzeum Regionalne Ziemi Zbąskiej, pomieszczenia zespołów folklorystycznych, sale szkolne, budynek dworca PKP, gmina: wiejskie domy kultury i świetlice	<ul style="list-style-type: none"> • organizacja kolonii i obozów tanecznych, nauki gry na instrumentach • współpraca z przedszkolami i szkołami • wykorzystanie pomieszczeń dworca PKP na obserwatorium astronomiczne
Spektakle światło i dźwięk	rynek w Zbąszyniu, cytadela	<ul style="list-style-type: none"> • zaprojektowanie i ustawienie oświetlenia oraz nagłośnienia
Plenery malarskie i fotograficzne	cały region	<ul style="list-style-type: none"> • zorganizowanie imprez (konkursy, plenery) • promocja imprez

Źródło: opracowanie własne.

Rozwój turystyki kulturowo-krajoznawczej musi opierać się na wydarzeniach (tzw. *events*), albowiem ranga zabytków Zbąszynia jest zbyt niska, aby przyciągnąć uwagę znacznej liczby turystów. Walory te mogą być natomiast „dobrze sprzedane” podczas organizowanych w Zbąszyniu i gminie cyklicznych imprez kulturalnych, rozrywkowych czy sportowo-rekreacyjnych. Szczególnie atrakcyjnym wydarzeniem winna stać się Biesiada Kozłarska, Jarmark św. Piotra w Okowach, czy Międzynarodowe Spotkania Artystyczne – „Experiment”. Wymagają one jednak szerokiego rozpropagowania na rynkach docelowych, jak również lepszej oferty towarzyszącej (np. gastronomicznej, rozrywkowej, zorganizowania pobytów w formie pakietów). Jeśli Zbąszyń ma się stać „centrum weekendowym”, to w każdy letni weekend musi się „coś dziać” w mieście lub gminie.

Rozwój turystyki krajoznawczej i edukacyjnej winien być oparty także na współpracy z instytucjami edukacyjnymi, wychowawczo-opiekuńczymi oraz organizatorami wypoczynku (turystyki) dzieci i młodzieży szkolnej (jak np. przedszkola, szkoły, ZHP, szkoły muzyczne, biura podróży specjalizujące się w turystyce szkolnej, domy kultury itp.). W każdym sezonie powinna do nich trafić oferta Zbąszynia (kalendarz wydarzeń, oferty turystyczne itp.).

Strefy ekoturystyki i agroturystyki – „Strefa ciszy”[*]

Obejmuje ona tereny wiejskie gminy Zbąszyń, w tym obszary zabudowane (wsie) oraz niezabudowane – zwłaszcza zwarty kompleks leśny w północnej części gminy (ryc. 1). W obrębie tej strefy istnieją niezwykle korzystne warunki dla rozwoju agroturystyki oraz rozmaitych form ekoturystyki. Walory tej strefy mogą stanowić interesującą ofertę spędzenia weekendu lub wakacji dla mieszkańców wielkich miast, w tym szczególnie rodziców z dziećmi, dzieci oraz osób starszych, jak również pragnących „odpocząć od cywilizacji”. Natomiast, ekoturystyce o charakterze edukacyjnym sprzyjają tereny o cennych walorach przyrodniczych, zlokalizowane w południowej części gminy, w sąsiedztwie jeziora Mączne.

Tabela 5. Propozycja rozwoju form ekoturystyki i agroturystyki

Forma agro- i ekoturystyki	Lokalizacja	Niezbędne działania
Wypoczynek w gospodarstwie rolnym (z nawiązaniem do tradycji wikliniarstwa i chmielarstwa)	wsie gminy Zbąszyń	<ul style="list-style-type: none"> wzbogacenie oferty gospodarstw agroturystycznych (rowery, jazda konna, zwierzęta gospodarskie, ekologiczna żywność, przetwory, warsztaty wikliniarskie, garncarskie, zielarskie, odnowa biologiczna itp.) nadawanie charakteru atrakcji turystycznej tradycyjnym zajęciom rolniczym (jak np. dożynki, wykopki)
Obserwacja ptaków (<i>bird watching</i>)	obszary nieurbanizowane gminy Zbąszyń	<ul style="list-style-type: none"> urządzenie punktów obserwacyjnych z tablicami poglądowymi
Edukacja ekologiczna	obszary nieurbanizowane gminy Zbąszyń	<ul style="list-style-type: none"> zorganizowanie ośrodka edukacji ekologicznej wyznaczenie ścieżek z tablicami poglądowymi
Turystyka przyrodniczo-lecznicza (zbieranie ziół – herbariaria, apifitoterapia)	obszary nieurbanizowane gminy Zbąszyń	<ul style="list-style-type: none"> opracowanie informatora zielarskiego gminy Zbąszyń organizowanie warsztatów zielarskich zainteresowanie (szkolenie) agrokwaterodawców w zakresie form turystyki przyrodniczo-leczniczej opracowanie ofert pobytów zdrowotnych (weekendowych, urlopowych)

cd. tab. 5

Imprezy proekologiczne	miasto i gmina Zbąszyń	<ul style="list-style-type: none"> organizowanie imprez propagujących ochronę środowiska naturalnego i zachowania proekologiczne (jarmarki zdrowej żywności, imprezy tematyczne, np. weekend zielarski, weekend rybny)
------------------------	---------------------------	---

Źródło: opracowanie własne.

Rozwój agro- i ekoturystyki winien być oparty przede wszystkim na współpracy z instytucjami edukacyjnymi (szkołami, przedszkolami) oraz ośrodkami dla seniorów (zakładami opiekuńczymi, domami seniora). Ofertą agro- i ekoturystyczną mogą być zainteresowani mieszkańcy aglomeracji poznańskiej, wrocławskiej, Górnego Śląska, jak również mieszkańcy Niemiec (Berlina, Drezna).

Rozwój wyżej opisanych form turystyki w regionie Zbąszynia wymaga przeprowadzenia wielu różnorodnych, przemyślanych i starannie zaplanowanych działań o charakterze organizacyjnym i marketingowym, w które muszą być zaangażowane zarówno władze samorządowe, lokalne instytucje kulturalno-oświatowe, a przede wszystkim branża turystyczna. Działania te powinny polegać w szczególności na:

- integracji lokalnej branży turystycznej (współpracy sieciowej), różnorodnych instytucji, samorządu oraz mieszkańców (stworzeniu platformy do współpracy, do poszukiwania pomysłów, pozyskiwania środków finansowych, konsultacji społecznych itp.);
- wzbogaceniu oferty turystycznej miasta i gminy Zbąszyń;
- rozbudowie infrastruktury turystycznej i towarzyszącej, modernizacji oraz podniesieniu standardu i jakości istniejącej bazy;
- opracowaniu pakietów turystycznych (weekendowych, pobytowych, dla różnych segmentów rynku);
- kreowaniu turystycznego wizerunku Zbąszynia wraz z promocją jego markowego produktu turystycznego.

Niezbędny jest także monitoring wdrażania planów rozwoju turystyki, ze szczególnym uwzględnieniem oddziaływania zarówno inwestycji, jak i charakteru ruchu turystycznego na środowisko przyrodnicze.

Literatura

- Krzymowska-Kostrowicka A., 1997, *Geoekologia turystyki i wypoczynku*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Młynarczyk Z. red., 2008, *Narciarstwo wodne*, Centrum Turystyki i Rekreacji WNGiG UAM, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań
- Skrzypczak R., 2006, *Proponowane kierunki aktywności turystycznej w gminach*, w: Turystyka zrównoważona na obszarze Beskidów Zachodnich. Studium uwarunkowań i barier rozwoju, red. J. Warszyńska, Instytut Gospodarki Surowcami Mineralnymi i Energią PAN, Kraków
- Silski W. oprac., 2000, *Strategia rozwoju turystyki na terenie gminy Zbąszyń na lata 2004-2010. Projekt* (maszynopis)

Dokumenty

- Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do roku 2020* – dokument przyjęty przez Sejmik Województwa Wielkopolskiego 19.12.2005 r., <http://www.wielkopolska.mw.gov.pl>
- Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007-2013*, <http://www.wrpo.wielkopolskie.pl>
- Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim na lata 2007-2013*, Wielkopolska Organizacja Turystyczna, Instytut Turystyki w Warszawie
- Studium rekreacji. Plan zagospodarowania przestrzennego woj. wielkopolskiego*, Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu, Poznań, 2004
- Studium rekreacji. Plan zagospodarowania przestrzennego woj. wielkopolskiego. Region wolsztyński, nadobrzeński i nowotomyski*, Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu, Poznań, 2005
- Ustawa o ochronie przyrody z 16 kwietnia 2004 r.* (DzU z 2004 r., nr 92, poz. 880)

Stefan Wojciechowski

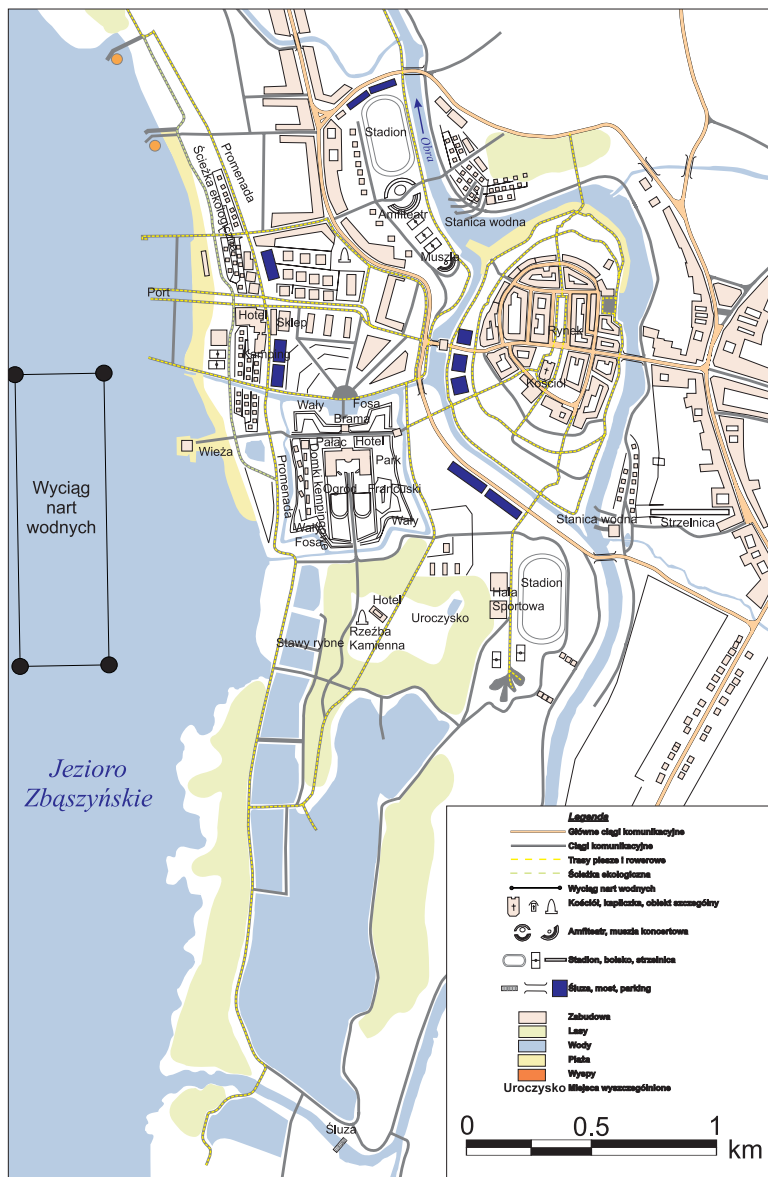
Urbanistyczna koncepcja zagospodarowania turystycznego gminy Zbąszyń

Koncepcja zagospodarowania turystycznego Zbąszynia oraz sąsiedztwa Jeziora Zbąszyńskiego (Błądno) zakłada wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych tworzących krajobraz zachodniej Wielkopolski i ziemi lubuskiej. Są to wartości kultury materialnej, architektury, zabytków, układów urbanistycznych w otoczeniu wód i terenów leśnych, jak i wartości niematerialnych tkwiących w kulturze lokalnej: muzyce, strojach, zwyczajach, wytwórczości lokalnej, dawnej i obecnej, w historii i literaturze, w tradycjach miasta pogranicznego, strefy przenikania wpływów kultur, a także tradycjach walki o wolność i polskość regionu.

Miasto Zbąszyń (ryc. 1), zwłaszcza jego historyczna część, cechuje się unikalnym położeniem na widowiskowym wzniesieniu, z wolnym od zabudowy przedpołem, pozwalającym oglądać miasto z oddali i perspektywy. Przedpołem tym jest dolina rzeki Obry z jednej strony, a z drugiej przynależne Obrze tereny zalewowe, wymagające uporządkowania i zagospodarowania. Samo miasto Zbąszyń reprezentuje przykład urokliwej jednostki historycznej o zabudowie małomiasteczkowej, ze wszystkimi przynależnymi jej atrybutami architektonicznymi.

Stare miasto Zbąszyń. Rynek wraz z placem kościelnym winien otrzymać elegancką oprawę, aby mógł się stać „ekskluzywnym salonem”, centrum ośrodka turystycznego. System okrężnych uliczek o średniowiecznym rodowodzie powinien zostać tak wyeksponowany, by tworzył zamknięty, atrakcyjny ciąg pieszy, pierwszy krąg zwiedzania miasta i korzystania z jego atrakcji. Każdą pierzeję i zaułek należy poddać analizie projektowej, a poszczególne domy mają być „perełką w koronie”. Placyk nad rzeką wymaga perfekcyjnego rozwiązania: woda, zieleń, architektura, dekoracja. Domów w mieście nie wolno wyburzać, raczej restaurować, dogęszczać zabudowę, by osiągnąć efekt sympatycznej ciasnoty starych miast. Należy wykupić willę-pałacyk nad rzeką na cele publiczne, park przy budynku udostępnić dla wszystkich, odrestaurować synagogę, nadając jej nową funkcję.

Fosa miejska. Koncepcja proponuje oblanie miasta wodą na kształt średniowiecznej fosy. Projekt przedstawia wykorzystanie istniejącego kanału spod zamku



Ryc. 1. Koncepcja zagospodarowania turystycznego Zbąszyna

Źródło: koncepcja S. Wojciechowski, opracowanie graficzne A. Marciniak

w celu utworzenia małego portu miejskiego, z transpozycją bramy do miasta. Teren ogrodów między zabudową miasta a wodą należy urządzić na sposób parkowy, z ciągiem spacerowym. Mają to być ścieżki na tarasach, schodki i przejścia, placówki z ławeczkami zachęcające do spacerów nad wodą, wzdłuż architektury naśladowującej mury i baszty obronne, wszystko pośród starannie zakomponowanej zieleni akcentującej układ przestrzeni, zieleni, wody i architektury. System wodny musi być regulowany dla utrzymania odpowiedniego poziomu oraz swobodnego przepływu wód w sezonie wiosennym. Oblanie miasta wodą stworzy nowe, unikalne w skali regionu, a nawet kraju wartości. Poza atrakcjami przestrzennymi i architektonicznymi, a więc przyciągającymi turystów, doda miastu nowego oblicza i nowego ducha – spowoduje imprezy nad wodą: festyny i widowiska, umożliwi spacery wzdłuż fosy oraz imprezy na wodzie: opływanie miasta łodziami, gondolami, czy kajakami. Wzdłuż fosy projektuje się drogę serwisową (małą obwodnicę), by odciążać od ruchu kołowego ulicę Senatorską. Parkingi należy tak zlokalizować, by nie były dla miasta uciążliwe.

Twierdza Zbąszyń. Należy dokończyć i uzupełnić wały oraz okalającą je fosę. Na wałach urządzić ścieżki spacerowe z ławeczkami i małą architekturą eksponującą urządzenia obronne oraz wyposażać je w akcesoria z epoki (np. armaty). Kazamaty pod wałami i wieżę bramną udostępnić do zwiedzania. Ogromnym wezwaniem dla miasta byłaby odbudowa zamku. Wydaje się, że z czasem mógłby on pełnić funkcję ekskluzywnego hotelu, co zainicjowałoby priorytetowe inwestycje. Na terenie cytadeli powinien zostać wiernie odtworzony park francuski ze wszystkimi atrybutami, jak fontanny, rzeźby, pergole, woliery z pawiami itp. Na przedpolu twierdzy należy odtworzyć barokowe założenie urbanistyczne. Promieniste uliczki winny poprowadzić turystów do miasta, na plac Wolności i nad jezioro, a ich zabudowa mieć charakter zwarty i ujednolicony, a nie rozproszony. W zabudowie placu Wolności nie lada atrakcją mogłaby być odtworzona historyczna komora celna.

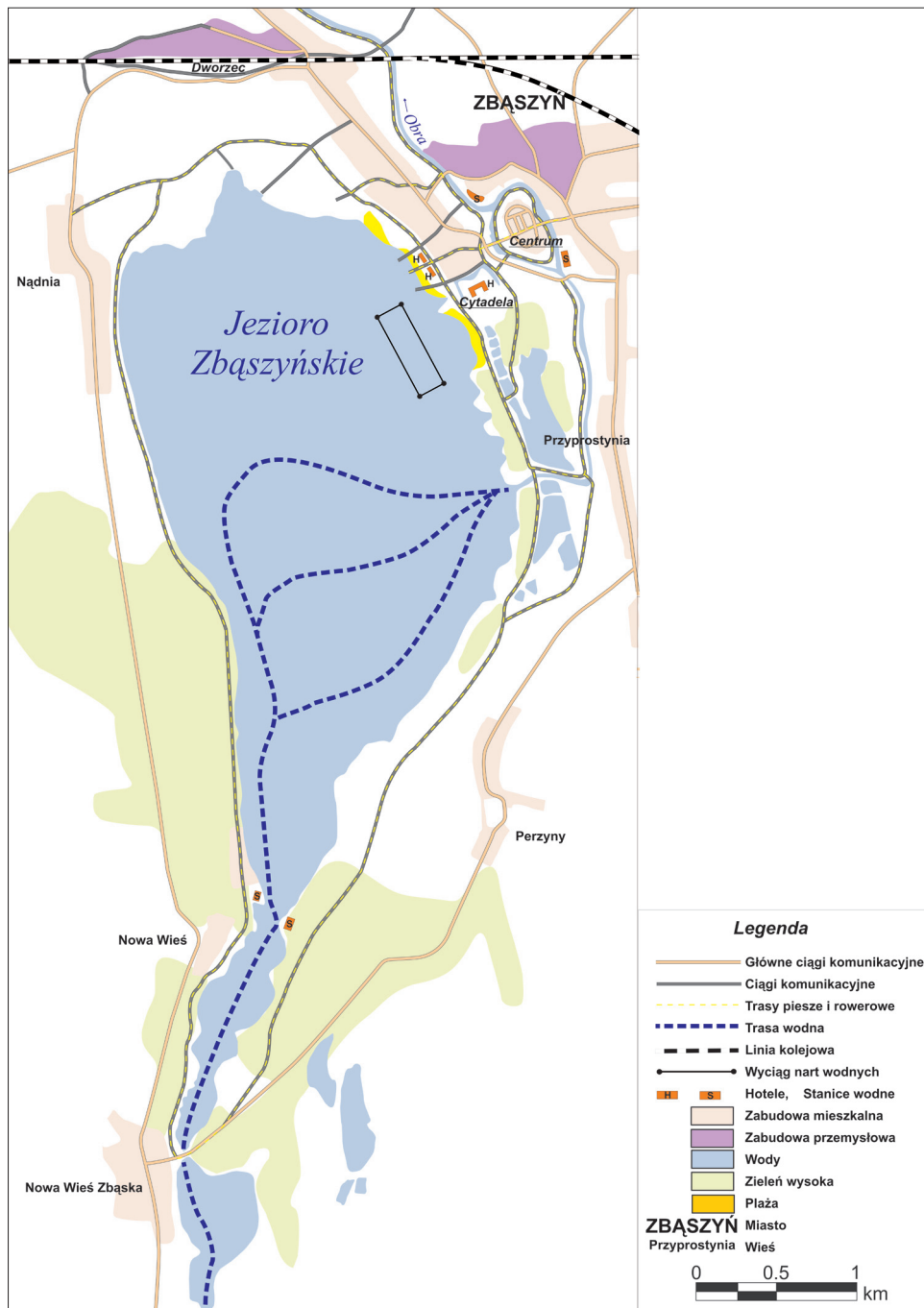
Plaża – ośrodek wypoczynkowy nad wodą. Do plaży nad jeziorem winno prowadzić z centrum szerokie *corso* kwiatowe, stanowiące oś układu urbanistycznego miasta. Wiodąca przez bramę wodną, fosę i komorę celną ulica Senatorska, powinna kierować się nad wodę. Ulica ta jest osią kompozycji dla dwóch innych ciągów pieszych spotykających się na molo, nad brzegiem jeziora. Na terenie ośrodka mogą znajdować się hotele, restauracje i zespoły kempingowe, a nad brzegiem trawiasta plaża wraz z urządzeniami do wypoczynku i sportu. Molo winno być miejscem do plażowania, oglądania horyzontu i równocześnie przystanią dla jednostek pływających po wodzie. Nad samym jeziorem, wzdłuż brzegu ma prowadzić promenada, wygodny ciąg pieszo-rowerowy, od brzegu północnego, przez ośrodek wypoczynkowy, aż do gospodarstwa rybackiego na południu i z powrotem nad Obrą do miasta. Dodatkowo, nad samą wodą należy zaprojektować ścieżkę ekologiczną w naturze. Promenada powinna łączyć się z całym systemem ciągów pieszych Zbąszynia i okolicy, a zwłaszcza ze ścieżką turystyczną dookoła jeziora Błędno.

