

Planowanie i rozwój turystyki zrównoważonej na terenach wiejskich Regionu Bałtyckiego

1. Istota turystyki zrównoważonej i ekoturystyki na obszarach wiejskich

1.1. Turystyka zrównoważona

Raport Komisji Brundtland nie zawiera definicji turystyki trwałej i zrównoważonej (sustainable). W innych źródłach można jednak znaleźć wiele definicji tego zjawiska.

Federacja Parków Narodowych i Krajobrazowych (*Federation of Nature and National Parks*) definiuje turystykę zrównoważoną jako: „wszelkie formy działań, zarządzania i rozwoju turystyki, które zachowują naturalną, ekonomiczną i społeczną integralność oraz gwarantują zachowanie w dobrym stanie zasobów zarówno naturalnych jak i kulturowych”¹. Światowy Fundusz na rzecz Przyrody (WWF – *World Wide Fund for Nature*) definiuje turystykę zrównoważoną jako turystykę, która „nie przekracza naturalnych możliwości regeneracji i zdolności absorpcyjnych zasobów naturalnych, uwzględnia wkład, jaki wnoszą ludzie i ich społeczności w tworzenie oferty turystycznej, szanuje miejscowe zwyczaje i style życia, akceptuje fakt, że dostawcy usług turystycznych muszą mieć sprawiedliwy udział w ekonomicznych korzyściach z turystyki oraz jest prowadzona zgodnie z wolą społeczności lokalnej na danym terenie”².

Niektórzy eksperci praktycy podkreślają nastawienie na proces jako charakterystyczną cechę turystyki zrównoważonej. Paul Nicol³ określa turystykę zrównoważoną jako: „Proces zarządzania, a nie nowy typ turystyki” mający na uwadze związki turystyki z gospodarką oraz zyski lokalnych społeczności, a nie tylko promocję „zielonych”, tj. ekologicznych aspektów wypoczynku.

Wiele publikacji i seminariów zostało poświęconych ekoturystyce oraz „turystyce zrównoważonej”, definicji ich zakresu pojęciowego, właściwego kształtu oraz roli, jaką powinny one spełniać⁴. Na Światowej Konferencji Turystyki Zrównoważonej w 1995 r.

¹ *Federation of Nature and National Parks, Loving Them to Death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*, Grafenau 1993.

² Eber, S. (red.), *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*, World Wide Fund for Nature, Godalming 1992.

³ Nicol P., *Promoting Sustainable Tourism – Theme*, <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/69810>.

⁴ *Sustainable Tourism: The Berlin Declaration*, March 1997
Québec Declaration on Ecotourism, May 2002
Responsible Tourism in Destinations: The Cape Town Declaration, August 2002
Charter for Sustainable Tourism, 1995
Global Codes of Ethics for Tourism, 1999
The World Ecotourism Summit: Final Report. Québec, Canada, 19–22 May 2002

w Lanzarote uzgodniono iż: „Turystykę można określić jako zrównoważoną, gdy jej rozwój oraz działanie w jej ramach, uwzględnia udział lokalnej ludności, ochronę całości środowiska, uczciwy zysk dla branży turystycznej w tym społeczności lokalnej, a także wzajemny szacunek oraz wynagrodzenie wszystkich zaangażowanych podmiotów”⁵.

Koncepcja turystyki zrównoważonej zawiera w sobie różne rodzaje turystyki, zarówno wiejskiej jak i miejskiej, charakteryzujące się dążeniem do równowagi pomiędzy środowiskiem naturalnym oraz kwestiami społecznymi i ekonomicznymi. Jeśli natomiast w turystyce zrównoważonej główny nacisk kładziony jest na aspekty związane ze środowiskiem naturalnym, mamy do czynienia z ekoturystyką lub turystyką nastawioną na kontakt z przyrodą. Zarówno turystyka zrównoważona jak i ekoturystyka traktują przyrodę jako kluczowy wyznacznik swych działań. Jednak w drugim przypadku turystyka niejako automatycznie zostaje powiązana z ochroną przyrody, która stanowi główny atut danego miejsca czy regionu i jego turystyczną atrakcję. Można również stwierdzić, że termin „ekoturystyka” odwołuje się do pewnego segmentu sektora turystycznego, podczas gdy postulaty turystyki zrównoważonej obejmują wszelkie działania związane z turystyką, także instytucje i projekty o charakterze konwencjonalnym.

