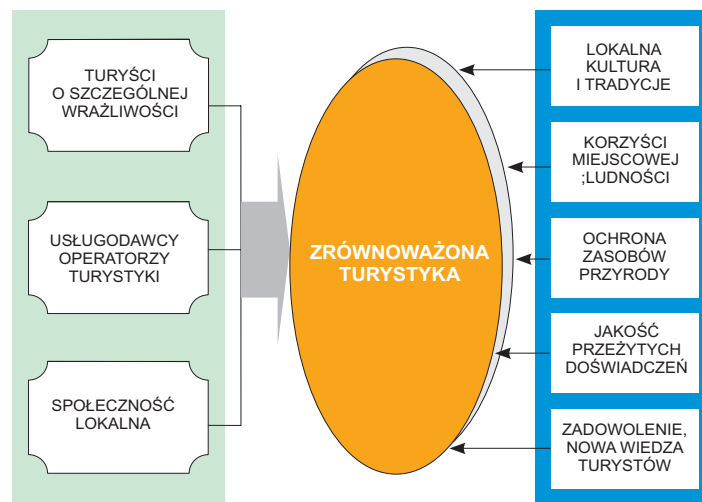


WSTĘP

Turystyka jest szczególną gałęzią gospodarowania. Jest źródłem dochodów dla miejscowej ludności, ale także przyczynia się do nowych, bardzo wartościowych przeżyć i kontaktów pomiędzy ludźmi. Otwarcie i wrażliwość na problemy innych ludzi, także ich następnymi pokoleń, kwestie poszanowania przyrody i bogactwa odmiennych kultur stanowi szczególnie obszar zainteresowania, wyzwań i szans, które wiążą się z wdrażaniem współczesnego paradygmatu rozwoju określanego jako „rozwój zrównoważony”. Wymogi, jakie powinna spełniać zrównoważona turystyka ogłoszone zostały przez ONZ-owską Światową Organizację Turystyki¹. Jednak pełne ich zrozumienie, a tym bardziej osiągnięcie nie jest zadaniem łatwym. Determinanty procesu kształtowania turystyki zrównoważonej przedstawiamy na schemacie (rys.1), Aby osiągnąć istotne wartości i spełnić kryteria turystyki potrzebne jest uczestnictwo i akceptacja ze strony trzech wielkich grup, tj. samych turystów, związanych z sektorem przedsiębiorców, wreszcie – społeczności, która gości turystów a zarazem zainteresowana jest całokształtem warunków życia (w skali obszaru lokalnego, ale też szerzej, „globalnie”).



Rys. 1. Kryteria zrównoważonej turystyki

¹ Zob. dokument z 2004 r. na stronie UNWTO: http://www.unwto.org/frameset/frame_sustainable.html.

Zrównoważona turystyka – określana inaczej jako „łagodna”, „mięka” (jej niszowe dotąd segmenty to turystyka „zielona”, ekoturystyka, także agroturystyka wiejska) – jest przede wszystkim przyjazna dla mieszkańców odwiedzanego obszaru i dla środowiska – przyrody, dziedzictwa kultury – w skali lokalnej i szerszej. Co ważne, daje okazje do pobudzenia wrażliwości turystów na przeżywanie piękna świata natury i kultury. Uczy innych sposobów życia i korzystania ze środowiska, szanując jego zasoby, chroniąc je dla przyszłych pokoleń.

Niniejsza publikacja powstała jako rezultat włączenia się polskich środowisk naukowych i eksperckich do projektu AGORA² zainicjowanego przez Uniwersytet w Greifswaldzie, a dotyczącego sieci współpracy dla promocji zrównoważonej turystyki w Regionie Bałtyckim. Celem projektu było m. in. zbadanie efektywności i skuteczności narzędzi planowania i zarządzania wspierających rozwój takiej turystyki oraz przygotowanie stosownych rekomendacji dla aktorów politycznych i innych, działających na jej rzecz.