Największą atrakcją jeziora winien być **wyciąg do uprawiania narciarstwa wodnego**. Jego lokalizację proponuje się nieco na południe od ośrodka centralnego. Do obsługi wyciągu należy zaprojektować infrastrukturę w postaci dojazdu, mola, parkingów i obiektów towarzyszących. Wydaje się, że powinien on być pierwszą inwestycją, „kołem zamachowym” programu turystycznego (ryc. 2).

Lasy miejskie, stawy rybne, miejskie tereny sportowe. Istniejące lasy, łągi nad Obrą, stawy na południe od centrum należy zagospodarować jako park leśny z drogami dla pieszych, wyposażyć go w ławeczki, miejsca piknikowe, uroczyska, plaże i mola nad dużym stawem. Las dodatkowo mógłby być otwartym zwierzyńcem i ośrodkiem edukacji leśnej, a staw siedliskiem ptactwa wodnego i również ośrodkiem edukacji ekologicznej. Na dużym stawie proponuje się skonstruować tajemniczą wyspę z wigwamem do zabaw dziecięcych. Znajdujące się na terenie gospodarstwa rybackiego miejsce po dawnym grodzie słowiańskim należy koniecznie wyeksponować, wykorzystać i kompleksowo zagospodarować. Projekt przewiduje także dwa duże zespoły obiektów sportowych z boiskami, halami sportowymi i różnymi urządzeniami do uprawiania sportów.

Obiekty w dolinie Obry, sąsiedztwie i akwenie Jeziora Zbąszyńskiego. Rzeka Obra powinna stać się arterią komunikacyjną dla ruchu wodnego, być spławna nie tylko dla kajaków, ale także dla większych jednostek, jakimi na przykład są bardzo popularne w zachodniej Europie barki mieszkalne. Przybycie takich jednostek drogą wodną, czyli Odrą i Wartą do Zbąszynia nada miastu rangę europejską. W związku z tym rzekę należy udroźnić, pod mostami zapewnić wysoki poziom wody, zwracając uwagę na ochronę ekosystemu wodnego. Nad wodą trzeba zbudować infrastrukturę turystyczną: stacje wodne, miejsca do cumowania, biwakowania i wypoczyniania. Takie same warunki należy zapewnić całemu akwenowi Jeziora Zbąszyńskiego, a więc wyznaczyć ścieżki turystyczne i rowerowe, miejsca parkingowe, miejsca do biwakowania i korzystania z brzegów. Samo jezioro powinno stać się centrum żeglarstwa i jachtingu tej części Wielkopolski i ziemi lubuskiej.

Kolej turystyczna (ryc. 3). Pomysłem szczególnym na aktywizację turystyczną całego obszaru, ze Zbąszyniem i Jeziorem Zbąszyńskim jako ośrodkiem, jest orbitalna komunikacja kolejowa. W skład tego systemu powinny wejść okoliczne miasta: Zbąszynek, Babimost i Wolsztyn oraz wszystkie pozostałe ciekawe miejscowości. Projekt przewiduje połączenie tych miejsc systemem kolejowym, na bazie istniejących linii kolejowych, uzupełnionych na niektórych odcinkach. Zbąszyń, Zbąszynek, a zwłaszcza Wolsztyn z muzeum parowozów i wagonów cieszą się wielką tradycją kolejową oraz mają rozbudowany system kolejowy. Należy go skrupulatnie wykorzystać, nie likwidować linii, a zainwestować w system okrężny, scalając region turystycznie. Kolejka turystyczna powinna być kolejną wielką atrakcją dla przybyszów i stanowić znaczące usprawnienie ruchu lokalnego.



Ryc. 2. Koncepcja zagospodarowania turystycznego Jeziora Zbąszyńskiego

Źródło: koncepcja S. Wojciechowski, opracowanie graficzne A. Marciniak



Ryc. 3. Koncepcja turystycznej pętli kolejowej „Błądno”

Źródło: koncepcja S. Wojciechowski, opracowanie graficzne A. Marciniak

Program dotyczący Obry, Jeziora Zbąszyńskiego i pozostałych, nieomówionych terenów gminy powinien zostać poddany odrębnemu, szczegółowemu opracowaniu.

Program szczegółowy

I. Warunki zewnętrzne

Położenie na granicy województw, bliskość granicy z Republiką Federalną Niemiec, dobra dostępność komunikacyjna (drogowa i kolejowa).

II. Atrakcje turystyczne Zbąszynia i Jeziora Zbąszyńskiego

1. **Dolina rzeki Obry** z krajobrazem rzeczny (architektura rzeczna: mosty, przepusty, tamy, mnichy, stawy rybne, porty i stacje wodne). Proponowane formy wypoczynku: spływy kajakowe, żegluga zbiorowa, połowy ryb, spacery wzdłuż brzegów.

2. **Jezioro Zbąszyńskie** (port jachtów i barek mieszkalnych, hotele, kempingi, gastronomia lokalna, smażalnie ryb). Proponowane formy wypoczynku: żeglarstwo, motorowe sporty wodne, narty wodne, komunikacja wodna, kąpiele, plażowanie, imprezy na wodzie: teatr na wodzie (np. bitwy morskie, ataki pirackie, cyrk wodny), pokazy, regaty, wyścigi; spacery ścieżkami i promenadą, sporty klasyczne, spacery konne, wędkowanie, zawody wędkarskie.

3. **Pętla kolejowa Zbąszyń, Zbąszynek, Babimost, Wolsztyn**. Proponowane formy wypoczynku: zwiedzanie zabytków, muzeów (m.in. parowozów), skansenów, imprezy plenerowe, rozrywkowe (np. napad na pociąg).

4. **Okoliczne lasy i pola**. Proponowane formy wypoczynku: grzybobranie, podglądanie natury, zwiedzanie ścieżek edukacyjnych (leśnych i rolniczych), zabawy w miejscach piknikowych, wigwamach, wycieczki zaprzęgami konnymi czy saniami.

Rozwojowi *turystyki krajoznawczej i kulturowej* sprzyjają walory dziedzictwa materialnego gminy Zbąszyń, w tym zachowane zabytkowe układy urbanistyczne wsi, pałace i założenia parkowe, folwarki, kościoły i zabytki, kapliczki i figury w terenie (zwłaszcza w Zakrzewie, Łomnicy, Chobienicach), niestety często wymagające gruntownej renowacji. Do osobliwości, które mogą zainteresować turystów należy także architektura przemysłowa regionu: cegielnie, glinianki, fabryki, młyny, gorzelnie oraz dworce kolejowe.

III. Zbąszyń – wspiane założenie urbanistyczne w malowniczym krajobrazie – w zakolu rzeki, nad dużym jeziorem

1. **Centrum miasta** (promenady wzdłuż „murów i bram”, budynki stare i XIX-wieczne, budynki publiczne, restauracje, kawiarnie nad rzeką, ogródki, kawiarnie

na rynku, pomniki, mała architektura, smażalnie ryb, sklepy z pamiątkami, przewodnicy, punkty informacyjne i promocyjne, imprezy na rynku, muzykanci, targ pamiątek, wyrobów ludowych, hejnał w południe, bicie dzwonów). Proponowane formy wypoczynku: zwiedzanie miasta, spacery uliczkami, przejażdżki zaprzęgiem, bryczką, kolejką dziecięcą, udział w imprezach kulturalnych, rozrywkowych; w kościele – udział w koncertach, rekolekcjach, procesjach, odpustach, wejście na wieżę, do podziemi, do archiwum; w muzeum – lekcje muzealne, sprzedaż kopii eksponatów.

2. **Fosa** (zbudowanie fosy, oblanie miasta wodą z bramą wodną, portem miejskim Zbąszyń). Proponowane formy wypoczynku: przejażdżki łódką wokół Zbąszynia, śluzowanie, muzyka i śpiewy na wodzie.

3. **Cytadela** (odtworzenie twierdzy Zbąszyń, odtworzenie pałacu lub zamku jako obiektu turystycznego, z ogrodem francuskim, rzeźbami, fontannami, armatami na wałach, otwarcie kazamatów pod wałami, przemarsze, parady historyczne, pokazy walki). Proponowane formy wypoczynku: spacer po wałach i wzdłuż fosy, udział w imprezach kulturowych, rozrywkowych (np. zdobywanie twierdzy).

4. **Założenie barokowe**, odtworzenie założenia barokowego przed cytadelą, ulica Garczyńskich.

5. **Plac Wolności**, komora celna – odtworzenie komory celnej na placu Wolności i posterunku granicznego (na niby).

6. **Ośrodek nad wodą** (hotele, kempingi, domki letnie, wypożyczalnie sprzętu wodnego, rowery wodne, skutery, narty wodne, gastronomia, restauracje). Proponowane formy wypoczynku: kąpiele, plażowanie, spacer, sporty plażowe, pobyty wakacyjne dla dzieci, nauka pływania i żeglowania, zdobywanie uprawnień żeglarskich.

7. **Lasy miejskie i stawy rybne** (gospodarstwo rybne, smażalnia ryb, stanowisko archeologiczne, odbudowa osady słowiańskiej, ścieżki w lesie, rezerwat zwierzyny i ptactwa wodnego, wyspa dla dzieci i młodzieży z osadą wikingów albo indiańskim wigwamem na dużym stawie). Proponowane formy wypoczynku: pokazy łowienia ryb, chów narybku, zabawy, biwakowanie.

8. **Tereny sportowe z boiskami i halami sportowymi**. Proponowane formy wypoczynku: udział w imprezach sportowych, rekreacyjnych oraz kibicowanie.

Przedstawiona koncepcja zagospodarowania turystycznego dla miasta Zbąszyn i otoczenia Jeziora Zbąszyńskiego łączy zagadnienia z dziedziny architektury, urbanistyki, planowania przestrzennego oraz polityki przestrzennej i gospodarczej. Projekt ten jest koncepcją wyjściową do dalszych opracowań planistycznych i realizacyjnych odnośnie badanego terenu.

**Realizacja koncepcji
zrównoważonego rozwoju turystyki
w gminie i regionie**

Andrzej Rapacz

Rola samorządu terytorialnego w fazie opracowania i realizacji projektów inwestycyjnych

Potrzeba sprostania wyzwaniom współczesności wymaga, aby rozwój społeczno-gospodarczy w skali krajowej, regionalnej i lokalnej odbywał się z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju. Chodzi o taki rozwój, który ma wyrównać szanse dostępu do środowiska społeczeństwu (obecnym i przyszłym pokoleniom) poprzez integrowanie działań politycznych, społecznych i gospodarczych, z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych. Paradygmat zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do turystyki i gospodarki turystycznej oznacza, że spełniają one oczekiwania i zaspokajają potrzeby dzisiejszych turystów, potrzeby obszarów recepcji ruchu turystycznego (miejscowości, regionów), a także zapewniają takie możliwości w przyszłości. W ramach poszczególnych jednostek administracyjnych ma być zatem budowany ład społeczny, przestrzenny i gospodarczy, poprzez wzajemne dostosowanie turystyki i gospodarki turystycznej do innych sektorów korzystających z lokalnych zasobów i zrównoważenie ich rozwoju z działaniami w dziedzinie ochrony przyrody, krajobrazu i całego środowiska. W koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym jest miejsce na wiele przedsięwzięć, między innymi na projekty inwestycyjne, działania w celu tworzenia atrakcyjnych ofert (produktów turystycznych) oraz podnoszenia jakości usług turystycznych. W działaniach tych szczególną rolę do spełnienia mają jednostki samorządu terytorialnego.

Samorząd terytorialny uważa się za jeden z podstawowych elementów demokratycznego państwa. W Polsce ma on nadane z mocy odpowiednich ustaw prawa do sprawowania władzy na poziomie lokalnym i regionalnym¹. Wykonuje

¹ Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity, DzU 2001 nr 142, poz. 1591 i nr 23 z 2003 r., poz. 220); Ustawa z 5 czerwca 1989 r. o samorządzie powiatowym (DzU nr 91, poz. 578); Ustawa z 5 czerwca 1989 r. o samorządzie wojewódzkim (DzU nr 91, poz. 576).

zadania państwa niezastrzeżone przez Konstytucję RP lub ustawy dla innych organów administracji publicznej. Jest pojęciem szerokim, ponieważ obejmuje nie tylko wspólnotę mieszkańców, lecz także określone terytorium, zakres uprawnień oraz podmiotowość prawną. Jako podmiot prawa publicznego, samorząd terytorialny dysponuje prawem do wydawania decyzji administracyjnych, natomiast jako podmiot prawa cywilnego jest odrębną od skarbu państwa osobą prawa cywilnego, posiadającą odrębną własność (Wojciechowski 2003).

W Polsce na samorząd terytorialny składają się regionalne (wojewódzkie) i lokalne (powiatowe i gminne) wspólnoty samorządowe usytuowane na trzech różnych stopniach podziału terytorialnego państwa. Zadania o charakterze podstawowym znajdują się w kompetencji gminy, natomiast powiat pełni w stosunku do tej pierwszej funkcję uzupełniającą. Wspólne działania gminy i powiatu mają służyć zaspokajaniu potrzeb lokalnej społeczności. Samorządowe województwo odpowiada z kolei za przygotowanie strategii rozwoju regionu i tworzenie warunków do tego rozwoju, z uwzględnieniem uwarunkowań regionalnych (red. Tarno 2004). Zgodnie z obowiązującymi w Polsce rozwiązaniami prawnymi, samorząd terytorialny jest zobligowany do realizacji szeregu działań w dziedzinie rozwoju lokalnego, wśród których wymienia się:

- podejmowanie w ramach ogólnej strategii rozwoju społeczno-gospodarczego inicjatyw i zadań rozwoju lokalnego;
- stymulowanie rozwoju lokalnego przez stosowanie różnego rodzaju ułatwień i udogodnień w odniesieniu do podmiotów gospodarczych zaangażowanych w proces rozwoju lokalnego;
- podejmowanie działań promocyjnych, stosowanie ulg, zachęt, udostępnianie lokalnych zasobów;
- identyfikację potrzeb lokalnej społeczności i lokalnych zasobów, które powinny wyznaczać kierunki i zakres działań podejmowanych na rzecz rozwoju lokalnego;
- przyciąganie inwestorów oraz pozyskiwanie środków służących rozwojowi lokalnemu;
- tworzenie własnych funduszy pobudzających przedsiębiorczość i wspierających działania na rzecz rozwoju lokalnego;
- tworzenie struktur organizacyjnych zapewniających kompleksową obsługę podmiotów gospodarczych działających na rzecz rozwoju lokalnego;
- tworzenie przedsiębiorstw lokalnych;
- podejmowanie działań rozwijających i doskonalących lokalny system kształcenia, doksztalcania i przekwalifikowania (Pająk 2001).

Jednostki samorządu terytorialnego (gminy, powiaty, województwa) koncentrują się, poza organizowaniem i wykonywaniem usług publicznych o za-

sięgu lokalnym i wojewódzkim, na oddziaływaniu na aktywność ekonomiczną i poziom rozwoju określonych jednostek zasadniczego podziału terytorialnego kraju. O ile samorząd powiatowy wykonuje przede wszystkim zadania administracyjne i usługowe z zakresu spraw społecznych, o tyle gminy i województwa mogą korzystać z rozmaitych narzędzi oddziaływania na sferę społeczną i gospodarczą. Mogą one przyjmować formę pomocy finansowej przedsiębiorstwom, polegać na tworzeniu instytucji gospodarczych, udziale w kapitale spółek, powoływaniu przedsiębiorstw (zgodnie z obowiązującym w tym zakresie prawem), czy też wyrażać się w działaniach mających na celu pobudzenie rozwoju ekonomicznego poprzez inwestycje publiczne i stymulowanie lokalnej (miejscowej) przedsiębiorczości.

Wyrazem kompleksowego podejścia jednostek samorządu terytorialnego do problematyki rozwoju społeczno-gospodarczego są opracowywane przez te podmioty strategie rozwoju. Mają one fundamentalny wpływ na trwanie, sukces lub porażkę jednostki samorządu terytorialnego. Każda strategia rozwoju lokalnego i regionalnego powinna być zatem opracowana i oceniana ze względu na:

- stopień zaspokojenia potrzeb społecznych;
- efektywne, a zarazem oszczędne wykorzystywanie zasobów będących w dyspozycji samorządu terytorialnego;
- całościowy i funkcjonalny charakter przedmiotu strategii (lokalny, regionalny, terytorialny system społeczny);
- „otwarcie” lokalnego (regionalnego), terytorialnego systemu społecznego na jego rozwój;
- ewentualne niekorzystne konsekwencje realizacji przyjętej koncepcji rozwoju dla np. standardu życia społeczności lokalnych, ochrony środowiska naturalnego, zachowania walorów turystycznych itp. (Filipiak, Kogut, Szewczuk, Ziolo 2005).