1.2. Ekoturystyka

Nie istnieje uniwersalna definicja ekoturystyki. Jak zauważa Wight⁶: „Dominują dwa sposoby spojrzenia na ekoturystykę: pierwsze zakłada, że społeczne zainteresowanie środowiskiem może być wykorzystane w sprzedaży produktu; drugie zwraca uwagę, że to samo społeczne zainteresowanie można wykorzystać do ochrony i zachowania zasobów będących podstawą istnienia tego produktu. Te dwa punkty widzenia nie powinny wykluczać się wzajemnie”.

Definicja Ecotourism Society’s⁷ opisuje ekoturystykę jako wyprawę na łono natury realizowaną w sposób odpowiedzialny, chroniącą środowisko i wspierającą dobrobyt lokalnej społeczności. Definicja ta odróżnia ekoturystykę od turystyki nastawionej na kontakt z przyrodą, która oznacza ogólnie turystykę realizowaną w otoczeniu natury. Odróżnia ją także od turystyki nastawionej na przygodę, która polega na realizowaniu wyczynów fizycznych na łonie natury. Zasadniczo, termin „ekoturystyka” oznacza turystykę ekologiczną, gdzie ekologia ma wymiar zarówno społeczny, jak i związany ze środowiskiem naturalnym. Jest ona definiowana zarówno jako koncepcja turystyki (ruchu turystycznego) oraz jako sektor turystyki.

Ekoturystyka była, więc już dojrzałą koncepcją, kiedy w 2002 roku Narody Zjednoczone świętowały „Międzynarodowy rok ekoturystyki”. Ekoturystyka skupia uwagę na kulturach lokalnych, wolontariacie, rozwoju osobistym i nauce nowych sposobów życia na naszej wrażliwej planecie. Jest ona często określana jako podróż do miejsc gdzie flora, fauna i dziedzictwo kulturowe są najważniejszymi atrakcjami i atrybutami wypoczynku. Turystyka ta zakłada konieczność podejmowania działań minimalizujących niekorzystne dla środowiska naturalnego skutki pobytu człowieka oraz wzmacniających spójność

⁵ J. Jafari, *World Conference on Sustainable Tourism*, „Annals of Tourism Research”, vol. 23, Nr 4, 1996, s. 959.

⁶ P. Wight, *Environmentally Responsible Marketing of Tourism*, [w:] E. Cater, G. Lowman (red.), *Ecotourism: A Sustainable Option*, Wiley 1994, s. 39.

⁷ K. Lindberg, D.E. Hawkins, *Ecotourism: a guide for planners and managers*, Ecotourism Society, North Bennington, VT, 1993, s. 82–115.

lokalnej społeczności. Dlatego też, oprócz zwrócenia uwagi na znaczenie czynników kulturowych i środowiskowych, inicjatywy dostawców usług turystycznych związane z: promocją odzyskiwania surowców wtórnych, oszczędności energii, oczyszczania wody oraz tworzenie ekonomicznych warunków dla społeczności lokalnych, stanowią z reguły istotną część oferty ekoturystycznej⁸. Według szacunków WTO ekoturystyka stanowi 7% światowej turystyki międzynarodowej oraz bardzo istotną część krajowego rynku turystycznego.

Lepsze zrozumienie istoty ekoturystyki staje się możliwe dzięki analizie wytycznych kierujących uwagę przemysłu turystycznego na ten rodzaj czy koncepcję (filozofię) turystyki. Jako przykład mogą posłużyć wytyczne sformułowane przez *Ecotourism Society* oraz *The Ecotourism Association of Australia*⁹. Turystyka taka:

- „nie powinna wpływać degradująco na zasoby, a jej rozwój powinien uwzględniać potrzeby środowiska naturalnego,
- powinna zapewniać bezpośrednie, pouczające doświadczenia o charakterze uczestniczącym,
- powinna uwzględniać edukację wszystkich uczestniczących stron – społeczności lokalnych, rządu, organizacji pozarządowych, przemysłu i turystów (przed, w trakcie i po zakończeniu wycieczki),
- powinna wspomagać zapoznanie się przez wszystkich uczestników z istotną wartością zasobów naturalnych,
- powinna zapewniać szacunek dla zasobów naturalnych, znajomość ograniczeń w ich wykorzystywaniu i pielęgnować potrzebę dobrego nimi gospodarowania,
- powinna promować zrozumienie i współpracę partnerską pomiędzy wieloma podmiotami takimi jak: organizacje rządowe i pozarządowe, przemysł, naukowcy, działacze i liderzy lokalni (przed oraz w trakcie podejmowanych działań),
- powinna skłaniać, u wszystkich uczestników, do troski o środowisko naturalne oraz powinna propagować odpowiednie postawy etyczne i moralne wobec środowiska naturalnego i kulturowego,
- powinna zapewniać długoterminowe pożytki dla zasobów naturalnych, społeczności lokalnej oraz lokalnej gospodarki”.