W publikacji, którą przedstawiamy czytelnikom, gdański zespół AGORY podjął się zaprezentowania wybranych własnych studiów i badań powstałych w ramach projektu, a także podsumowania wiedzy, wytworzonej wspólnie z pozostałymi partnerami projektu, w trakcie prac warsztatowych, prezentacji i dyskusji odbytych w Greifswaldzie, Jurmali k. Rygi, Nerindze k. Klajpedy, Karlskronie i ostatnio w Kołobrzegu.

Nasze opracowania podzieliliśmy na cztery części, w których układzie staraliśmy się wyeksponować silne powiązanie między naukowymi podstawami a praktycznymi aspektami rozwoju produktów turystyki zrównoważonej.

W części pierwszej autorzy przedstawiają genezę, istotę i definicję oraz ogólną panoramę postrzegania zrównoważonej turystyki poczynając od kwestii jej pojęciowego i praktycznego wyodrębniania się oraz wpływu na gospodarkę i inne sfery życia społecznego – w skali globalnej i Regionu Bałtyckiego, po najświeższe doświadczenia pomorskie. Omówienie zasad planowania strategicznego turystyki zrównoważonej stanowi przejście do kolejnej, drugiej części. Poświęcona ona została procesowi koniecznej współpracy w rozwoju zrównoważonej turystyki, w szczególności zawiązywania partnerstw dla tworzenia produktów opartych o sieci i koalicje, i w największym stopniu wykorzystujących potencjał społecznego otoczenia. Trzecia część jest jeszcze bardziej praktyczna, przy tym w największym stopniu sięga do nauk ekonomicznych i zarządzania. Jej przedmiotem jest marketing i identyfikacja produktów zrównoważonej turystyki, a także koncepcje wykorzystania szczególnych instrumentów takich jak systemy monitoringu i prognozowania ekonometrycznego.

W czwartej części przedstawiamy syntetycznie najważniejsze rezultaty międzynarodowego projektu AGORA w sferze metodycznej (Toolbox) – są nimi zalecenia i wytyczne dla ewaluacji i budowania produktów a także ogólna strategia budowania turystyki zrównoważonej w Regionie Bałtyckim. Na tym tle pokazaliśmy wkład, jaki w tych pracach wniósł zespół gdański.

Projekt wspierał prof. Jerzy Bieliński, Prorektor Uniwersytetu Gdańskiego, któremu chcemy w tym miejscu gorąco podziękować.

² AGORA – *Network Sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region*, projekt realizowany w latach 2005–2007 w ramach Inicjatywy Wspólnotowej Interreg IIIB, a koordynowany przez prof. dr. Wilhelma Steingrube z Uniwersytetu w Greifswaldzie. Wśród ponad 40 partnerów z 9 krajów basenu Morza Bałtyckiego, było 3 partnerów z Polski, w tym grupa naukowców z Trójmiasta pod kierunkiem dr. hab. Witolda Toczyskiego i dr. Jacka Zauchy, przy współpracy dr. Elżbiety Kwelli i dr. Jacka Podhorskiego-Piotrowskiego z Katedry Makroekonomii Uniwersytetu Gdańskiego. Sekretarzem grupy badawczej był mgr inż. arch. Jacek Lenzion.

Przy okazji tej pracy badawczej, powstała też przystępnie napisana broszura metodyczna³, która – zgodnie z intencją autorów – ma być poradnikiem tworzenia projektów zrównoważonej turystyki. Przeznaczona jest ona dla szerokiego grona czytelników, np. z kręgów lokalnych samorządów i aktywistów organizacji pozarządowych, przedstawicieli firm i organizacji sektora turystycznego, a także dla młodzieży i wszelkich innych osób, zainteresowanych tym jak odpowiedzialnie, a zarazem interesująco żyć i gospodarować nie umniejszając szans przyszłych pokoleń na życie w harmonijnym, różnorodnym środowisku przyrodniczym i kulturowym.

³ „Mały przewodnik zrównoważonej turystyki. Jak produkt turystyki zrównoważonej wprowadzić na rynek?”, Uniwersytet Gdański, Sopot 2007.