Rozwój społeczno-gospodarczy jednostek samorządu terytorialnego może być konsekwencją realizacji różnorodnych koncepcji i założeń strategicznych. W praktyce samorządowej wykorzystywane są różne odmiany strategii dziedzinowych (funkcjonalnych), ale muszą one w swoich założeniach uwzględniać przesłanki zawarte w strategii ogólnej. Strategie dziedzinowe są narzędziami realizacji poszczególnych celów i zadań sformułowanych właśnie w strategii ogólnej gminy, powiatu czy województwa samorządowego. Biorąc pod uwagę charakter celów i zadań, jakie spełniają strategie dziedzinowe (częstkowe) w rozwoju jednostek samorządu terytorialnego, wyróżnia się między innymi strategię zarządzania finansami, inwestycyjne, marketingowe, wspierania rozwoju przedsiębiorczości itd. Strategie zarządzania finansami rozstrzygają o możliwości rozwoju jednostek samorządu terytorialnego. Jednostki te muszą w pierwszej kolejności zapewnić finansowanie zadań ustawowych, dopiero w drugiej kolejności środki finansowe

będące w ich dyspozycji mogą być przeznaczone na inwestycje. Ograniczone możliwości inwestowania z dochodów własnych powodują, iż niezbędne jest korzystanie przez jednostki samorządu terytorialnego ze źródeł zewnętrznych. Tylko racjonalna strategia zarządzania finansami pozwala finansować zadania własne i zlecone przez administrację rządową, a także dysponować środkami na finansowania przedsięwzięć rozwojowych.

W kontekście tych uwag oczywisty jest ścisły związek pomiędzy gospodarką finansową jednostek samorządowych a działaniami dotyczącymi sfery inwestycji (które powinny znajdować swój wyraz w niezmiernie ważnej strategii częściowej, jaką jest strategia inwestycyjna tych jednostek). Trzeba jednak pamiętać, że działalność inwestycyjna mająca miejsce na obszarze jednostki samorządu terytorialnego nie może być ograniczana wyłącznie do inwestycji samorządowych. Władze samorządowe powinny być zainteresowane realizacją na swoim terenie także inwestycji prywatnych oraz publiczno-prywatnych, gdyż to one mają istotny wpływ między innymi na rozwój infrastruktury turystycznej.

Inwestycje jednostek samorządu terytorialnego (dalej inwestycje samorządowe) można podzielić według rodzaju na inwestycje dotyczące infrastruktury społecznej (np. szkoły, szpitale, przychodnie, domy kultury) i infrastruktury technicznej (np. drogi, sieć ciepłownicza, kanalizacyjna, oczyszczalnie ścieków). Inwestycje infrastrukturalne przyczyniają się do poprawy warunków życia oraz prowadzenia działalności gospodarczej. Mogą również wpływać korzystnie na lokalny rynek pracy, przy czym inwestycje dotyczące infrastruktury technicznej mają istotny wpływ na wzrost atrakcyjności jednostek samorządu terytorialnego dla potencjalnych inwestorów (Swianiewicz, Dziemianowicz 2001). Inwestycje samorządowe mogą być realizowane samodzielnie przez jednostki samorządu terytorialnego, wspólnie przez kilka jednostek (w tym celu tworzą one związki i porozumienia) lub wspólnie z lokalnymi przedsiębiorcami. Mają one charakter inwestycji niedochodowych, co oznacza, że z chwilą ich podjęcia władze samorządowe powinny przewidywać realne możliwości uzyskania funduszy na późniejsze utrzymanie wybudowanych obiektów. Jest to niezwykle ważny aspekt polityki inwestycyjnej samorządów, biorąc pod uwagę fakt, iż w polskich warunkach samorząd terytorialny boryka się najczęściej z problemem niedostatku środków finansowych. Wybór źródeł finansowania inwestycji samorządowych ma zasadnicze znaczenie dla możliwości ich realizacji, a tym samym realizacji polityki inwestycyjnej jednostek samorządu terytorialnego. Mogą być one finansowane z:

- dochodów budżetowych (własnych, subwencji ogólnej, dotacji celowych);
- udziału mieszkańców i innych podmiotów uczestniczących w realizacji takich inwestycji;

- środków funduszy celowych (np. z Narodowego i Wojewódzkich Funduszy Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Agencji Własności Rolnej Skarbu Państwa);
- środków bezzwrotnych z zagranicy (np. funduszy Unii Europejskiej);
- nadwyżek budżetowych z lat ubiegłych;
- pożyczek długoterminowych, długoterminowych kredytów bankowych udzielanych przez banki krajowe lub międzynarodowe instytucje finansowe;
- emisji obligacji (Kulawik 2000).

Chociaż inwestycje samorządowe (w infrastrukturę społeczną i techniczną) nie mają pozornie bezpośredniego związku z turystyką, w gminach o znaczącej funkcji turystycznej większość z nich wpływa na rozwój turystyki. Pozytywne wpływy na ten rozwój będą miały inwestycje związane na przykład z budową nowych dróg, parkingów, oczyszczalni ścieków, rozbudową sieci kanalizacyjnej. Władze lokalne mogą także finansować ze środków publicznych budowę obiektów sportowych i rekreacyjnych (np. hale sportowe, baseny, kąpieliska) czy budowę i oznakowanie ścieżek rowerowych (typowych urządzeń turystycznych). Inwestycje te wzmacniają atrakcyjność dla inwestorów, a w wypadku tych ostatnich atrakcyjność turystyczną jednostek samorządu terytorialnego.

Projekty inwestycyjne dotyczące rozwoju elementów infrastruktury technicznej, częściowo także infrastruktury turystycznej (jak np. parki wodne, parki rozrywki), mogą być również realizowane w efekcie połączenia kapitału publicznego i prywatnego. Brak środków na ich realizację powinien zachęcać jednostki samorządu terytorialnego do poszukiwania nowych rozwiązań w sferze partnerstwa publiczno-prywatnego. Przykładem takiego rozwiązania może być instytucja BOT (*Build – Operate – Transfer*), czyli Buduj – Eksploatuj – Przekaż. Tego typu przedsięwzięcia służą realizacji inwestycji samorządowych (ale także i wspomnianych elementów infrastruktury turystycznej), a jednocześnie zapewniają inwestorom oczekiwaną stopę zwrotu. Z kolei, społeczność lokalna (wspólnota samorządowa) osiąga także wymierne korzyści (Dziworska 2000). Inwestycje realizowane w taki właśnie sposób cechuje wysoka efektywność zarządzania, ponieważ w projektach tych wykorzystuje się nowe technologie, know-how prywatnego partnera w zakresie budowy i eksploatacji konkretnego obiektu, co pobudza rozwój gospodarczy na poziomie lokalnym i służy rozwojowi rynku finansowego.

Formą partnerstwa publiczno-prywatnego, która może mieć zastosowanie do realizacji inwestycji samorządowych, jest leasing. Zaletą tej formy finansowania inwestycji jest to, iż jednostka samorządu terytorialnego nie musi się zadłużać w celu pozyskania środków na inwestycję. Nie musi również angażować własnych środków na realizację inwestycji i uwolnić środki finansowe zamrożone w finansowaniu własnego majątku.

Przy połączeniu kapitału publicznego i prywatnego w realizację inwestycji, szczególnie o komercyjnym charakterze (np. budowa parku rozrywki, parku wodnego itp.), warto zwrócić uwagę na to, iż partner prywatny powinien być odpowiedzialny za zarządzanie obiektem. Wymaga to jednak większościowego udziału (minimum 51%) w takim przedsięwzięciu prywatnego inwestora, co dla władz samorządowych oznacza ograniczenie kontroli nad własnymi środkami, własnym majątkiem. Taka struktura kapitału sprzyja jednak efektywnemu zarządzaniu takim przedsięwzięciem (Rapacz 2005).

Szczególne znaczenie dla rozwoju elementów infrastruktury turystycznej na obszarach recepcji turystów mają inwestycje prywatnych podmiotów. Mogą to być przedsięwzięcia realizowane przez lokalny biznes, ale ponieważ potencjał tego biznesu jest dość często niewystarczający w stosunku do możliwości recepcyjnych obszaru (gminy, regionu), coraz częściej będą one podejmowane przez inwestorów zewnętrznych. Inwestycje prywatnych przedsiębiorców w regionach recepcji ruchu turystycznego wiążą się najczęściej z inwestowaniem w obiekty związane z obsługą turystów, a więc na przykład obiekty noclegowe, placówki gastronomiczne, obiekty sportowe i rekreacyjne. Pozyskiwanie inwestorów prywatnych do realizacji takich projektów wymaga podejmowania przez samorząd lokalny szeregu działań pobudzających inwestorów do angażowania się we wspomniane przedsięwzięcia. Chodzi o działania samorządu terytorialnego, które przejawiać się będą w inicjowaniu i stymulowaniu działań innych podmiotów, głównie prywatnych inwestorów na rzecz rozwoju pożądaných elementów infrastruktury turystycznej na swym terenie, a także w ich integracji i koordynacji w pożądaných przez władze kierunkach.

Realizacja przedsięwzięć (projektów) inwestycyjnych na obszarze jednostki samorządu terytorialnego (np. gminy) zakłada, w zależności od ich zakresu przedmiotowego, zróżnicowanie roli, jaką pełni w tym procesie samorząd lokalny². W wypadku projektów, w których samorząd lokalny podejmuje samodzielnie inicjatywę inwestycyjną, występuje on w roli inwestora (dotyczy to inwestycji określonych mianem samorządowych, czyli mających na celu rozwój infrastruktury społecznej i technicznej). Ze względu na ograniczone możliwości finansowe jednostek samorządu terytorialnego, przy znacznych potrzebach inwestycyjnych, każda inwestycja powinna być dokładnie przemyślana, zaprojektowana i zorganizowana. Przemyślana pod kątem kosztów, jakie przyniesie lokalnej społeczności, zaprojektowana w zgodzie z obowiązującymi w tym zakresie wymogami praw-

² Ze względu na zakres przedmiotowy działalności inwestycyjnej, służącej rozwojowi turystyki na poziomie lokalnym (gminy, powiatu), można wyróżnić inwestycje z zakresu infrastruktury technicznej ogólnego przeznaczenia, inwestycje związane z rozwojem zaplecza materialnego turystyki (np. obiektów noclegowych, placówek gastronomicznych), inwestycje uzupełniające zaplecze materialne turystyki (np. obiekty kulturalne) oraz inwestycje chroniące walory turystyczne danego obszaru.

nymi, ekonomicznymi i technicznymi oraz zorganizowana w taki sposób, aby została oddana do użytku w planowanym terminie. Powyższe działania składają się na proces inwestycyjny obejmujący trzy fazy:

- przedinwestycyjną – ma ona głównie charakter koncepcyjny i obejmuje identyfikację projektu (jego wybór spośród projektów przewidzianych w dokumentach strategicznych jednostki samorządu terytorialnego), przygotowanie studium wykonalności inwestycji, szczegółowego harmonogramu realizacji inwestycji i projekt budowlany oraz działania formalnoprawne związane z budową;
- inwestycyjną – realizacji projektu, która obejmuje wybór wykonawcy inwestycji, nadzór inwestorski i zarządzanie budową oraz odbiór inwestycji wraz z uzyskaniem pozwolenia na użytkowanie;
- operacyjną (eksploatacyjną) – obejmuje nadzór nad inwestycją w okresie gwarancji oraz wykonanie audytu poinwestycyjnego (Kurowski 2004).

Działania w ramach procesu przygotowania i realizacji inwestycji samorządowych (publicznych) zbliżone są do postępowania związanego z projektami inwestycyjnymi o charakterze komercyjnym (realizowanymi i finansowanymi przez prywatnych inwestorów). W wypadku inwestycji publicznych proces inwestycyjny podlega szczególnej kontroli, sprawowanej przez zarządy gmin i wyspecjalizowane organy administracji samorządowej oraz organy administracji rządowej, jak również rady gmin poprzez ich komisje. Proces inwestycyjny, bez względu na to czy inwestorem jest samorząd lokalny, czy prywatny przedsiębiorca, jest uregulowany bardzo wieloma aktami prawnymi, spośród których do najważniejszych należy zaliczyć Ustawy z:

- 7 lipca 1994 roku o prawie budowlanym (DzU z 2003 r. nr 207, poz. 2016 z późniejszymi zmianami);
- 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (DzU nr 80, poz. 717 z późniejszymi zmianami);
- 27 kwietnia 2001 roku o prawie ochrony środowiska (DzU nr 62, poz. 627 z późniejszymi zmianami);
- 17 maja 1989 roku o prawie geodezyjnym i kartograficznym (DzU nr 240, poz. 2027).

Regulacją prawną o niezwykle ważnym znaczeniu dla sprawniej realizacji inwestycji samorządowych jest Ustawa z 29 stycznia 2004 roku – Prawo zamówień publicznych (DzU nr 19, poz. 177 z późniejszymi zmianami). Wymaga ona, aby wyłonienie wykonawcy inwestycji odbywało się w sposób przejrzysty, najczęściej w drodze przetargu. Nie ulega więc wątpliwości, że planowanie i realizacja inwestycji jest zadaniem skomplikowanym. Nie dotykamy tutaj problemów występujących przy sporządzaniu wniosków o dofinansowanie inwestycji ze środków unijnych. Szereg problemów niesie ustawa o planowaniu i zagospodarowaniu

przestrzennym, która wymaga uruchomienia dodatkowej, rozbudowanej procedury przygotowania miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, zanim jeszcze inwestor wystąpi z wnioskiem o wydanie pozwolenia na budowę. Wskazuje to na potrzebę starannego przygotowania i postępowania uczestników procesu inwestycyjnego we wszystkich jego fazach.

W tym miejscu warto poświęcić więcej uwagi roli samorządu terytorialnego w pobudzaniu sektora prywatnego do angażowania się w projekty inwestycyjne związane z turystyką. Samorząd powinien tworzyć jak najlepsze warunki dla podmiotów lokalnych i inwestorów zewnętrznych zainteresowanych przedsięwzięciami turystycznymi. Chodzi przede wszystkim o eliminację tych czynników, które na ogół ograniczają opłacalność inwestowania w turystykę, wśród których można wymienić między innymi regulacje własnościowe gruntów, stan infrastruktury lokalnej, poziom przygotowania miejscowej ludności do pracy w placówkach usługowych, poziom opłat i podatków lokalnych. Nie można również pomijać wagi regulacji prawnych, finansowo-podatkowych na szczeblu ogólnokrajowym w aspekcie polityki kredytowej, warunków podatkowych dla przedsiębiorstw (wysokość stóp podatkowych i ulgi inwestycyjne), czy też marketingu na szczeblu regionalnym i krajowym (red. Gołębski 2002).

Dla potencjalnych inwestorów zainteresowanych lokowaniem swych środków finansowych w projekty związane z rozwojem elementów infrastruktury turystycznej na terenie gminy istotne znaczenie mają takie dokumenty, jak strategia rozwoju gminy (strategia rozwoju turystyki, która może być częścią ogólnej strategii), studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego oraz plany miejscowe zagospodarowania przestrzennego. Mają one dostarczyć potencjalnym inwestorom informacji o pożądanym na terenie gminy inwestycjach (w tym turystycznych), a zatem zachęcać podmioty gospodarcze do podejmowania projektów, na przykład budowy obiektów noclegowych, placówek gastronomicznych, obiektów sportowo-rekreacyjnych itd. Dokumenty te pozwalają organom samorządowym na prowadzenie polityki ofertowej i promocyjnej względem prywatnych inwestorów. W ramach realizowanej przez władze samorządowe polityki przestrzennej, której najważniejszym środkiem jest planowanie przestrzenne, możliwe jest pożądane i prawidłowe rozmieszczanie na obszarze (np. gminy) przyszłych elementów infrastruktury turystycznej (choć nie tylko tej infrastruktury), czyli obiektów i urządzeń powstających w ramach projektów inwestycyjnych prywatnych inwestorów. Władze samorządowe powinny zatem koordynować działania wszystkich podmiotów działających w przestrzeni lokalnej, określając reguły zachowania w przestrzeni. Podstawowe zasady polityki przestrzennej i jej uwarunkowania zawarte są we wcześniej wspomnianych dokumentach opracowywanych na poziomie gminy. W pracach nad tymi dokumentami powinno uwzględniać

się między innymi opinie lokalnej społeczności (mieszkańców) oraz lokalnych przedsiębiorców.

Samorząd lokalny (szczebla gminnego) może również, w ramach aktywnej realizacji polityki przestrzennej, wykorzystywać będące w jego władaniu tereny, aby pozyskiwać zewnętrznych inwestorów, którzy mogą podejmować projekty związane z budową na przykład obiektów noclegowych (jeśli na terenie gminy występuje ich niedostatek), obiektów i urządzeń sportowych, rekreacyjnych itp. W tym celu powinny być podejmowane przez samorząd lokalny inwestycje dostosowujące określone tereny gminy do potrzeb i oczekiwań inwestorów. Chodzi głównie o inwestycje w zakresie infrastruktury technicznej (uzbrajanie terenu, drogi dojazdowe itp.). Działania te podnoszą atrakcyjność gminy dla potencjalnych inwestorów, a wspierając je aktywną akcją promocyjną, można przyciągnąć inwestorów realizujących pożądane projekty, wzbogacając na przykład infrastrukturę turystyczną. Można powiedzieć, że inwestycje samorządowe pobudzają lokalny rozwój i wpływają na wzrost zainteresowania inwestorów (lokalnych, a szczególnie zewnętrznych) inwestycjami pożądanymi przez gminę.

Dla potencjalnych inwestorów na etapie planowania projektów inwestycyjnych ważne są informacje, które powinny być gromadzone przez organy samorządowe i udostępniane tym pierwszym, aby zachęcić ich do podjęcia decyzji o realizacji inwestycji. Prowadzenie badań rynku turystycznego (szczególnie popytu) przez jednostki samorządu terytorialnego, czy ich zlecenie wyspecjalizowanym instytucjom oraz ich okresowe powtarzanie, pozwala dysponować wiedzą potrzebną do podejmowania decyzji inwestycyjnych. Stworzenie i sprawne funkcjonowanie systemu gromadzenia informacji o rynku turystycznym, dostępnego i zorientowanego między innymi na potencjalnych inwestorów, może mieć istotny wpływ na wybór konkretnej gminy (miejscowości), jako obszaru realizacji prywatnych projektów inwestycyjnych tworzących składniki zaplecza materialnego turystyki (Śłodowa-Hełpa 2002).

W fazie realizacji projektów inwestycyjnych szczególne obowiązki spoczywają na organach samorządowych szczebla gminnego i powiatowego w zakresie kontroli i nadzoru inwestycji budowlanych (takimi są projekty dotyczące budowy obiektów stanowiących m.in. elementy zaplecza materialnego turystyki na terenie gminy). Inwestycje te wiążą się z przekształcaniem przestrzeni, a kontrola tego przekształcania polega na:

- porównaniu planowanego (lub dokonanego) przekształcenia przestrzeni z zawartymi w przepisach prawa regulacjami odnoszącymi się do tego rodzaju przekształceń;
- sprawdzeniu, czy podmioty dokonujące tych przekształceń zachowują obowiązujące procedury prawne na etapie przygotowania lub realizacji projektu inwestycyjnego, który powoduje przekształcenia w przestrzeni.