Biorąc pod uwagę zarysowaną powyżej perspektywę (skupienie się na rozwoju lokalnym i integracji ludności lokalnej), koncepcja ekoturystyki wydaje się najbardziej odpowiednia dla rozwoju turystyki wiejskiej w rejonie Morza Bałtyckiego. Przemawia także za tym wysoki potencjał Regionu w zakresie walorów środowiska naturalnego, niskiej defragmentacji tego środowiska, wysoki stopień pokrycia przestrzeni lasami, jeziorami, mokradłami i ciekami wodnymi, niski udział terenów zajętych przez tereny zurbanizowane (zob. np. publikacje VASAB-u¹⁰, czy Nordregio¹¹).

⁸ C.L. Hardyment, *An Evaluation of Rural Ecotourism Initiatives in Toledo District, Southern Belize*. <http://www.piedrablanca.org/belize-ecotourism.htm> (accessed 6/23/05) (2003).

⁹ P. Wight, *Sustainable Ecotourism: Balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework*, „The Journal of Tourism Studies”, vol. 4, 1993, s. 54–66.

¹⁰ VASAB 2010, *Spatial Development Action Programme, Wismar Declaration and VASAB 2010 Plus*, Gdańsk 2001, s. 5.

¹¹ T. Tanell, C. Bengts, H. Bjarnadóttir, H. Platz, K. Spiekerman, *The Baltic Sea Region Yesterday Today and Tomorrow- Main Spatial Trends*, Stockholm 2000 s.8–9 i 167 i n..

1.3. Turystyka wiejska

Termin „turystyka wiejska” jest używany, gdy kultura terenów wiejskich jest kluczowym komponentem oferty turystycznej. Światowa Organizacja Turystyki (WTO) wskazuje, że cechą wyróżniającą turystykę terenów wiejskich, jest oferowanie turystom bezpośredniego kontaktu ze środowiskiem i społecznością wsi, oraz, w miarę możliwości, uczestnictwo gości w czynnościach, tradycjach i stylu życia lokalnej społeczności. Turystykę wiejską charakteryzuje dostrzeżenie turystycznej wartości terenów wiejskich, ich zasobów naturalnych, spuścizny kulturowej, mieszkania w warunkach wiejskich, tradycji lokalnych oraz lokalnych produktów. Dzieje się to poprzez zaoferowanie produktów turystycznych, które odzwierciedlają tożsamość regionalną, a zarazem zapewniają właściwy standard zakwaterowania, wyżywienia, spędzania czasu wolnego, organizacji rozrywki oraz innych usług. Celem tych działań jest zrównoważony rozwój środowiska lokalnego oraz zaoferowanie ciekawej alternatywy wypoczynku i spędzenia wolnego czasu (potrzeba nabierająca coraz większego znaczenia w nowoczesnym społeczeństwie), a także realizowanie nowej społecznej solidarności pomiędzy miastem i wsią.

Wiele obszarów wiejskich podpadło w wyniku zmian strukturalnych tradycyjnych sektorów gospodarczych i malejącego znaczenia sektorów gospodarki typowych dla obszarów wiejskich. Turystyka może być istotnym czynnikiem ożywiającym tego typu tereny. Turystyka obszarów wiejskich daje szansę na kształtowanie się wśród ludności wiejskiej bardziej wyważonych postaw wobec rozwoju ekonomicznego oraz jest szansą na przyciągnięcie młodych ludzi z powrotem na wieś. Ożywienie kultury lokalnej może także pomóc w zachowaniu tożsamości całych regionów, stymulować przedsiębiorczość i budowanie społeczeństwa obywatelskiego. Działalność ekonomiczna w sektorze turystycznym wspomaga nabywanie nowych kwalifikacji i umiejętności, także interpersonalnych, związanych z tolerancją i lepszym rozeznanem w świecie.

Korzeni turystyki wiejskiej można dopatrywać się w procesach industrializacji i urbanizacji społeczeństw zachodnich w XIX wieku. Rozwój turystyki wiejskiej rozpoczął się spontanicznie w Europie Zachodniej i Środkowej na początku XX w. Rozwój transportu, rosnąca zamożność i zwiększenie się ilości czasu wolnego pozwoliły mieszkańcom miast na coraz częstsze wizyty na wsi.