Podstawowe przepisy regulujące proces zagospodarowania przestrzennego i nadzór budowlany opierają się na wspomnianych już dwóch ustawach: o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym oraz prawie budowlanym. Ta ostatnia jest podstawą do zatwierdzania projektów inwestycyjnych i wydawania pozwoleń na budowę. Trzeba także pamiętać, iż w myśl regulacji zawartych w obu ustawach, każdy nowy budynek (np. hotel, pensjonat) i budowa muszą być zgodne z planem zagospodarowania przestrzennego i prawem budowlanym. Wypełniając swoje obowiązki w tym zakresie, organy samorządowe szczebla lokalnego (gminnego i powiatowego) mają bezpośredni wpływ na przebieg realizacji projektu inwestycyjnego oraz jego efekty. Charakteryzując rolę i wpływ jednostek samorządu terytorialnego na decyzje potencjalnych inwestorów (na etapie opracowania i realizacji konkretnych projektów dotyczących infrastruktury turystycznej), nie sposób pominąć znaczenia instrumentów stymulowania przedsiębiorczości, będących w dyspozycji samorządu lokalnego. W literaturze przedmiotu instrumenty te dzieli się na bezpośrednie i pośrednie. Ich stosowanie ma wywołać pożądane postawy podmiotów gospodarczych, w tym działania związane z realizacją konkretnych projektów inwestycyjnych. Można je też uporządkować w grupy obejmujące narzędzie działające po stronie dochodów budżetowych, wydatków budżetowych oraz grupę narzędzi cenowych. Wśród instrumentów mogących stymulować przedsiębiorczość i zachęcać do realizacji projektów inwestycyjnych będą po stronie dochodowej podatki (np. od nieruchomości, rolny, leśny), opłaty lokalne oraz kredyty i obligacje komunalne. Pobudzaniu mogą służyć elementy konstrukcji wymienionych podatków, to jest stawki podatkowe, ulgi i zwolnienia oraz potrącenia i wyłączenia o charakterze podmiotowym i przedmiotowym. Bódcowe oddziaływanie opłat przejawiać się może w określaniu ich wysokości przez władze samorządowe bądź zaniechaniu ich poboru. Z kolei, kredyty i obligacje komunalne, jeśli służą finansowaniu inwestycji infrastrukturalnych, kształtują atrakcyjność gmin dla potencjalnych inwestorów (Brol 1998).

Po stronie wydatków do instrumentów pobudzających przedsiębiorczość i zachęcających inwestorów do realizacji projektów inwestycyjnych można wymienić między innymi:

- dotacje, pożyczki oraz poręczenia;
- inwestycje w infrastrukturę techniczną i społeczną;
- szkolenia organizowane i finansowane przez samorząd lokalny, których profil odpowiada potrzebom firm realizujących projekty inwestycyjne na terenie gminy (powiatu);
- promocje jednostki samorządu terytorialnego jako obszarów o atrakcyjnych walorach turystycznych i perspektywach dla nowych inwestycji w zaplecze materialne turystyki (Czternasty, Kujaczyński 2002).

Wśród instrumentów cenowych stymulujących przedsiębiorczość i aktywność inwestorów należy wymienić między innymi atrakcyjną cenę gruntów, wysokość opłat uiszczanych z tytułu dzierżawy i wynajmu gruntów, opłaty za użytkowanie wieczyste.

W świetle powyższych uwag można sformułować tezę, iż władze samorządowe mają szereg możliwości i narzędzi wpływania na inwestorów w fazie projektowania i realizacji projektów związanych z rozwojem elementów infrastruktury turystycznej. Nie można jednak przeceniać tego wpływu, bowiem wiele zależy od ich aktywności. Troska o rozwój infrastruktury technicznej może być często bardziej efektywna niż bezpośrednie zaangażowanie w działania mające na celu przyciągnięcie inwestycji. Jeśli w procesie decyzyjnym inwestora ma on do wyboru kilka możliwych miejsc lokalizacji projektu, o podobnym położeniu, podobnych kosztach realizacji itd., od stosunku władz lokalnych lub lokalnej społeczności, jakości obsługi w urzędzie może zależeć wybór konkretnego miejsca (np. gminy). Chodzi zatem o tworzenie przez władze samorządowe sprzyjającego klimatu dla inwestycji (także w infrastrukturę turystyczną), a nie tylko angażowanie się kapitałowe jednostek samorządu terytorialnego. Rolą władz samorządowych jest więc wzmacnianie zaufania u potencjalnych inwestorów, współdziałanie z nimi i zachęcanie do podejmowania projektów pożądanych z punktu widzenia założeń strategii rozwoju jednostki samorządowej (w tym strategii rozwoju turystyki), kreowanie kapitału społecznego i mobilizowanie potencjalnych partnerów do aktywności i współpracy.

Literatura

- Brol R., 1989, *Zarządzanie rozwojem lokalnym – studium przypadków*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław
- Czternasty W., Kujaczyński T., 2002, *Uwarunkowania i instrumenty rozwoju przedsiębiorczości na przykładzie województwa wielkopolskiego*, w: *Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem*, red. J. Stankiewicz, Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra
- Dziworska K., 2000, *Kapitał prywatny w finansowaniu rozwoju infrastruktury komunalnej*, w: *Możliwości kreowania lokalnych rynków finansowych przez samorządy terytorialne*, red. L. Pawłowicz, Polska Regionów, 18, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk
- Filipiak B., Kogut M., Szawczuk A., Zioło M., 2005, *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse, procedury*, Fundacja na Rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin
- Gołomski G. red., 2002, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań
- Kulawik J., 2000, *Instrumenty i systemy finansowania przedsięwzięć infrastrukturalnych*, Bank i Kredyt, 3
- Kurowski L., 2004, *Ocena projektów gospodarczych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław

- Pająk K., 2001, *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce w procesie transformacji*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości, Poznań
- Rapacz A., 2005, *Znaczenie współpracy międzysektorowej dla kształtowania atrakcyjności obszaru turystycznego*, w: *Problemy konkurencyjności regionów i przedsiębiorstw*, red. A. Rapacz, *Gospodarka a Środowisko* – Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 1095
- Słodowa-Helpa M., 2002, *Warunki i czynniki rozwoju turystyki w gminie (na szczeblu lokalnym)*, w: *Możliwości wykorzystania turystyki jako stymulatora rozwoju krajów i regionów*, Międzynarodowy Salon Turystyczny TOUR SALON, Poznań
- Swianiewicz P., Dziemianowicz W., 2001, *Atrakcyjność inwestycyjna miast*, Wspólnota, 2
- Tarno P. red., 2004, *Samorząd terytorialny w Polsce*, LexisNexis, Warszawa
- Towards Quality Rural Tourism, Integrated Quality Management of Rural Tourist Destination, 1999, Bruksela
- Wojciechowski T., 2003, *Zarządzanie w samorządzie terytorialnym*, Difin, Warszawa

Urszula Kaczmarek, Tomasz Kaczmarek

Środki Unii Europejskiej wspomagające rozwój turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym

Turystyka stanowi jeden z ważniejszych sektorów gospodarki, który w znaczący sposób wpływa na sytuację społeczną i ekonomiczną państw, regionów i jednostek lokalnych. Dla wielu krajów stała się ona poważnym źródłem dochodu, a także instrumentem wspierania przedsiębiorczości, walki z bezrobociem i ogólnie podnoszenia poziomu życia społeczeństwa. Rozwój usług turystycznych poprawia wyniki bilansu płatniczego kraju, stanowi bazę ekonomiczną rozwoju całych regionów. W wymiarze regionalnym i lokalnym turystyka pozwala na redystrybucję dochodów z obszarów bogatszych (np. dużych miast) do biedniejszych (peryferii).

Polska ma duże szanse na zajęcie dobrej pozycji w europejskiej rywalizacji o pozyskanie turystów. Korzystne położenie w środku kontynentu, na skrzyżowaniu ważnych dróg europejskich, włączenie w struktury rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, znaczny potencjał kulturowy i dobrze zachowane środowisko naturalne, czynią z naszego kraju atrakcyjne miejsce do zwiedzania i wypoczynku zarówno dla turystów zagranicznych, jak i krajowych.

Szansą dla szybszego i bardziej intensywnego rozwoju polskiej turystyki stały się fundusze pomocowe Unii Europejskiej. Do momentu wejścia Polski do struktur UE wsparciem dla działalności turystycznej były fundusze przedakcesyjne (PHARE, SAPARD i ISPA). Od 2004 roku, do Polski jako kraju członkowskiego, szerokim strumieniem płyną fundusze strukturalne, których nasz kraj jest największym beneficjentem spośród wszystkich państw członkowskich UE. Mimo braku wyraźnie wyodrębnionej polityki sektorowej UE wobec turystyki, paleta możliwości wykorzystania funduszy strukturalnych dla inicjatyw i przedsięwzięć turystycznych (i paraturystycznych) jest niezwykle bogata. Ich beneficjentami są samorządy lokalne, organizacje pozarządowe, firmy i przedsiębiorcy działający w branży turystycznej. Szczególnie preferowane są projekty

lokalne tworzone w strukturach sieciowych i w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego.

Celem niniejszego rozdziału jest wskazanie na rozmiary i możliwości wykorzystania przez władze lokalne i przedsiębiorców środków unijnych do realizacji projektów związanych z sektorem turystyki. Opis projektów oraz praktyczne przykłady ich wykorzystania na poziomie lokalnym poprzedza krótka charakterystyka roli usług turystycznych w rozwoju gospodarczym krajów UE oraz pozycji, jaką zajmuje turystyka w polityce regionalnej i sektorowej Unii Europejskiej.

Turystyka jako sektor gospodarczy w Unii Europejskiej

Jedną z charakterystycznych cech krajów członkowskich Unii Europejskiej jest olbrzymi wpływ turystyki na ich gospodarkę, kulturę i życie społeczne. Unia Europejska obejmująca 27 krajów (2007 r.), skupiających 7,5% zaludnienia świata, koncentruje blisko 50% globalnego ruchu turystycznego. Według danych World Tourism Organization z 2005 roku, na 808 mln uczestników zagranicznego ruchu turystycznego, blisko 400 mln przypadało na kraje UE. Kraje Wspólnoty generują 53% wyjazdów i 47% przyjazdów w zagranicznym ruchu turystycznym. Wśród turystów podróżujących po Europie dominują obywatele samej UE (87%), co świadczy z jednej strony o wysokiej atrakcyjności turystycznej starego kontynentu dla jego mieszkańców, jak i dużej sile nabywczej Europejczyków. Wydatki na turystykę zagraniczną obywateli UE szacuje się na około 220 mld euro rocznie (bez ruchu krajowego). Spośród 10 potęg turystycznych świata, 6 stanowią państwa UE (Francja, Hiszpania, Włochy, Wielka Brytania, Niemcy, Austria), wśród 25 najliczniej odwiedzanych państw – 11 znajduje się na obszarze UE (w tej grupie jest także Polska).

Charakteryzując krótko znaczenie turystyki dla gospodarki europejskiej, należy zwrócić uwagę na wielorakie związki tego sektora z rynkiem pracy (źródło zatrudnienia), rozwojem regionalnym i lokalnym (źródło dochodów), działaniami na rzecz ochrony środowiska, bezpieczeństwa publicznego, ochrony praw konsumentów, inwestycjami w transporcie, kulturze, służbie zdrowia itp. Turystyka jest działem gospodarki o dużym stopniu powiązań z innymi sektorami: budownictwem, transportem, telekomunikacją, handlem detalicznym, jak i wieloma branżami zaangażowanymi w tworzenie produktu turystycznego. Nic dziwnego, że koniunktura w turystyce jest determinantą rozwoju gospodarczego, zwłaszcza w krajach i regionach, gdzie udział turystyki w tworzeniu PKB jest znaczący (np. region śródziemnomorski czy alpejski).

Szacunki wskazują, że bezpośrednio w działalności turystycznej na obszarze Unii Europejskiej zatrudnionych jest około 8 mln osób, co daje 4% ogółu pracujących. Zatrudnienie w usługach turystycznych stale rośnie, a tempo tego wzrostu w ostatniej dekadzie wyniosło 25%. Według danych Eurostatu, sektor turystyczny wytwarza 4% produktu krajowego brutto UE, co pozwala określić go jako dział dochodowy o średnim poziomie intensywności (*Tourism: Relevant Policies* 2006). Biorąc pod uwagę działalności gospodarcze powiązane z turystyką, mające udziały w dochodach tego sektora, ich łączny udział w PKB i zatrudnieniu (24 mln miejsc pracy) szacuje się odpowiednio na 11-12%. Tempo wzrostu dochodów i zatrudnienia plasuje turystykę w grupie najdynamiczniej rozwijających się działów gospodarki Unii Europejskiej.

Turystyka zaliczana do sfery „eksportu wewnętrznego” (działalność na miejscu, ale świadczona dla turystów zagranicznych) koncentruje około 30% dochodów z handlu zagranicznego w sferze usług (*external trade in services*). Wśród około 2 mln przedsiębiorstw działających na rynku turystycznym UE, dominują firmy małe i średnie (MSP). Stąd 99% ogółu firm turystycznych zatrudnia mniej niż 250 osób. Aż 94% z nich to małe podmioty gospodarcze (głównie rodzinne), zatrudniające mniej niż 10 osób. Firmy związane z turystyką stanowią 7,4% wszystkich SMP w UE i generują 6,5% ich dochodu. Gospodarka turystyczna oferuje znaczną część miejsc pracy dla kobiet, ludzi młodych, jak i siły roboczej o niskich kwalifikacjach. Jest więc dobrym antidotum na problemy strukturalne oraz tworzenie rynku pracy. Głównym mankamentem usług turystycznych jest ich sezonowość, co powoduje dużą mobilność siły roboczej i konieczność tworzenia elastycznych rynków pracy. Sektor turystyki jest także silnie narażony na wahania koniunktury gospodarczej, zmienność warunków pogodowych, jak i zagrożenia w sferze bezpieczeństwa publicznego.

Turystyka w sektorowych i regionalnych politykach Unii Europejskiej

W postępującym procesie integracji państw europejskich, jego zaawansowanie najbardziej widoczne jest w obszarze gospodarki. Stanowi to efekt działań polityk wspólnotowych, które stopniowo obejmowały kolejne sektory gospodarki: wymianę towarową, rolnictwo, transport, przepływ kapitału, siły roboczej i usług. Od 1993 roku, czyli od wejścia w życie traktatu z Maastricht, po raz pierwszy turystyka (*tourism industry*) została wymieniona i uznana za obszar integracji, kon-

solidacji, kontroli i unifikacji w ramach UE¹. W strukturze Komisji Europejskiej, jednego z organów władzy UE, pojawiła się jednostka zarządzania *Tourism Unit*, działająca w ramach *DG Enterprise* (Dyrekcja Generalna – Przedsiębiorstwa), koordynująca działania UE w sektorze turystyki. Główne cele działalności tej placówki to:

- reprezentowanie interesów sektora turystyki w UE;
- przygotowanie propozycji legislacyjnych;
- tworzenie i wdrażanie polityk UE wobec turystyki;
- dbanie o interesy konsumentów, uczestników ruchu turystycznego;
- dbanie o ochronę i rozwój środowiska przyrodniczego oraz kulturowego;
- unifikacja podstaw terminologicznych, metodycznych i statystycznych.

Debatę programową nad przygotowaniem koherentnej polityki sektorowej w odniesieniu do turystyki rozpoczęło ogłoszenie w 1995 roku przez Komisję Europejską Zielonej Księgi Turystyki (*Green paper – Role of the Union in the field of Tourism*), przedstawiającej projekt działań wobec turystyki jako ważnego działu gospodarki. W 1996 roku Komisja Europejska przedstawiła pierwszy Wielonarodowy Program Wsparcia dla Sektora Turystyki – Philoxenia (*First multinational programme to assist European tourism*). Program ten w kolejnych procedurach Rady UE nie został jednak przez kraje członkowskie przyjęty i nigdy nie doczekał się realizacji.

Brak poparcia dla kompleksowej polityki wobec turystyki sprawił, że dalsze działania instytucji unijnych skupiły się na takich działaniach wiążących rozwój turystyki z priorytetami UE, jak wzrost gospodarczy, wspieranie rynku pracy, rozwój infrastruktury itp. Na unijnej konferencji „Turystyka i zatrudnienie” (*Tourism and Employment*) w 1997 roku, turystykę uznano za jeden z najbardziej rozwojowych sektorów gospodarki, który ma ogromny wpływ na rynek pracy i wzrost gospodarczy². W 2001 roku Komisja Europejska ogłosiła raport pt. *Working together for the future of European tourism*, który zapowiada konsolidację polityki UE wobec sektora turystyki. W 2002 roku Rada Europejska przyjęła rezolucję o tej samej nazwie, a następnie powstało *European tourism forum*, będące płaszczyzną wymiany informacji, dialogu, badań i monitoringu usług turystycznych.

Nowe impulsy do wzrostu zainteresowania problematyką turystyczną w UE płyną ze Strategii Lizbońskiej, w której turystykę uznaje się za jeden z kluczo-

¹ Działania polityczne w odniesieniu do sektora turystyki podjęto już w latach 80., w ramach struktur EWG. W 1986 r. powołany został Komitet Doradczy Turystyki (*Tourism Advisory Committee*), odpowiedzialny za wymianę informacji, konsultacje i kooperacje w sektorze turystyki. Komitet ten (działający do dziś) organizuje szkolenia, konferencje i prowadzi działalność wydawniczą na temat programów turystycznych. Z jego inicjatywy Rada Europejska ogłosiła rok 1990 – *The European Year of Tourism*.

² Na konferencji tej zawiązano grupę roboczą (*High level group on tourism and employment*) o charakterze lobbingsowym i doradczym, złożoną z przedsiębiorców, biznesmenów i profesjonalnych menedżerów turystyki. Jej pierwszym przewodniczącym został dyrektor TUI GmbH. W 1998 r. ukazał się raport grupy pt. *European tourism: new partnerships for jobs*.

wych elementów osiągnięcia rozwoju zrównoważonego oraz zwiększania liczby i jakości miejsc pracy, a tym samym podniesienia konkurencyjności turystyki europejskiej w świecie. W 2005 roku na Europejskim Forum Turystycznym zapowiedziano ogłoszenie Europejskiej Agendy 21 dla Turystyki (*Agenda 21 for the European Tourism*), jako dokumentu nowej polityki UE wobec turystyki (*Eine neue EU-Tourismuspolitik, 2006*). Jej ukazanie się przewidziano na rok 2007.

Krótki przegląd działań zmierzających do wypracowania polityki UE wobec turystyki pokazuje, że za deklaracjami instytucji unijnych nie idą, jak dotąd, konkretne programy o orientacji *stricte* turystycznej. Nie oznacza to, że sektor turystyki pozostał na uboczu integracji i stanowi dyskryminowany przez UE dział gospodarki. Turystyka od wielu lat jest jednym z największych beneficjentów procesu integracji europejskiej, korzystając z takich udogodnień jak:

- stworzenie strefy bezwizowego poruszania się po krajach UE oraz między nimi a takimi krajami, jak USA, Japonia, Australia (dla wybranej grupy krajów);
- zniesienie (w wypadku sygnatariuszy układu z Schengen) lub ograniczenie kontroli paszportowej na granicach wewnętrznych UE;
- wprowadzenie wspólnej waluty euro w krajach należących do unii walutowej;
- rozwój systemów transportowych i innej infrastruktury, np. służącej ochronie środowiska;
- swobodny przepływ usług turystycznych;
- zniesienie ograniczeń na rynku pracy w zakresie przepływu pracowników;
- ochrona praw konsumentów i unifikowanie przepisów w zakresie świadczeń usług turystycznych (np. Dyrektywa Rady 90/314/EWG z 13 czerwca 1990 r. o podróżach i wycieczkach turystycznych sprzedawanych w formie pakietu usług);
- unormowania zasad korzystania z usług służby zdrowia poza granicami kraju (Europejska Karta Ubezpieczenia Zdrowotnego);
- ochrona walorów środowiska naturalnego i dóbr kultury.

Te i inne efekty integracji przyczyniły się do zdynamizowania rozwoju gospodarki turystycznej, o czym świadczy choćby wzrost liczby turystów na obszarze UE. Obok korzyści, jakie oferuje turystyce integracja, należy pamiętać, że to właśnie ruch turystyczny jest najlepszym nośnikiem idei integracyjnych. Poznawanie krajów, postawy proekologiczne, przenikanie kultur, to podstawy europejskiego zrozumienia, solidarności i tolerancji. Dlatego, szereg dokumentów politycznych instytucji UE akcentuje swoje poparcie dla turystyki, konieczność objęcia tego sektora polityką i pomocą ze środków publicznych, głównie na zasadzie udziału turystyki jako partnera UE w działaniach na rzecz wzrostu zatrudnienia i podniesienia poziomu życia mieszkańców (Verheugen 2005).

Jak już wspomniano, turystyka odgrywa istotną rolę w tworzeniu miejsc pracy i stanowi jeden z najważniejszych składników endogenicznego rozwoju na poziomie regionalnym i lokalnym. Restrukturyzacja przemysłu, spadek rentowności pierwotnych działów gospodarki, jak rolnictwo, rybołówstwo, górnictwo, czyni z turystyki ważny element wielofunkcyjnego rozwoju zarówno obszarów zurbanizowanych, jak i wiejskich. Uznając turystykę za ważny czynnik rozwoju, wspieranie finansowe tego sektora odbywa się przede wszystkim w ramach Europejskich Funduszy Rozwoju Regionalnego (EFRR), które skierowane są na realizację takich celów UE, jak: spójność społeczno-gospodarcza, konkurencyjność i zatrudnienie oraz europejska współpraca terytorialna. Na pomoc finansową tych funduszy mogą więc liczyć takie działania jak (*Eine neue EU-Tourismuspolitik*, 2006):

- kształtowanie i ochrona środowiska przyrodniczego oraz dziedzictwa kulturowego;
- rozwój infrastruktury służącej mobilności turystycznej;
- wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw, sieci i gron (klastrów) biznesowych;
- budowanie strategii rozwoju turystyki w obszarach przygranicznych;
- podnoszenie jakości innowacyjności usług turystycznych;
- interregionalna wymiana doświadczeń w zakresie rozwoju turystyki.

Ze względu na duży potencjał turystyki w kształtowaniu rynku pracy, jej wspieranie jest także jednym z priorytetów Europejskiego Funduszu Spójności (EFS), który współfinansuje projekty w zakresie kształcenia i szkoleń, mające na celu podniesienie jakości i produktywności miejsc pracy w usługach turystycznych. Fundusz ten wspiera także programy związane z mobilnością zawodową. Elementy wsparcia dla działań na polu turystyki zawierają także dwa fundusze sektorowe: Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnych (EFOIGR) oraz Finansowy Instrument Wspierania Rybołówstwa (FIWR). Pierwszy wspiera między innymi podnoszenie jakości środowiska i krajobrazu na obszarach wiejskich, jak też finansuje projekty turystyczne (szczególnie agroturystyczne), zmierzające do dywersyfikacji funkcjonalnej tych obszarów. Drugi fundusz, którego celem jest pomoc w restrukturyzacji sektora rybołówstwa, wspiera między innymi rozwój alternatywnych przedsięwzięć w turystyce (szczególnie ekoturystyce).

Przedakcesyjne i akcesyjne programy wsparcia dla sektora turystyki

Wspieranie rozwoju turystyki w Polsce datuje się już od momentu pojawienia się funduszy przedakcesyjnych PHARE (od 1992 r.) oraz ISPA i SAPARD (od

2000 r.). Jedynym, jak dotąd, programem pomocowym finansowanym ze środków Unii Europejskiej, utworzonym w celu bezpośredniego wsparcia gospodarki turystycznej w Polsce, był Program Rozwoju Turystyki TOURIN. Jego celem była promocja rozwoju turystyki, rozwój instytucjonalny tego sektora oraz dotacje finansowe na rozbudowę infrastruktury turystycznej³. Program ten finansował między innymi takie projekty, jak:

- wsparcie instytucjonalne, organizacyjne i merytoryczne dla instytucji centralnych zajmujących się zarządzaniem turystyką;
- kształcenie i szkolenie kadr turystycznych, m.in. podczas seminariów regionalnych;
- działania promocyjne na rzecz turystyki przyjazdowej do Polski;
- rozwój narodowego systemu rezerwacji i dystrybucji usług turystycznych;
- przygotowanie planów rozwoju turystyki na terenach wiejskich i leśnych;
- strategia rozwoju produktu turystycznego Polski;
- utworzenie Polskiej Organizacji Turystycznej;
- finansowanie budowy i modernizacji obiektów turystycznych w ramach Funduszu Dotacji Lokalnych.

W latach 90. poza programem TOURIN, celowo utworzonym z myślą o wspieraniu gospodarki turystycznej, funkcjonowały inne programy, które w ograniczonym zakresie współfinansowały projekty turystyczne: PHARE-STRUDER, Program Rozwoju Lokalnego PHARE-RAPID, Program Inicjatyw Lokalnych (PIL), PHARE CBC (szczegółowy ich opis zob. *Projekty turystyczne*, 2004).

Od roku 2000 realizacja projektów turystycznych uzyskiwała wsparcie z funduszy przedakcesyjnych: PHARE (spójność społeczno-gospodarcza), ISPA i SAPARD. Turystyka została w nich połączona razem z innym dziedzinami – na przykład kulturą, ochroną środowiska, rozwojem lokalnym, odnową miast i wsi. Beneficjentami funduszy przedakcesyjnych stały się zarówno organizacje turystyczne i społeczne, samorządy terytorialne, jak też przedsiębiorstwa i firmy turystyczne.

Podsumowując okres wsparcia turystyki z funduszy unijnych przed akcesją, należy zauważyć, że przyczyniły się one do rozwoju sfery zarządzania turystyką w Polsce i lepszej adaptacji turystyki do warunków funkcjonowania w gospodarce rynkowej. Pierwsze udane projekty rozbudowy i modernizacji infrastruktury turystycznej pokazały, że dzięki środkom pomocowym z UE możliwy jest

³ Pierwsza edycja programu TOURIN I rozpoczęła się w 1993 r., a zakończyła w 1995, natomiast następne: TOURIN II – w latach 1995-1997, TOURIN III – w latach 1997-1999.

w dłuższej perspektywie rozwój potencjału recepcyjnego turystyki w Polsce, jak też znaczące podniesienie jakości usług turystycznych⁴.

Podobnie jak w okresie przedakcesyjnym, tak i po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej projekty turystyczne nie znalazły oddzielnego działania poświęconego tylko temu sektorowi gospodarki. Zostały one jednak włączone do działań o charakterze interdyscyplinarnym. Przedsiębiorstwa turystyczne, organizacje turystyczne oraz samorządy terytorialne mogą korzystać z pomocy finansowej funduszy Unii Europejskiej na takich samych zasadach, jak podmioty działające w innych usługach.

Wejście Polski do Unii Europejskiej (1.05.2004 r.) otworzyło przed naszym krajem szanse wykorzystania znacznie większych środków pomocowych. Pełnoprawne członkostwo w strukturach UE daje Polsce prawo ubiegania się o wsparcie z szerokiej palety funduszy strukturalnych, finansujących projekty w ramach działań/celów (*Fundusze i programy pomocowe UE, 2006*):

- 1 – regionalny: wsparcie regionów zapóźnionych, o dochodach PKB na 1 mieszkańca poniżej 75% średniej dla UE oraz słabo zaludnionych i ultraperyferyjnych;
- 2 – regionalny: pomoc w modernizacji obszarów dotkniętych problemami strukturalnymi;
- 3 – horyzontalny: pomoc w modernizacji rynku pracy poprzez szkolenia zawodowe, lokalne inicjatywy w zakresie zatrudnienia oraz poprawę dostępu do rynku pracy.

Od 2004 roku środki finansowe funduszy strukturalnych, wydatkowane na podstawie Narodowego Planu Rozwoju, wdrażane są na podstawie 7 programów operacyjnych. W odniesieniu do finansowania projektów turystycznych, kluczowe znaczenie mają 3 programy:

- Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR);
- Sektorowy Program Operacyjny Wzrostu Konkurencyjności Przedsiębiorstw (SPO WKP);
- Sektorowy Program Operacyjny Rozwoju Zasobów Ludzkich (SPO RZL).

⁴ Do najbardziej spektakularnych inwestycji finansowanych z funduszy przedakcesyjnych należały m.in. budowa kompleksu sportów zimowych w Tyliczu, regionalne centrum turystyczne w Zakliczynie, podziemna trasa turystyczna i rewaloryzacja parku Zdrojowego w Wałbrzychu, zagospodarowanie nabrzeża Jeziora Drwęckiego w Ostródzie, budowa ścieżek rowerowych w Euroregionie Pro Europa Viadrina, budowa stacji wodnej i ośrodka rekreacyjnego w Klimkówce, modernizacja ośrodka wypoczynkowego ARKA w Gródku n. Dunajcem, modernizacja i marketing Kanału Augustowskiego, zagospodarowanie plaży miejskiej w Suwałkach.

Fundusze strukturalne wspierające przedsięwzięcia turystyczne w Polsce

Beneficjentami środków strukturalnych UE w działaniach na rzecz rozwoju turystyki mogą być zarówno jednostki sektora publicznego (np. samorządy terytorialne różnych szczebli), jak i prywatnego (podmioty gospodarcze różnych branż i wielkości). Poniżej przedstawiono zarys działań adresowanych do obu tych grup podmiotów realizowanych w ramach dwóch programów operacyjnych: ZPORR i SPO WKP.

Projekty turystyczne realizowane w ramach Zintegrowanego Programu Rozwoju Regionalnego (ZPORR). W obszarze Zintegrowanego Programu Rozwoju Regionalnego projekty turystyczne realizowane są w ramach następujących działań (wg *Możliwości realizacji projektów turystycznych*, 2006):

1. Rozwój turystyki i kultury;
2. Obszary wiejskie;
3. Obszary podlegające restrukturyzacji;
4. Zdegradowane obszary miejskie, przemysłowe i powojskowe.

Głównym celem działania **Rozwój turystyki i kultury** jest:

- wzrost znaczenia turystyki jako czynnika stymulującego rozwój społeczno-gospodarczy regionów, z uwzględnieniem zapewnienia zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska;
- ułatwienie dostępu do obiektów turystyki, między innymi poprzez rozbudowę infrastruktury oraz rozwijanie kompleksowego systemu informacji turystycznej;
- wydłużenie sezonu turystycznego, poprzez rozszerzenie i uatrakcyjnienie oferty turystycznej;
- zwiększenie ruchu turystycznego w Polsce (turystyka krajowa i zagraniczna), poprzez podniesienie konkurencyjności regionalnych produktów turystycznych i kulturowych na rynkach zagranicznych i krajowych.

W ramach tego działania, adresowanego głównie do samorządów terytorialnych (gmin, powiatów i województw) oraz związków, stowarzyszeń i organizacji pozarządowych, finansowane są inwestycje o znaczącym wpływie na gospodarkę i rynek pracy regionu, których minimalna wartość wynosi 4 mln zł. Do projektów kwalifikujących się do współfinansowania zaliczono między innymi: adaptację zabytków techniki i architektury, rozwój i modernizację bazy noclegowej i innej infrastruktury turystycznej (także gastronomicznej), utworzenie systemów i centrów informacji turystycznej (także wirtualnych), budowę i modernizację obiektów sportowych i rekreacyjnych, projekty infrastrukturalne związane

z rozwojem funkcji leczniczo-wypoczynkowych. Poza projektami infrastrukturalnymi, wsparcie finansowe z programu ZPORR otrzymują również takie projekty promocyjne (także o wartości minimalnej 4 mln zł), jak: organizacja imprez, różnego rodzaju wydarzeń kulturalnych i turystycznych przyciągających turystów z innych regionów kraju i z zagranicy, programy promocji lokalnych i regionalnych produktów turystycznych oraz kulturowych.

Działanie programu ZPORR pod nazwą **Obszary wiejskie** obejmuje projekty z zakresu turystyki o oddziaływaniu lokalnym, realizowane na obszarach spełniających kryterium demograficzne (miejscowości poniżej 20 tys. mieszkańców), pełniące funkcje centrum rozwoju lokalnego. Głównym celem tego działania jest aktywizacja gospodarcza oraz przeciwdziałanie marginalizacji społecznej obszarów wiejskich i małych miast. Beneficjentami środków finansowych w ramach ZPORR są jednostki sektora publicznego: samorządy lokalne (gminne i powiatowe), związki, porozumienia, organizacje pozarządowe, fundacje, kościoły i związki wyznaniowe. Do projektów kwalifikujących się do wsparcia zalicza się między innymi:

- rozwój i modernizację infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki;
- rozwój i modernizację infrastruktury noclegowej, gastronomicznej, informacyjno-recepcyjnej i innej infrastruktury turystycznej;
- projekty inwestycyjne gmin uzdrowiskowych związanych z rozwojem funkcji leczniczo-wypoczynkowych.

Z kolei, działanie pod nazwą **Obszary podlegające restrukturyzacji** ma na celu przeciwdziałanie marginalizacji społecznej i ekonomicznej obszarów restrukturyzowanych. O środki w tym zakresie mogą ubiegać się również jednostki publiczne, których projekty obejmują:

- rozwój i modernizację infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki;
- rozwój i modernizację infrastruktury noclegowej, gastronomicznej i informacyjnej;
- opracowanie i utworzenie systemów informacji turystycznej.

Zbliżone cele realizuje akcja **Zdegradowane obszary miejskie, przemysłowe i powojaskowe**. W jego ramach finansowane są projekty turystyczne, polegające na rewitalizacji obiektów i terenów zdegradowanych, poprzez zmianę ich dotychczasowych funkcji (przemysłowej, militarnej, komunikacyjnej itp.) na turystyczną.

Podmioty zainteresowane wsparciem finansowym ze strony wyżej wymienionych działań ZPORR składały wnioski do urzędu marszałkowskiego, właściwego ze względu na lokalizację inwestycji. Podlegały one ocenie formalnej, merytoryczno-technicznej oraz pod kątem zgodności ze strategią rozwoju wojewódz-

twą. Wybór projektu odbywał się na zasadzie konkursu i dokonywany był na podstawie rekomendacji Regionalnego Komitetu Sterującego (*Możliwość realizacji...* 2006).

Według stanu na koniec 2006 roku, średnia liczba projektów wybieranych przez województwa wynosiła 4 (najwięcej projektów w świętokrzyskim – 7, najmniej w lubelskim – 1); mogła ona ulec zmianie, w związku z trwającymi naborami i ocenami projektów. W większości przypadków wybrane projekty to duże inwestycje infrastrukturalne, związane z modernizacją, restauracją i rewaloryzacją zabytków w regionach: zamków i pałaców, historycznych centrów miast, kościołów itp., których wartość waha się od kilku do kilkudziesięciu milionów złotych. Tylko jeden projekt jest wybranym projektem promocyjnym, to znaczy objętym kampanią promocyjną. Zostało nim „Świętokrzyskie Milenium” w województwie świętokrzyskim.

Tabela 1. Wybrane projekty turystyczne realizowane w ramach działania: **Rozwój turystyki i kultury** (zgłoszone do 2006 r.)

Województwo	Projekt
Małopolskie	<ul style="list-style-type: none"> • adaptacja części Zamku Królewskiego w Niepołomicach na centrum konferencyjne z zapleczem hotelowym, • przebudowa średniowiecznego Rynku w Starym Sączu, • rewitalizacja zespołu dworsko-parkowego położonego w Kuźnicach,
Dolnośląskie	<ul style="list-style-type: none"> • modernizacja i konserwacja zabytkowej baszty oraz zespołu pałacowo-parkowego w Żmigrodzie, • rewaloryzacja zabytkowego „Parku Zdrojowego w Kudowie Zdroju”, • renowacja kompleksu pałacowo-parkowego Zamek Książ w Wałbrzychu,
Zachodniopomorskie	<ul style="list-style-type: none"> • modernizacja i restauracja Zamku Książąt Pomorskich w Szczecinie, • modernizacja kompleksów budynków Muzeum Narodowego w Szczecinie, • budowa Centrum Rekreacyjnego w Kołobrzegu,

cd. tab. 1

Śląskie	<ul style="list-style-type: none"> • rewitalizacja i zagospodarowanie kulturalne kompleksu Starego Zamku i Parku Habsburgów w Żywcu, • „Ciesz się Cieszynem – Wakacyjne Kadry”, • program rozwoju i promocji produktów turystycznych i kulturowych ziemi beskidzkiej,
Wielkopolskie	<ul style="list-style-type: none"> • rewaloryzacja Zespołu Pałacowego – Dom Pracy Twórczej w Obrzycku, • wzrost atrakcyjności regionu Wielkopolski – kontynuacja konserwacji poznańskiej Fary, • zintegrowani w Europie, zintegrowani w kulturze – wspólny projekt kulturalny CKiS i Teatru w Kaliszu,
Lubelskie	<ul style="list-style-type: none"> • rewitalizacja zabytkowego Starego Miasta w Zamościu,
Podkarpackie	<ul style="list-style-type: none"> • utworzenie Regionalnego Centrum Kultury Pogranicza w Krośnie, • rewaloryzacja Dworu Starościńskiego oraz murów i baszt klasztoru oo. Bernardynów w Leżajsku, • budowa muzeum – Wielokulturowego Centrum Historii i Sztuki w Przemyślu,
Łódzkie	<ul style="list-style-type: none"> • Festiwal Dialogu Czterech Kultur Łódź 2005,
Podlaskie	<ul style="list-style-type: none"> • restauracja pałacu Branickich, • rozwój turystyki aktywnej w Suwałkach i w otulinie parków: narodowego i krajobrazowego, • modernizacja zabytkowego Zespołu Poklasztornego oo. Jezuitów w Drohiczynie,

cd. tab. 1

Warmińsko-Mazurskie	<ul style="list-style-type: none"> modernizacja budynku na potrzeby centrum kulturalno-oświatowego, sportu i turystyki w Iławie,
Świętokrzyskie	<ul style="list-style-type: none"> kampania promocyjna – „Świętokrzyskie Milenium”, renowacja zabytków i budowa infrastruktury turystycznej wokół Świętego Krzyża, wzmocnienie zasobów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego miasta Sandomierza,
Lubuskie	<ul style="list-style-type: none"> przystosowanie Starówki w Żarach do potrzeb turystyki,
Opolskie	<ul style="list-style-type: none"> remont i modernizacja infrastruktury zabytkowej na Górze św. Anny, <i>Mons Universitatis</i> – rozbudowa i remont Muzeum Śląska Opolskiego w Opolu, budowa ośrodka turystyczno-wypoczynkowego w zespole pałacowym w Kamieniu Śląskim, w gminie Gogolin,
Pomorskie	<ul style="list-style-type: none"> wzmocnienie potencjału turystycznego „Krainy w kratę” – rekonstrukcja zagrody Albrechta w Swołowie, zachowanie i udostępnienie dziedzictwa Pomorza poprzez utworzenie Parku Kulturowego w Wejherowie,
Kujawsko-Pomorskie	<ul style="list-style-type: none"> wielokulturowość, tolerancja, integracja – modernizacja Muzeum Etnograficznego, rewitalizacja zabytków architektury miasta Chełmna, projektowanie i budowa Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu.