Pierwsze systematyczne podejście do tego zagadnienia zostało zaprezentowane przez Gîtes de France (w 1955 roku). Agroturystyka jako działalność komplementarna wobec rolnictwa zaczęła być popularna w latach 60. i 70. właśnie we Francji. Turystyka wiejska stała się jednak integralną częścią programów rozwoju wsi dopiero w latach 80. i 90. dzięki inicjatywie Komisji Europejskiej o nazwie LEADER. Obecnie obserwujemy wyraźny wzrost międzynarodowego zainteresowania usługami turystyki wiejskiej. Agroturystyka stała się bardzo popularna w niektórych krajach europejskich. W Austrii co piąty mieszkaniec oferuje tego typu usługi.

Wzrost zainteresowania ofertą agroturystyczną owocuje wyższymi wymaganiami ze strony klientów. By sprostać tym wymaganiom, powstają wiejskie produkty turystyczne o charakterze międzynarodowym. Diagnozy WTO potwierdzają istnienie sporego potencjału i dobrze rozwiniętego rynku turystyki wiejskiej. Turystyka wiejska, notując wskaźnik wzrostu ok. 6% rocznie, rozwija się szybciej niż inne rodzaje turystyki międzynarodowej. Liczba jednostek oferujących zakwaterowanie na terenach wiejskich Europy wynosi obecnie ok. 200.000. Mnożnik z tego typu działalności przekracza 2,2 tj. 1 Euro wydane przez turystę stymuluje wzrost produkcji dóbr i usług w gospodarce

lokalnej rządu 2,2 Euro, a cztery agroturystyczne miejsca noclegowe są ekwiwalentem dochodu jednego pracownika.

Turystyka wiejska, aby okazała się sukcesem, musi kierować się podejściem rynkowym oraz położyć nacisk na jakość i partnerską współpracę. Należy zwrócić uwagę na następujące czynniki:

- rozumienie rynku i potrzeb klientów
Zrozumienie potrzeb i oczekiwań klienta jest najistotniejsze. Kluczowym celem powinno stać się spełnianie z nawiązką oczekiwań klientów.
- autentyczność i wyjątkowość
Domy służące turystyce wiejskiej winny być autentyczne, przynajmniej pięćdziesięcioletnie.
- powiązanie produktów
Niezmierne ważne jest łączenie zakwaterowania z innymi działaniami dającymi klientom możliwość niezapomnianego doświadczenia turystyki wiejskiej. Oprócz przyjaznego, osobistego podejścia ze strony gospodarzy, wiejskie wakacje powinny umożliwiać dostęp do: zasobów naturalnych (np. lasy, rzeki, jeziora etc.), atrakcji historycznych, dobrego jedzenia i lokalnych gatunków wina oraz rozrywki związanej z tradycjami danego miejsca. Przykładem może być region Oberig, gdzie wprowadzenie klastrow turystyki wiejskiej okazało się nieklamany sukcesem. Tego typu klustry zapewniają masę krytyczną proponowanych atrakcji, poprzez łączenie różnych rodzajów usług. Masa krytyczna usług ma znaczenie dla zdolności utrzymania się na rynku i przyciągania turystów przez dany region czy miejscowość.
- wsparcie otoczenia biznesowego i politycznego
Tworzenie się lokalnych zrzeszeń gospodarstw agroturystycznych ma pierwszorzędne znaczenie dla wspierania rozwoju turystyki wiejskiej. Niezmierne ważne jest tworzenie przyjaznego otoczenia dla ludzi zajmujących się turystyką wiejską. Istnieje również potrzeba inwestycji w infrastrukturę, sprzęt turystyczny, szkolenia i marketing. Jest to możliwe poprzez uwzględnienie strategii rozwoju turystyki wiejskiej w rządowych i regionalnych planach i programach rozwoju.