Źródło: Informacja na temat wykorzystania funduszy strukturalnych, 2007.

Wiele interesujących projektów turystycznych w zakresie ZPORR zostało wybranych w ramach działań na obszarach wiejskich i restrukturyzowanych. Do ciekawych przykładów inwestycji turystycznych można zaliczyć (za: *Informacja na temat wykorzystania funduszy strukturalnych*, 2007):

- rewitalizację Zamku Golubskiego (woj. kujawsko-pomorskie);
- odbudowę, rekonstrukcję i stylizację obiektów Muzeum Archeologicznego w Biskupinie (woj. kujawsko-pomorskie);
- odnowę 24 zabytkowych kamienic na łódzkiej rynku z adaptacją jednego z budynków na Muzeum Klahra (woj. dolnośląskie);
- wytyczenie i zagospodarowanie trasy rowerowej „Szlakiem chojeńskich jezior” (woj. zachodniopomorskie);
- budowę infrastruktury turystyczno-kulturalnej nad jeziorem Miedwie (woj. zachodniopomorskie);
- rewitalizację Parku Zdrojowego w Nałęczowie (woj. lubelskie);
- rewitalizację historycznego centrum Janowa Lubelskiego (woj. lubelskie).

W związku z wielką różnorodnością typów projektów w ramach priorytetu wsparcia dla obszarów peryferyjnych, zdarzało się w wielu przypadkach, iż projekty turystyczne „przegrywały” z projektami dotyczącymi jakże istotnych inwestycji komunalnych.

Finansowanie inwestycji w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw (SPO WKP)⁵. Przedsiębiorcy działający na rynku usług turystycznych od 2004 roku mogą pozyskiwać środki na inwestycje w ramach programu SPO WKP, określającego cele, priorytety i działania w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności. Szczególne miejsce zajmują w nim małe i średnie przedsiębiorstwa, tak liczne w branży hotelarskiej i gastronomicznej. Największe możliwości wykorzystania funduszy z SPO WKP na inwestycje turystyczne są dostępne w ramach dwóch działań:

1. Wsparcie dla przedsiębiorstw dokonujących nowych inwestycji (przeznaczone dla MSP i dużych przedsiębiorstw);
2. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje (przeznaczone dla MSP).

Przedsiębiorstwa działające w branży turystycznej mogą zgłaszać typowe dla siebie projekty inwestycyjne, jak na przykład:

modernizacja obiektu noclegowego;

- rozszerzenie zakresu działalności istniejącego obiektu, np. budowa centrum konferencyjnego, basenu itp.;

⁵ Opracowano na podstawie: *Finansowanie inwestycji w sektorze turystycznym*, 2006.

- budowa nowego obiektu hotelowego, gastronomicznego;
- zakup nowych środków trwałych, np. wyposażenia wnętrz, komputerów itp.

Wysokość dofinansowania sięga maksymalnie 50% (w niektórych przypadkach dla MSP – nawet 65%). W ramach działań dotyczących wzrostu konkurencyjności wspierane są także inwestycje w wartości niematerialne i prawne, związane z transferem technologii i licencji.

Ponadto, w ramach SPO WKP hotelarze i restauratorzy mogą skorzystać z dofinansowania projektów dotyczących:

- doradztwa w zakresie wdrażania i doskonalenia systemów zarządzania jakością, zasad uzyskiwania różnorodnych certyfikatów;
- udziału w zagranicznych misjach gospodarczych, imprezach targowych i wystawienniczych za granicą;
- inwestycji w zakresie dostosowania do wymogów ochrony środowiska.

Instytucją wdrażającą działania w ramach SPO WKP jest Ministerstwo Gospodarki, gdzie kierowane są wnioski o dofinansowanie.

Fundusze UE na projekty turystyczne w latach 2007-2013

W budżecie UE na lata 2007-2013 przewidziano kwotę 67,3 mld euro na pomoc finansową dla Polski. Aż 41,3% tej kwoty (27,8 mld euro) desygnowano na programy rozwoju infrastruktury (autostrady, drogi, lotniska, oczyszczalnie itp.). W poprawie stanu infrastruktury drogowej, komunalnej i ekologicznej widzi się początek efektu mnożnikowego dla rozwoju innych działów gospodarki: transportu, przemysłu, nowoczesnych i tradycyjnych usług, w tym turystyki. Uzpełnieniem programu Infrastruktura i Środowisko są Regionalne Programy Operacyjne, dysponujące kwotą 16 mld euro (23% pomocy unijnej dla Polski). W gestii tych programów, którymi zarządzają samorządy regionalne, leży wiele inicjatyw lokalnych, w tym również wspomagających rozwój sektora turystyki. Istotny dla rozwoju turystyki na terenach przygranicznych jest Program Europejskiej Współpracy Terytorialnej, z budżetem 0,7 mld euro na lata 2007-2013.

Według danych Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, w latach 2007-2013 na rozwój turystyki w Polsce przeznaczonych zostanie około 5,2 mld złotych ze środków unijnych. W porównaniu z okresem przedakcesyjnym 2004-2006, jest to kwota sześciokrotnie większa (*Fundusze na turystykę*, 2007).

W 2007 roku w realizacji znajdowało się około 2,8 tys. projektów turystycznych współfinansowanych ze środków UE, na kwotę blisko 1 mld zł. Projekty te obejmują niemal wszystkie rodzaje inwestycji turystycznych: od renowacji obiektów

zabytkowych, tworzenia obszarów rekreacyjnych, spacerowych, ścieżek rowerowych, przez tworzenie stadnin, przystani jachtowych, lokali gastronomicznych i noclegowych, przystosowanie gospodarstw do funkcji agroturystycznych, po inicjatywy promocyjne i szkolenia w branży turystycznej. Z dotychczas zgłoszonych projektów najwięcej (86%) opracowały samorządy terytorialne: regionalne i lokalne. W pozostałych dominują lokalne instytucje kultury, organizacje, przedsiębiorcy i rolnicy. Środki na rozwój turystyki zostały udostępnione we wszystkich programach operacyjnych, z których największy to Regionalny Program Operacyjny. Oprócz niego, w programie Innowacyjna Gospodarka na wsparcie mogą liczyć między innymi projekty promujące walory turystyczne Polski (kwota ok. 1,6 mld zł).

Na przykład, w Wielkopolsce pierwsze projekty zapoczątkowane zostały już w roku 2006, z inicjatywy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Dotyczą one tworzenia takich produktów turystycznych jak: malta.poznań.eu (promocja Jez. Maltańskiego w Poznaniu), „Wielkopolskie tradycje” (promocja pałaców i dworków), „Kajakowy Szlak Konwaliowy” (w okolicach Leszna). Inne tego typu projekty dotyczą parowozowni w Wolsztynie i Szlaku Cysterskiego, zbiornika Jeziorsko w Turku, Ślesina, Lichenia, Doliny Noteci i Nowego Tomysła.

W ramach programu „Rozwój Polski Wschodniej”, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego przeznaczy około 400 mln zł na budowę centrów wystawienniczokonferencyjnych, a blisko 200 mln zł na budowę tras rowerowych z Podkarpacia na Suwalszczyznę.

Fundusze europejskie mogą i powinny stać się w najbliższych latach jednym z podstawowych stymulatorów rozwoju infrastruktury turystycznej w Polsce. Jak przed 20 laty pomoc unijna przyczyniła się do wzrostu gospodarczego krajów silnie związanych z obsługą ruchu turystycznego: Hiszpanii, Portugalii i Grecji, tak obecnie głównym beneficjentem tej pomocy staje się Polska. Między innymi, dzięki środkom unijnym liczba krajowych podróży turystycznych w Polsce w latach 2007-2013 powinna wzrosnąć z 37,2 do 49,1 mln, a liczba odwiedzających nasz kraj turystów zagranicznych – z 16,3 do 21,0 mln (wg szacunków Polskiej Organizacji Turystycznej).

Pomoc unijna, której pierwsze efekty widoczne są już w wielu częściach Polski, podnosi wartość naszego kraju jako przestrzeni turystycznej⁶. W najbliższych latach w związku z pomocą finansową UE należy oczekiwać:

⁶ Podstawowym problemem rozwoju turystyki w Polsce jest słabe wykorzystanie jej potencjału turystycznego oraz niska jakość świadczonych usług. W rankingu Światowego Forum Ekonomicznego Davos, Polska w 2007 r. zajęła daleką 63. pozycję na liście 124 państw w zakresie jakości i organizacji usług turystycznych.

- poprawy dostępności komunikacyjnej Polski oraz lepszej promocji naszego kraju;
- polepszenia stanu technicznego bazy turystycznej i poprawy jakości obsługi ruchu turystycznego;
- zmniejszenia niekorzystnego ekonomicznie zjawiska sezonowości w turystyce;
- poprawy jakości zatrudnienia, poprzez działania szkoleniowe i edukacyjne na rynku usług turystycznych;
- zachowania i nadawania wartości dziedzictwu przyrodniczemu i kulturowemu;
- wykorzystywania turystyki jako narzędzia rozwoju lokalnego.

Fundusze unijne są nakierowane na działania instytucji publicznych, osób i przedsiębiorstw prywatnych. Zadaniem władz państwowych, regionalnych i lokalnych jest opracowanie reguł i wytycznych dla wykorzystania tych środków oraz pokazanie działań, które powinny zostać podjęte w kierunku zrównoważonego rozwoju turystyki.

Literatura i dokumenty źródłowe

- Eine neue EU-Tourismuspolitik. Wege zu mehr Partnerschaft für den Europäischen Tourismus*, 2006, Brüssel
- Finansowanie inwestycji w sektorze turystycznym w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw*, 2006, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Departament Koordynacji Polityki Strukturalnej, Warszawa
- Fundusze i programy pomocowe Unii Europejskiej*, 2006, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Warszawa
- Fundusze na turystykę*, 2007, *Ekonomia i Rynek*, „Rzeczpospolita”, 162
- Informacja na temat wykorzystania funduszy strukturalnych na wsparcie przedsięwzięć turystycznych w ramach Narodowego Planu Rozwoju na lata 2004-2006*, 2007, Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki, Warszawa
- Możliwość realizacji projektów turystycznych w ramach ZPORR*, 2006, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Departament Wdrażania Programów Rozwoju Regionalnego, Warszawa
- Projekty turystyczne finansowane ze środków Unii Europejskiej*, 2004, Polska Agencja Rozwoju Turystyki.
- Tourism: Relevant Policies. European Commission*, 2006, Brussels
- Tourism: The European community's involvement in tourism. European Commission*, 2006, Brussels
- Verheugen G., 2005, *A renewed EU Tourism Policy. Towards a stronger partnership for European Tourism*, European Commission
- Żuber P., 1999, *Gospodarka turystyczna w zagranicznych programach pomocowych*, w: *Gospodarka turystyczna po reformie terytorialnej organizacji kraju. Aspekt regionalny*, Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa

Andrzej Rapacz

Zasady zarządzania kompleksowym produktem turystycznym

Obserwacja zmian i procesów przebiegających na rynku turystycznym na przełomie XX i XXI wieku wskazuje wyraźnie na dokonujące się przeobrażenia w popycie i podaży. Po stronie popytowej mamy do czynienia ze zmianami potrzeb i oczekiwań turystów, którzy stają się coraz bardziej krytyczni i wymagający względem usługodawców oraz miejsc (obszarów) recepcji turystycznej. Można mówić o wzroście znaczenia indywidualizacji, poszukiwaniu nowych atrakcyjnych ofert, skracaniu długości wyjazdów urlopowych, rosnącej roli wyjazdów krótszych, eksponowaniu w stosunku do ofert oczekiwań wyrażających się w potrzebie rozrywki, aktywności, nowych przeżyć, edukacji, poprawy stanu zdrowia, nie zapominając przy tym, iż rosną także oczekiwania turystów co do jakości oferowanych usług. Stronę podażową w turystyce charakteryzuje zaś między innymi:

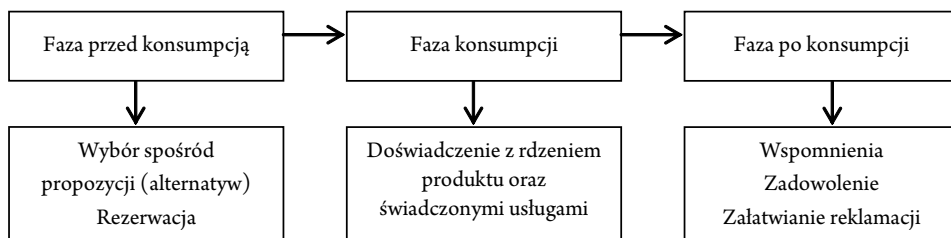
- globalizacja, której wyrazem jest nasilająca się konkurencja ze strony dużych, międzynarodowych touroperatorów oraz proponowanie ofert wypoczynku nawet w najbardziej odległych zakątkach świata;
- rosnąca konkurencja w branży turystycznej, wyrażająca się np. wprowadzeniem na rynek nowych produktów, innowacji w systemach sprzedaży, promocji i obsługi klientów, rosnącymi nakładami inwestycyjnymi związanymi z tworzeniem elementów zaplecza materialnego turystyki, obniżaniem kosztów prowadzenia działalności usługowej;
- traktowanie jakości jako czynnika konkurencji oraz wyróżnienia się spośród innych usługodawców.

Odpowiedzią na te zjawiska i zmiany na rynku turystycznym muszą być działania podejmowane przez jednostki, podmioty gospodarcze, władze samorządowe i inne organizacje na rzecz tworzenia takiej oferty, która sprosta oczekiwaniom potencjalnych turystów i zaspokoi ich potrzeby. Podejściem będącym odpowiedzią na te wyzwania rynku, a szczególnie turystów, jest koncepcja zintegrowanego zarządzania produktem turystycznym. Ma ono charakter

systemowy i wielokierunkowy, to znaczy łączy aspekty związane z procesem tworzenia nowych produktów turystycznych, marketingowe i ekologiczne. Jeśli uwzględnimy fakt, iż produktem turystycznym jest nie tylko pojedyncza usługa, lecz także pakiet dóbr i świadczeń, wówczas problematyka integrowania wysiłków wszystkich usługodawców uczestniczących w procesie jego tworzenia i kształtowania partnerstwa strategicznego nabiera szczególnego znaczenia. Wymagane jest tutaj współdziałanie partnerów biorących udział w tworzeniu produktu turystycznego, jego promocji i dystrybucji, a więc w takich sferach jak: rynek turystyczny – klienci (turyści), produkt – klienci, wydajność – koszty – jakość, świadczenie usługi – sprzedaż – technologie – know-how, turyści – konkurencja, relacje z otoczeniem – ochrona środowiska itp. To współdziałanie nabiera szczególnego znaczenia w odniesieniu do produktu turystycznego, którym jest docelowe miejsce pobytu turystów (tzw. destynacja turystyczna). W koncepcji zintegrowanego zarządzania, prezentującej całościowe podejście do tworzenia wartości (produktu), szczególnie miejsce zyskuje jakość. Orientacja na jakość oznacza potrzebę usprawniania wszystkich struktur i procesów, których efektem jest pożądaný przez turystów produkt. Chodzi zatem o zintegrowane zarządzanie jakością, w którym aspekty jakościowe liczą się we wszystkich fazach procesu tworzenia produktu turystycznego, a nie na jego końcu. W zintegrowanym systemie zarządzania jakością zwraca się uwagę przede wszystkim na takie elementy jak:

- konieczność dostosowania celów organizacji (wszystkich podmiotów i instytucji uczestniczących w procesie tworzenia produktu turystycznego i kształtowania jakości) do wymagań wynikających z konieczności uzyskania jak największej satysfakcji turystów z oferowanych dóbr i usług (tworzących produkt) – rycina 1;
- związek ze wszystkimi rodzajami działań organizacji i wymóg dłuższej perspektywy czasowej (red. Gołembski 2002).

Trzy fazy satysfakcji klienta



Ryc. 1. Turystyczny łańcuch wartości

Źródło: Research and Consultancy, www.wes.be



Ryc. 2. Turystyczny łańcuch wartości na przykładzie oferty regionu (miejscowości) turystycznej

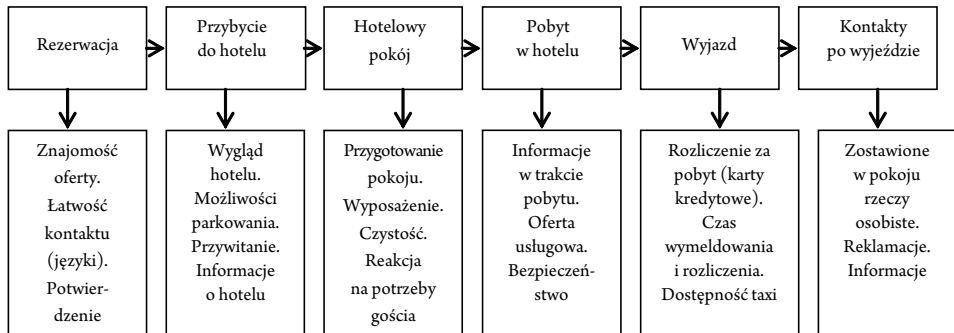
Źródło: K. Weiermair, 1997, *On the Concept and Definition of Quality in Tourism*. Quality Management in Tourism, St. Gallen: AIEST, 40

W koncepcji zintegrowanego zarządzania produktem turystycznym, ściśle związanej z zarządzaniem jakością, dążeniem wszystkich uczestników procesu tworzenia produktu (szczególnie oferty miejscowości turystycznej) powinno być stworzenie takiego systemu organizacji i zarządzania sektorem turystycznym, który obejmując różne obszary (sfery) aktywności społecznej i gospodarczej, zagwarantuje skuteczne oddziaływanie na proces kształtowania i modyfikowania produktu (jego poszczególnych elementów) oraz jego jakość.

Bardzo przydatnym podejściem do procesu zarządzania produktem turystycznym i kształtowania jego jakości jest koncepcja tak zwanego turystycznego łańcucha wartości (ryc. 2). Na satysfakcję klienta korzystającego z produktu turystycznego składają się trzy następujące po sobie fazy tego zadowolenia. Przedstawiony schemat ma zastosowanie zarówno w odniesieniu do poszczególnych usługodawców (np. hotelu, zakładu gastronomicznego), jak i do oferty turystycznej miejscowości (destynacji turystycznej). Zarządzanie procesem tworzenia kompleksowego produktu turystycznego oraz gwarantowanie wysokiej jakości dóbr i usług składających się na ten produkt powinno zatem polegać na dostosowaniu poszczególnych składników tego łańcucha do potrzeb i oczekiwań nabywców. Strukturę turystycznego łańcucha wartości na przykładzie oferty regionu oraz hotelu przedstawiono w formie dwóch schematów. Pozwalają one zrozumieć istotę, ale także i złożoność procesu tworzenia oferty w turystyce i kształtowania jej jakości.

Oferta turystyczna regionu (miejscowości) to przykład tak zwanego produktu obszaru, który obejmuje walory turystyczne, dobra materialne i usługi świadczone przez różnych wytwórców, a także elementy infrastruktury turystycznej miejsca recepcji. Kompleksowa oferta regionu (miejscowości) turystycznej powinna łączyć w sobie możliwie szeroki wachlarz dóbr, usług i elementów wspomnianej

infrastruktury, a zintegrowane zarządzanie jakością takiego produktu powinno gwarantować wysoką jakość każdego z ogniw tak określonego łańcucha wartości. Przyjmuje się bowiem, iż poziom jakości wszystkich elementów tego łańcucha, a szczególnie najsłabszego ogniwa (dóbr, usług itp.) wpływać będzie na całkowitą satysfakcję klienta odwiedzającego wybraną miejscowość, czy region.



Ryc. 3. Turystyczny łańcuch wartości na przykładzie usługodawcy – hotelu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Research and Consultancy*, www.wes.be

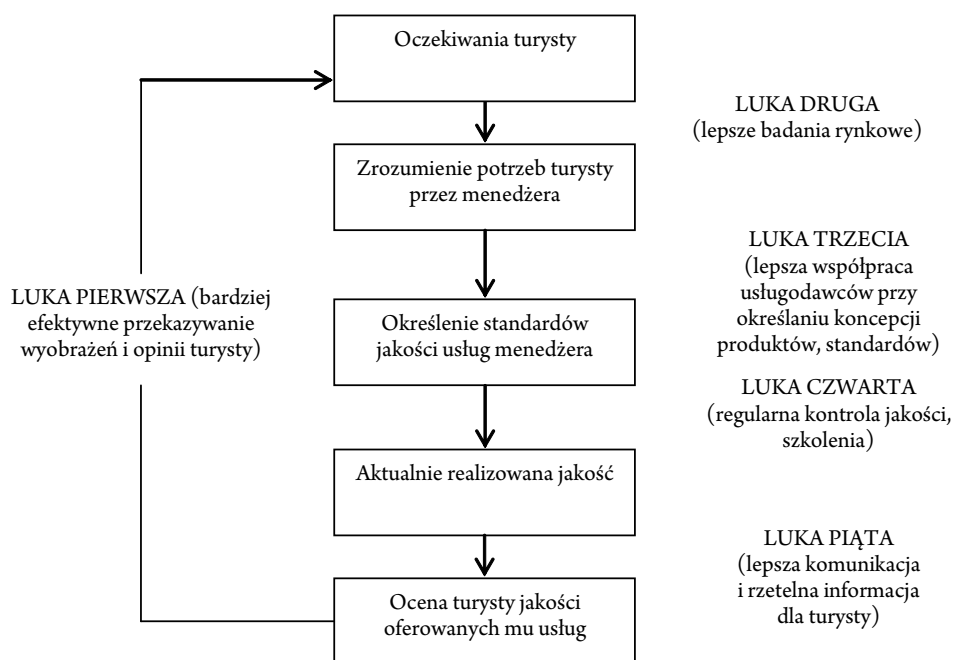
Podobnie w wypadku oferty hotelu mamy do czynienia z określoną sekwencją usług tworzących produkt (łańcuch wartości) – rycina 3. Proces jego świadczenia zawiera szereg krytycznych momentów (zagrożeń) i chwil prawdy o jakości produktu, które są konsekwencją:

- kontaktów klienta z hotelem, stanowiących podstawę do oceny jakości świadczonych usług;
- obserwacji przez klienta funkcjonowania hotelu, szczególnie w sytuacjach nieprzyjemnych (zapewnienie potrzebnej informacji, szybkie rozwiązanie powstałego problemu, zaproponowana forma rekompensaty za powstałą szkodę itp.);
- występowania w branży hotelarskiej realnej groźby pojawienia się nieprzewidzianych i niekorzystnych zdarzeń.

Dla procesu zarządzania jakością produktu turystycznego, uwzględniając przedstawioną koncepcję turystycznego łańcucha wartości, przydatna jest znajomość luk, jakie powstają w tym procesie, a wynikających z oczekiwań klientów (turystów) z jednej strony, zaś wiedzy, umiejętności i doświadczenia usługodawców z drugiej. W literaturze poświęconej tej problematyce zwraca się uwagę na występowanie pięciu luk o istotnym wpływie na jakość oferowanych produktów i świadczonych usług (ryc. 4). Skuteczne zarządzanie jakością produktu turystycznego polega zatem na znajomości różnic i rozbieżności, jakie mogą powstać

w procesie świadczenia usług i takim działaniu, które przyczynia się do ich ograniczania i niwelowania (usuwania). W systemie zarządzania jakością w turystyce należy zatem zwrócić uwagę na następujące kluczowe elementy:

- współpracę w procesie tworzenia strategii rozwoju turystyki (strategii produktu zakładu hotelarskiego, miejscowości turystycznej), pobudzenie do współpracy w procesie tworzenia turystycznego łańcucha wartości, wykorzystanie zasobów;
- świadczenie usług, których jakość odpowiada oczekiwaniom turystów;
- skuteczne zarządzanie jakością i monitorowanie tego procesu.



Ryc. 4. Koncepcja modelowa zarządzania jakością usług

Źródło: *Towards Quality Rural Tourism, Integrated Quality Management of Rural Tourist Destination*, Bruksela 1999, 20; za: *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2002

Taka struktura tego systemu koresponduje z propozycją G. Gołębskiego, który charakteryzując model zarządzania jakością, wyodrębnił w jego ramach pięć elementów o charakterze strukturalnym i funkcjonalnym oraz cztery związane z rezultatami podjętych działań. Analiza tych elementów wyznacza pewne zasady i metody zintegrowanego zarządzania nie tylko jakością, ale także

procesem tworzenia kompleksowego produktu turystycznego (red. Gołembski 2002). W procesie zarządzania produktem turystycznym oraz kształtowania jego jakości podstawowe znaczenie ma współpraca wszystkich tych, którzy współtworzą produkt. Nabiera to szczególnego znaczenia w wypadku tworzenia oferty miejscowości turystycznej (regionu). Złożony charakter takiego produktu i partycypacja w procesie jego tworzenia wielu usługodawców wymaga rozwiązania kwestii efektywnego przywództwa i takiej struktury zarządzania turystyką (na poziomie miejscowości, regionu), która zapewni integrację i współpracę nie tylko wspomnianych już usługodawców (firm), lecz także lokalnej społeczności. Przywództwo, o którym mowa, nie może mieć charakteru decyzji administracyjnej, nie może być narzucone partnerom współuczestniczącym w procesie tworzenia produktu i gwarantowania jego jakości. Zwraca się uwagę, iż w praktyce w grę wchodzi tu albo władze lokalne, występujące przecież także jako inwestor wydający środki budżetowe na inwestycje rozwijające elementy infrastruktury para i turystycznej, albo znaczący prywatni inwestorzy (Gołembski, Rapacz 2001). W tym kontekście zasadne jest udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

- kto ma największy udział w finansowaniu inwestycji na danym obszarze (np. na terenie miejscowości, gminy, regionu);
- kto określa plany rozwoju turystyki i decyduje o realizacji tych planów;
- kto decyduje o kształtowaniu się rdzenia produktu turystycznego w regionie – miejsca, wokół którego koncentrują się przedsięwzięcia inwestycyjne dotyczące rozwoju zaplecza materialnego turystyki;
- kto ma największe możliwości realizacji planów związanych z kształtowaniem jakości w turystyce;
- kto poprzez wpływ na ustalenie reguł gry ekonomicznej oddziałuje na decyzje usługodawców (producentów) (red. Gołembski 2002).

Wcześniejsze doświadczenia wielu regionów turystycznych Europy Zachodniej (z lat 90. XX wieku) oraz polskie (z I połowy obecnej dekady) wskazują na zróżnicowane podejście do problematyki przywództwa. Można bowiem zaobserwować, iż najczęściej współpraca podmiotów gospodarki turystycznej, organizacji i instytucji uczestniczących w tworzeniu oferty obszaru miejscowości (regionu) przyjmuje postać stowarzyszeń, związków i agencji. W warunkach polskich na poziomie lokalnym i regionalnym mogą to być tworzone od kilku lat lokalne i regionalne organizacje turystyczne. Aby mogły one podejmować działania związane z tworzeniem w miejscu recepcji ruchu turystycznego kompleksowego produktu oraz skutecznie wpływać na jakość jego poszczególnych elementów (zgodnie z koncepcją turystycznego łańcucha wartości), muszą być spełnione następujące warunki:

- pełny udział w podejmowanych działaniach władz samorządowych, które odpowiadają m.in. za planowanie przestrzenne, ochronę środowiska, rozwój transportu w wymiarze lokalnym, inwestycje w infrastrukturę techniczną, a częściowo turystyczną;
- powiązanie tych organizacji z narodową organizacją turystyczną dla otrzymania poparcia i ekspertyz oraz w celu uniknięcia dublowania działań;
- zapewnienie znaczącego udziału w tych organizacjach usługodawców, którzy tworzą komponenty złożonego produktu obszaru turystycznego;
- rozpoznawalność tych organizacji i ich roli przywódczej wśród szerokiej społeczności lokalnej;
- realizacja programu poprawy jakości w turystyce (red. Golebski 2002).

Tworzenie wspomnianych organizacji, które będą nie tylko strukturami partnerskiej współpracy, lecz także podmiotami inicjującymi i przewodzącymi w działaniach na rzecz kształtowania kompleksowej oferty obszaru oraz podnoszenia jakości usług i składników zaplecza materialnego turystyki (ale również i innych elementów infrastruktury takiego obszaru) zakłada, iż powinny one:

- sprzyjać rozwojowi turystyki poprzez aktywny udział w pracach nad strategią jej rozwoju (czy już w ramach ogólnej strategii rozwoju gminy, powiatu lub regionu, czy też odrębnej od niej, ale z nią powiązanej, strategii rozwoju turystyki);
- w opracowywanych programach (strategiach) rozwoju turystyki uwzględnić zasadę zrównoważonego rozwoju obszaru;
- w ramach swej działalności zachęcać swych członków (i nie tylko) do podejmowania działań prowadzących do rozwoju oferty turystycznej (jej składników) i podnoszenia jakości oferowanych usług;
- monitorować rynek turystyczny, prowadzić badania marketingowe (lokalnego, regionalnego rynku) mające służyć lepszemu dostosowaniu oferty do oczekiwań i potrzeb obecnych oraz potencjalnych nabywców;
- organizować lub współorganizować szkolenia pracowników sektora turystycznego w celu podnoszenia ich kwalifikacji oraz świadomości, że jakość usług jest podstawowym instrumentem konkurencji o klienta;
- pobudzać lokalną społeczność do podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego, tworzenia atmosfery życzliwości, gościnności w stosunku do turystów.

W kontekście powyższych uwag należy stwierdzić, iż w procesie tworzenia kompleksowego produktu turystycznego i kształtowania jego jakości szczególną rolę powinna pełnić strategia rozwoju turystyki, opracowana dla obszaru recepcji turystycznej (np. gminy, regionu). Sformułowane w niej cele i programy dotyczące rozwoju turystyki, a zatem także produktów turystycznych mających

przyciągać do takiego obszaru turystów, powinny uwzględniać zarówno wymóg kompleksowości, jak i wysokiej jakości proponowanej oferty. W ten sposób możliwe będzie zaspokojenie potrzeb i oczekiwań turystów, a także osiągnięcie celów ekonomicznych, społecznych i tych związanych ze środowiskiem oraz jego ochroną. Warto w tym miejscu podkreślić, iż strategia rozwoju turystyki powinna być budowana z uwzględnieniem kompleksowej oceny zasobów miejsca recepcji (miejscowości, obszaru), to znaczy walorów turystycznych i istniejących elementów zaplecza materialnego turystyki, dobrego rozpoznania rynków zbytu (wymaga to zbierania informacji o turystach, ich potrzebach, oczekiwaniach) oraz uwarunkowań społecznych i środowiskowych danego obszaru (destynacji). Strategia kładąca nacisk na tworzenie kompleksowej (atrakcyjnej) oferty regionu (miejscowości) oraz stawiająca sobie także cele jakościowe powinna wskazywać podmioty odpowiedzialne za realizację celów i zadań, sposoby i instrumenty zapewniające osiąganie planowanych celów, środki warunkujące ich realizację, a jednocześnie mieć charakter elastyczny. Jeśli będzie ona uwzględniała opinie wszystkich stron (partnerów) uczestniczących w realizacji jej założeń, a dotyczących między innymi tworzenia zintegrowanego produktu turystycznego i jakości, może stanowić skuteczne narzędzie osiągnięcia sformułowanych w niej celów.

Ważnym elementem w koncepcji zarządzania kompleksowym produktem turystycznym i jego jakością o charakterze strukturalnym i funkcjonalnym jest wykorzystanie istniejących w destynacji turystycznej zasobów. Warunkują one proces tworzenia produktu. Uznając za zasadne wykorzystanie w turystyce procesowego podejścia do tworzenia produktu (rozumianego jako pojedyncza usługa, ale i pakiet świadczeń), należy zagwarantować, aby wszyscy usługodawcy, zgodnie z przedstawionym turystycznym łańcuchem wartości, postępowali w sposób gwarantujący kompleksowość proponowanej oferty oraz wysoką jakość poszczególnych jej elementów. Ważne zadania ma do spełnienia w tym zakresie wspomniana już lokalna lub/i regionalna organizacja turystyczna, pełniąca rolę przywódcy w tych działaniach i całym procesie. Mówiąc tutaj o takiej organizacji, nie utożsamiamy zakresu jej działania z funkcjonującymi na polskim rynku turystycznym LOT- i ROT-ami, które w obecnym kształcie nie mogą pełnić tego typu roli. Nie są bowiem spełnione warunki, o których była mowa. Nie ulega natomiast wątpliwości, że istnienie takiego podmiotu, wyłonionego drogą ewolucyjną lub wybranego przez współdziałających partnerów (usługodawców), stwarza większe szanse na wzrost konkurencyjności obszaru turystycznego dzięki między innymi tworzeniu zintegrowanego produktu oraz podejmowaniu działań służących podnoszeniu jakości w turystyce. Funkcjonowanie takich podmiotów nie jest więc rozważaniem o teoretycznym charakterze, ale stanowi warunek i realną szansę skutecznej

realizacji celów dotyczących zarządzania kompleksowym produktem turystycznym. Jest to także konieczność wynikająca ze współczesnych uwarunkowań rynkowych.

W regionach turystycznych niezwykle ważną rolę w dziedzinie kształtowania jakości produktu turystycznego powinny odgrywać organizacje samorządu gospodarczego w turystyce. Chodzi tutaj między innymi o organizacje (zrzeszenia, agencje) skupiające właścicieli poszczególnych obiektów noclegowych turystyki, placówek gastronomicznych, biur podróży itp. Stosowane w branży hotelarskiej programy inspekcji i kategoryzacji turystycznych obiektów noclegowych mają istotne znaczenie dla określenia i utrzymania minimalnych standardów, między innymi w zakresie higieny i czystości, a także dla określenia poziomu świadczonych usług poprzez przydzielenie odpowiedniej kategorii. Programy kategoryzacyjne powinny być wspierane na poziomie lokalnym między innymi poprzez branżowe organizacje, lokalne organizacje turystyczne oraz władze samorządowe, poprzez zachęty dla właścicieli tych obiektów do uzyskiwania wyższych norm jakościowych i promowania szczególnego charakteru regionu (red. Gołembski 2002).

Standaryzacja usług w turystyce jako sposób gwarantowania ich jakości nie powinna ograniczać się do wcześniej wspomnianych usług noclegowych, ale obejmować także pozostałe elementy składające się na produkt turystyczny. Dotyczy ona nie tylko usług żywieniowych, lecz również między innymi usług sportowo-rekreacyjnych. Chodzi o ustalenie standardów dla funkcji sportowo-rekreacyjnej obszaru recepcji, które zapewnią właściwą jakość świadczeń oraz bezpieczeństwo turystów. Problematyka ta jest ściśle związana z ochroną środowiska, w którym aktywności te mają miejsce. Ochrona ta staje się istotnym warunkiem gwarantowania jakości terenów wykorzystywanych z przeznaczeniem na funkcję sportowo-rekreacyjną. W działaniach tych powinny uczestniczyć władze lokalne, organizatorzy takiej oferty, lokalne/regionalne organizacje turystyczne itp.

W świetle tych uwag można stwierdzić, iż standaryzacja (wykorzystywanie standardów) może być sposobem gwarantowania jakości produktu turystycznego, rozumianego jako pojedyncze świadczenia, wiązka usług oraz destynacja turystyczna. Standardy dotyczące poszczególnych usług turystycznych można uznać za etap wstępny gwarantowania jakości w turystyce. Są one niezbędne w systemie gwarantowania jakości oferty turystycznej obszaru (miejscowości, regionu). Mogą i powinny być one uzupełnione o standardy dotyczące ochrony środowiska oraz bezpieczeństwa turystów.

Do powodzenia działań mających prowadzić do kształtowania zintegrowanego produktu turystycznego oraz jego jakości, kluczowe znaczenie ma personel zaangażowany w proces jego tworzenia i jego kwalifikacje. Szczególnie w wypadku

złożonego produktu turystycznego (obszaru recepcji – destynacji) istotne jest akcentowanie potrzeby podnoszenia kwalifikacji personelu nie tylko zaangażowanego bezpośrednio w świadczenie usług, lecz także osób działających w różnego rodzaju organizacjach turystycznych oraz pracowników administracji samorządowej. Konstruowanie efektywnych mechanizmów wspomagających wszystkie te osoby w realizacji programów poprawy jakości w turystyce według ustalonych standardów należy uznać za bardzo ważny etap całego procesu zarządzania jakością (red. Gołębski 2002).

Z dotychczasowych uwag wynika zatem, że tworzenie i zarządzanie kompleksowym produktem turystycznym – powiązane ściśle z gwarantowaniem jego jakości (całości i poszczególnych jego elementów) – jest procesem złożonym. Uczestniczy w nim wiele osób, instytucji i podmiotów gospodarczych, zainteresowanych rozwojem turystyki w destynacji turystycznej. Można mówić o udziale kilku grup podmiotów: turystów, usługodawców, mieszkańców zaangażowanych w świadczenie usług, władz lokalnych oraz lokalnej społeczności. Udział turystów wyraża się z jednej strony w formułowaniu swoich potrzeb i oczekiwań co do oferty turystycznej, jej jakości oraz w ocenie produktu turystycznego. Z kolei, usługodawcy kształtują produkt turystyczny (jego elementy składowe) opierając się na rozpoznaniu potrzeb i oczekiwań turystów, z uwzględnieniem swoich zasobów i możliwości, nie zapominając o konieczności uzyskiwania pożądaných wyników ekonomicznych. Osoby zaangażowane w proces świadczenia usług (najczęściej mieszkańcy obszaru recepcji) mają natomiast bezpośredni wpływ na jakość świadczeń, zgodnie z przedstawioną wcześniej koncepcją turystycznego łańcucha wartości. Od wiedzy, kwalifikacji i umiejętności tych osób zależy jakość oferowanego turystom produktu. Udział władz samorządowych w opisywanym procesie jest oczywisty, o czym była już mowa wcześniej. Chodzi o podejmowanie działań mających na celu między innymi:

- rozwój różnych elementów infrastruktury technicznej obszarów recepcji oraz zaplecza materialnego turystyki;
- eksponowanie walorów autentyczności obszaru recepcji odzwierciedlających jego charakter i atrakcyjność;
- zachęcanie usługodawców do podnoszenia jakości proponowanych usług;
- wspieranie działań służących organizacji szkoleń w celu podnoszenia kwalifikacji personelu (organizacja i współorganizacja szkoleń, kursów itp.);
- respektowanie przez wszystkich uczestników procesu tworzenia oferty obszaru paradygmatu zrównoważonego rozwoju;
- stymulowanie, na poziomie lokalnym i regionalnym, współpracy usługodawców, a więc występowanie najczęściej w roli przywódcy, który kształtuje strategię rozwoju turystyki i dba o realizację jej założeń.

Udział lokalnej społeczności wyraża się tworzeniem w danej miejscowości (regionie) klimatu gościnności, życzliwości, co nie pozostaje bez wpływu na jakość w turystyce.

Nie ulega więc wątpliwości, iż proces zarządzania kompleksowym produktem turystycznym jest procesem złożonym, w którym uczestniczy wiele osób i podmiotów. Wiedza na temat złożoności tego procesu oraz roli, jaką mogą i powinny odgrywać w nim wspomniane podmioty jest podstawowym warunkiem powodzenia działań prowadzących do kształtowania kompleksowej i atrakcyjnej oferty w turystyce oraz podnoszenia jakości poszczególnych jej składników.

Literatura

- Gołębski G. red., 2002, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań
- Gołębski G., Rapacz A., 2001, *Rola regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w kształtowaniu produktu turystycznego*, w: *Gospodarka turystyczna w decydującej fazie negocjacji z Unią Europejską – wyzwania i nadzieje*, red. G. Gołębski, Międzynarodowe Targi Poznańskie, Akademia Ekonomiczna, Poznań
- Research and Consultancy*, www.wes.be
- Weiermair K., 1997, *On the Concept and Definition of Quality in Tourism, Quality Management in Tourism*, AIEST, St. Gallen

Informacje o autorach i redaktorach tomu

Urszula Kaczmarek

Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, adiunkt na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; przedmiotem zainteresowań badawczych są procesy i zjawiska społeczno-ekonomiczne charakterystyczne dla polskiej wsi. Autorka artykułów dotyczących przemian na obszarach wiejskich, problemów turystyki na obszarach wiejskich (*Turystyka w strukturze gospodarczej obszarów wiejskich*, 2002) oraz książki *Spoleczne skutki restrukturyzacji PGR w województwie szczecińskim* (1999), współautorka publikacji popularnonaukowych *Księga przyrodniczo-krajoznawcza Polski* (2006), oraz *Ilustrowana geografia świata* (2004).

Adres: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, ul. Dziegielowa 27, 61-680 Poznań, e-mail: ulka@amu.edu.pl.

Tomasz Kaczmarek

Prof. UAM dr hab., kierownik Zakładu Systemów Osadniczych i Organizacji Terytorialnej w Instytucie Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Absolwent studiów geograficznych i Podyplomowego Studium Samorządu Terytorialnego na UAM. Stypendysta Ministerstwa Nauki i Edukacji Rządu Bawarii (1992) i Niemieckiego Ministerstwa Szkolnictwa i Badań (2000-2002). Zainteresowania badawcze: systemy władz lokalnych w Europie, współpraca terytorialna samorządów, integracja europejska, struktura przestrzenna miast, funkcje turystyczne obszarów wiejskich, lokalizacja usług turystycznych w miastach. Autor ponad 80 publikacji w krajowych i zagranicznych wydawnictwach, w tym

2 książek naukowych na temat funkcji administracyjnych miast i reform struktur terytorialnych w Europie (*Struktury terytorialno-administracyjne i ich reformy w krajach europejskich*, 2005) oraz kilku książek popularnonaukowych z zakresu geografii ludności (*Wielka encyklopedia geografii świata*, t. 12 – *Ludność*, 1998), integracji europejskiej (*Nasza Europa*, 2002), geografii świata i Polski (*Ilustrowana geografia świata*, 2004; *Ilustrowana geografia Polski*, 2006).

Adres: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, ul. Dzięgielowa 27, 61-680 Poznań, e-mail: tomkac@amu.edu.pl

Zygmunt Młynarczyk

Prof. UAM dr hab., kierownik Zakładu Centrum Turystyki i Rekreacji na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; zajmuje się procesami kształtującym koryto rzeczne oraz zmiennością właściwości fizykochemicznych wód jeziornych. Wiele uwagi poświęca pracom z zakresu oddziaływania na środowisko przyrodnicze narciarstwa wodnego.

Adres: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji, ul. Dzięgielowa 27, 61-680 Poznań, e-mail: zygmun@amu.edu.pl

Łukasz Nawrot

Doktor nauk ekonomicznych, adiunkt na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, z którym jest związany od 2001 roku; stopień doktora nauk ekonomicznych uzyskał w 2005 r., po obronie pracy doktorskiej pt. „Inwestycje turystyczne w procesie podnoszenia konkurencyjności regionu”; w kręgu zainteresowań autora znajduje się przede wszystkim problematyka związana z procesami inwestycyjnymi w gospodarce, konkurencyjnością obszarów recepcji turystycznej, restrukturyzacją gospodarki turystycznej oraz wpływem turystyki na rozwój regionów; jest autorem lub współautorem kilkunastu publikacji, licznych ekspertyz dla praktyki gospodarczej oraz uczestnikiem kilku projektów badawczych związanych z ekonomiką inwestycji, ekonomiką turystyki i ekonomiką regionu.

Adres: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki, Al. Niepodległości 10, 60-967 Poznań, e-mail: l.nawrot@ae.poznan.pl

Ilona Potocka

Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, adiunkt w Zakładzie Centrum Turystyki i Rekreacji na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Zainteresowania badawcze dotyczą w szczególności problematyki przestrzeni turystycznej oraz turystyki kulturowej na obszarach pojeziernych. Autorka kilku artykułów, a także *Słownika geograficzno-turystycznego gminy Kórnik* (2001). Przewodnik turystyczny miejski i terenowy po Poznaniu i Szlaku Piastowskim, pilot wycieczek.

Adres: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji, ul. Dziegiełowa 27, 61-686 Poznań, e-mail: ilonek@amu.edu.pl

Andrzej Rapacz

Doktor hab. nauk ekonomicznych, profesor zwyczajny, kierownik Katedry Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną na Wydziale Gospodarki Regionalnej i Turystyki w Jeleniej Górze, Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. W zakresie zainteresowań badawczych mieści się problematyka m.in.: zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi, zarządzania turystyką w miejscowościach i regionach turystycznych, jakości w turystyce, marketingu w turystyce, funkcjonowania sektora handlu i gastronomii. Do ważniejszych pozycji książkowych Autora należy zaliczyć: *System funkcjonowania terenowych przedsiębiorstw turystycznych* (1988), *Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania* (1994), *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie* (współautor, 2001), *Przedsiębiorstwo turystyczne* (współautor, 2007). Kierownik i współautor projektów: *Analiza stanu istniejącego i możliwości rozwoju turystyki oraz badania marketingowe turystyki przyjazdowej w regionach przygranicznych* (1997); *Współpraca i integracja w turystyce w Euroregionie Nysa w perspektywie członkostwa w Unii Europejskiej* (2001-2002).

Adres: Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Gospodarki Regionalnej i Turystyki w Jeleniej Górze, Katedra Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną, ul. Nowowiejska 3, 58-500 Jelenia Góra. e-mail: arapacz@ae.jgora.pl

Joanna Śniadek

Doktor nauk o kulturze fizycznej, adiunkt w Katedrze Ekonomiki i Organizacji Turystyki na Wydziale Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu, docent w Instytucie Turystyki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie.

Specjalizuje się w badaniach naukowych oraz działaniach praktycznych z zakresu planowania strategicznego rozwoju miejscowości i regionów turystycznych, marketingu terytorialnego, marketingu w turystyce, rekreacji i sporcie. Autorka kilkudziesięciu publikacji naukowych, współautorka książek: *Strategia rozwoju rynku turystycznego w Poznaniu* (2000), *Metodyka i technika obsługi ruchu turystycznego* (2004), *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym* (2008), *Strategia rozwoju turystyki w Regionie Leszczyńskim* (2008). Współpracuje z branżą jako wykładowca na szkoleniach z zakresu marketingu turystycznego miejscowości i regionów.

Adres: Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Ekonomiki i Organizacji Turystyki, ul. Rybaki 19, 61-871 Poznań, e-mail: j.sniadek@gmail.com

Stefan Wojciechowski

Magister inżynier architekt, wykładowca na Wydziale Architektury Politechniki Poznańskiej. Praktykę zawodową zdobywał w wielu projektach zarówno w kraju, jak i za granicą, m.in. prowadząc własną pracownię w Lozannie (Szwajcaria). Twórca projektów osiedli mieszkaniowych, budynków mieszkalnych wielorodzinnych i jednorodzinnych, rewitalizacji obiektów zabytkowych, rewaloryzacji dzielnic oraz planów urbanistycznych. Laureat wielu nagród i wyróżnień, m.in. za projekty Centrum Wilda w Poznaniu (I nagroda), Osiedle Przylesie w Lesznie (I nagroda), Osiedle Helenki w Śremie (I nagroda), Osiedle mieszkaniowe w Kamieńcu (I nagroda), Osiedle Zatorze w Koninie (I nagroda), dzielnica Chwaliszewo w Poznaniu (I nagroda), Centrum Katowic (I wyróżnienie), rewaloryzacji dzielnicy Śródka w Poznaniu (Nagroda Ministra Budownictwa). Uhonorowany Srebrną Odznaką SARP.

Adres: ul. Kuśnierska 2, 62-035 Kórnik, e-mail: stefanwoy@o2.pl

Alina Zajadacz

Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, adiunkt w Zakładzie Centrum Turystyki i Rekreacji na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; docent w Instytucie Turystyki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie. Zainteresowania badawcze: potencjał turystyczny miast i regionów, turystyka zrównoważona oraz turystyka osób o specjalnych potrzebach. Autorka kilkudziesięciu publikacji, w tym książki *Potencjał turystyczny miast na przykładzie wybranych miast Sudetów Zachodnich* (2004), raportu *Turystyka osób niepełnosprawnych w Polsce* (2008), współ-

autorka *Strategii rozwoju turystyki w Regionie Leszczyńskim* (2008). Uczestnik międzynarodowego projektu WWF dotyczącego rozwoju turystyki ekologicznej w polsko-niemieckiej strefie przygranicznej (1997); kierownik projektu: *Turystyka osób niesłyszących i możliwości jej aktywizacji poprzez wykorzystanie multimedialnego systemu informacji turystycznej SIT* (2008-2010). Współpracuje z branżą jako wykładowca na szkoleniach przewodników turystycznych.

Adres: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych, Zakład Centrum Turystyki i Rekreacji, ul. Dziegiełowa 27, 61-680 Poznań; e-mail: alina@amu.edu.pl

Indeks

A

Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej 109, 113, 128
Agroturystyka 38, 64, 68, 122, 132, 134
Atrakcje turystyczne 9, 10, 45
Atrakcyjność inwestycyjna 20
Atrakcyjność turystyczna 9, 19-21, 25-27, 29, 45, 46, 123, 124

B

Babimost 147, 148
Badania marketingowe 193
Bariery rozwoju turystyki zrównoważonej 125
Błędnio / Jezioro Zbąszyńskie 16, 22, 25, 27-29, 62, 68, 132, 136, 137, 145, 147, 148

C

Chłonność turystyczna 80, 111, 118, 123

D

Deklaracja z Rio 93-94
Demarketing 118
Destynacja turystyczna 37, 108, 188, 195
Dyrektywa EMAS 95
Dystrybucja 175, 188
Dziedzictwo 9, 10, 35, 103, 132, 139

E

Ekoturystyka 38, 62, 66, 122, 132
Europejska Agenda 21 dla Turystyki 93, 95, 173

Europejski Fundusz Orientacji i Gwarancji Rolnych (EFOIGR) 174
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR) 174
Europejski Fundusz Spójności (EFS) 174
Europejski System Ekozarządzania i Audytu (EMAS) 116

F

Finansowe inwestycje 72
Finansowy Instrument Wspierania Rybołówstwa (FIWR) 174
Fundusz Dotacji Lokalnych (FDL) 175
Fundusze strukturalne 64, 169, 177
Fundusze Unii Europejskiej 161, 169

G

Globalizacja 187
Globalny Kodeks Etyki w Turystyce 126
Globalny Program Działania „Agenda 21” 93
Grupa do spraw Turystyki Zrównoważonej (TSG) 101, 109

I

Infrastruktura
– społeczna 160, 162
– techniczna 20, 76, 77, 161, 162, 193
– turystyczna 9, 55, 65, 167
Inwestycje 69
– rzeczowe 72, 77

- finansowe 72
 - niematerialne 74, 75
 - Inwestycje samorządowe 160, 161, 165
 - Inwestycje samorządu terytorialnego 159, 160, 177
 - Inwestycje turystyczne 74, 75, 77
 - IRR 87, 88
 - ISPA 169, 174, 175
- J**
- Jastrzębsko 27
 - Jezioro Zbąszyńskie 16, 22, 29, 62, 68, 130, 132, 136, 137, 139, 145, 147, 148
- K**
- Konkurencja 57, 65, 94, 187, 188
 - Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej 96
- L**
- Leasing 161
- Ł**
- Łomnica 139, 140
- M**
- Metoda ankietowa 23, 28
 - Metoda bonitacji punktowej 19, 21, 48-50
 - Metody badań
 - analiza SWOT 44, 51, 52, 54, 57, 61
 - badania ankietowe 44
 - bonitacja punktowa 48
 - kwerenda 39
 - obserwacja 56, 68
 - optymalizacja 122
 - wielowymiarowa analiza porównawcza (WAP) 38-40
 - wywiad 39, 42, 104-108
 - wywiad kwestionariuszowy 39, 42, 43
 - ocena integralna potencjału turystycznego 42, 46
 - Modernizacja 179-181
 - Monitorowanie rynku turystycznego 191
- Muzeum Regionalne Ziemi Zbąskiej 16, 17, 140
- N**
- Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej 115, 116
 - Nądnia 139
 - Niematerialne 74, 75
 - Normy ISO 14001 116
 - Nowy Dwór 66
 - Nowa Wieś Zamek 29
 - Nowa Wieś Zbąska 29, 139
 - NPV 87, 88
- O**
- Obra 15, 16, 62, 68, 132, 137, 147
 - Ocena oddziaływania na środowisko 114, 115
 - Oddziaływanie na środowisko aktywności turystycznych 132
 - Oferta turystyczna 189
 - Okres zwrotu 73, 87, 88
 - Organizacja turystyczna 194, 196
 - Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) 95
- P**
- Pakiet świadczeń 173, 188, 194
 - Partnerstwo publiczno-prywatne 73, 161
 - Perzyny 28
 - PHARE 169, 174, 175
 - Plan zagospodarowania przestrzennego 97, 107, 117, 120, 164, 166
 - Podaż 187
 - Polska Organizacja Turystyczna (POT) 175
 - Popyt 37, 80-83, 94, 109, 118, 129, 165, 187
 - Potencjał turystyczny 35, 36, 40, 48, 54, 56, 61, 66
 - Proces inwestycyjny 73, 82, 163
 - Produkt turystyczny 78-80, 83, 196
 - Program Czystszej Produkcji (CP) 113, 115-117
 - Program Rozwoju Turystyki TOURIN 175
 - Promocja 57, 119, 136, 140, 142, 175, 184

Protokół Montrealski 93
 Przepływ pieniężny 85-88
 Przychodźko 27
 Przydatność obszaru 19, 20, 22-25, 30, 38, 39
 Przyprostynia 139

R

Rachunek sozoeconomiczny 93
 Raport Brundtland *Our Common Future* (Nasza Wspólna Przyszłość) 93-94
 Raport Klubu Rzymskiego 93
 Recykling 106, 121, 122, 124
 Region Kozła 15-17, 131
 Regionalny System Zarządzania Środowiskowego 116
 Rewaloryzacja 176, 179, 180
 Rewitalizacja 179-181
 Rozwój lokalny 113, 158, 159
 Rynek turystyczny 187, 188, 193

S

Samorząd lokalny 162, 165, 166, 178
 Samorząd terytorialny 45, 81-83, 157-159, 160-162, 164-167, 177
 SAPARD 169, 174, 175
 Sektorowy Program Operacyjny Rozwoju Zasobów Ludzkich (SPO RZL) 176
 Sektorowy Program Operacyjny Wzrostu Konkurencyjności Przedsiębiorstw (SPO WKP) 176
 Spektrum Możliwości Rekreacyjnych (ROS) 118
 Standaryzacja usług 195
 Sterowanie ruchem turystycznym 113, 118, 120
 Stopa dyskontowa 86-87
 Strategia rozwoju turystyki 55, 59, 113, 115
 Strategie dziedzinowe 159
 Strategie rozwoju 54, 57-59, 61, 83, 113, 115, 159, 197
 Strzyżewo 17
 Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego 164
 Szczyt Ziemi 93

Ś

Światowa Komisja Środowiska i Rozwoju 94
 Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) 100
 Światowy Szczyt Zrównoważonego Rozwoju w Johannesburgu 93

T

Turystyczny łańcuch wartości 188-192, 194, 196
 Turystyka zrównoważona 99, 100, 122, 123, 126
 Turystyka
 – edukacyjna 132
 – kulturowa 38, 67, 131, 134
 – krajoznawcza 67, 131
 – kwalifikowana 67, 131, 133

U

Ustawa
 – Prawo budowlane 164, 166
 – Prawo geodezyjne i kartograficzne 163
 – Prawo ochrony środowiska 97, 113, 128
 – Prawo zamówień publicznych 163
 – o ochronie i kształtowaniu środowiska 96, 128
 – o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym 97, 128, 164
 – o samorządzie gminnym 157
 – o samorządzie powiatowym 157
 – o samorządzie wojewódzkim 157
 – Prawo ochrony środowiska 97, 113, 128
 Użytek ekologiczny „Byczy Dół” 17, 131

W

Walory
 – antropogeniczne 11, 12
 – krajobrazowe 13
 – krajoznawcze 10-12
 – kulturowe 12, 13, 17, 19, 24
 – materialne 11, 131, 139
 – niematerialne 10, 11,
 – pozaprzyrodnicze 11, 12
 – przyrodnicze 11, 12, 18, 29, 65, 67
 – przyrody nieożywionej 11

- przyrody ożywionej 11
- specjalistyczne 10, 11, 13
- turystyczne 9, 11, 13-15, 19, 20, 36, 46, 55, 67
- wypoczynkowe 10, 11
- Waloryzacja turystyczna 20
- Wieloprzestrzenne walory przyrodnicze 12
- Wolsztyn 147, 148, 184
- World Tourism Organization (UNWTO) 98, 100
- Wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki 103
- Zasada strefowania 118, 120
- Zasady zrównoważonego rozwoju turystyki 96, 97, 99, 100, 110, 123, 126
- Zbąszyń 13-17, 22, 23, 25, 27-29, 61-66, 130, 131, 136, 137, 139, 140, 145, 146, 148, 149
- Zbąszyń gmina 13-17, 22, 25, 27-29, 59, 60, 63-65, 129-132, 135, 136, 138, 139, 141, 142, 145
- Zielona Księga Turystyki 172
- Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR) 176
- Zrównoważony rozwój 97, 109, 110

Z

- Zakrzewko 27
- Zarządzanie
 - produktem turystycznym 187-189, 192, 194, 196
 - jakością 188-191, 194, 196

Ź

- Źródła finansowania inwestycji samorządowych 160-163, 166, 182