2. Bałtyckie i europejskie organizacje oraz ich rola w promowaniu ekoturystyki na terenach wiejskich

2.1 Bałtycka Komisja Turystyczna oraz Bałtycka Agenda 21

Bałtycka Komisja Turystyczna (BTC) jest organizacją pozarządową skupiającą 80 członków głównie z krajów Regionu Bałtyckiego. Większość z nich stanowią władze lokalne, środowiska decyzyjne w dziedzinie turystyki, biura turystyczne, firmy związane z transportem morskim i powietrznym oraz porty. BTC składa się z przedstawicieli Finlandii, Szwecji, Danii, Norwegii, Niemiec, Estonii, Łotwy, Litwy, Polski i Rosji. Organizacja ta stawia sobie za cel rozwój turystyki w rejonie Morza Bałtyckiego. BTC jest organizacją o charakterze marketingowym, wspomagającą swych członków w tworzeniu bałtyckiej oferty turystycznej, zajmującą się promocją turystyki do i w Regionie Morza Bałtyckiego. Działania BTC można podzielić na projekty związane z określonymi obszarami oraz marketing. Aktywność marketingowa realizowana jest poprzez darmową prezentację członków organizacji na stronie internetowej BTC, prezentacje na targach oraz profesjonalne wycieczki organizowane do krajów Regionu dla dziennikarzy oraz biur

podróży. Ponadto doroczna Konferencja BTC (*Travel Mart and Conference*) jest główną imprezą pozwalającą na budowanie kontaktów i integrację środowiska turystycznego w Regionie.

BTC stawia sobie za cel:

- zapewnienie szerszej promocji Regionu Morza Bałtyckiego jako celu wycieczek i pobytów turystycznych,
- promocję tożsamości regionalnej w mediach, na rynku turystycznym i wśród potencjalnych klientów,
- wspieranie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości na obszarze krajów Morza Bałtyckiego.

BTC nie wypracowało jednak jak na razie wspólnej wizji rozwoju turystyki wiejskiej w regionie. Stało się tak głównie dlatego, że rola BTC ma głównie charakter pragmatyczny, skupiony na zagadnieniach marketingowych, realizowanych poprzez udział w targach (co idzie w parze z sieciowym charakterem tej organizacji). BTC rozpoczęło także działania mające na celu kategoryzację obiektów i produktów turystycznych Regionu względem kryteriów ekologicznych (*eco-labelling*). Działania te zostały podjęte w ramach Bałtyckiej Agendy 21. Biorąc czynny udział w tworzeniu bałtyckiego programu rozwoju zrównoważonego (Bałtycka Agenda 21), BTC sformułowało całościowy cel rozwoju turystyki bałtyckiej łączący aspekty ekonomiczne, społeczne i ekologiczne.

„Ogólnym celem jest osiągnięcie zrozumienia w odniesieniu do wymagań zrównoważonej turystyki w regionie Morza Bałtyckiego. Cele sektora turystyki w rozwoju zrównoważonej turystyki odnoszą się do trzech głównych elementów zrównoważonego rozwoju, to jest środowiska, gospodarki i ludzi i powinny to być:

- utrzymanie zdrowego środowiska, ochrona jakości rekreacyjnej krajobrazu naturalnego i zmienionego przez człowieka i integracja środowisk przyrodniczych, kulturalnych i ludzkich,
- promocja i podtrzymywanie jakości konkurencyjności i efektywności biznesu turystycznego,
- stworzenie zadowalających warunków społecznych dla turystyki i lokalnej społeczności”¹².

Niestety, systematyczne wysiłki mające na celu realizację tych wyzwań nie posuwają się w zadowalającym tempie. Dzieje się tak z różnych przyczyn o charakterze administracyjnym i finansowym. Dlatego też, realizacja tych celów powinna zostać zdynamizowana w ramach programu wdrożeniowego Bałtyckiej Agendy 21.

2.2. Helcom

Komisja Helsińska (Helcom) wypracowała wytyczne dotyczące rozwoju turystyki w strefie brzegowej (*Guidelines for sustainable and environmentally friendly tourism in the coastal zones of the Baltic Sea Area*) w nawiązaniu do Rekomendacji nr 15/1. Wytyczne te wyznaczają wszystkim zaangażowanym w turystykę priorytety związane ze zrównoważoną i przyjazną dla środowiska turystyką wokół Bałtyku. Wśród nich znajdują się między innymi:

- współpraca partnerska pomiędzy reprezentantami lokalnego biznesu, władz lokalnych, organizacji pozarządowych, a także bliska współpraca środowisk z krajów graniczących ze sobą;

¹² Baltic Agenda 21, 1998, *Agenda 21 - Baltic Sea Region Tourism*, Baltic 21, Series No 7, s. 9.

- zapewnienie korzyści dla społeczności lokalnych, wzmocnienie lokalnej gospodarki, zatrudnianie lokalnej siły roboczej oraz, uwzględniając postulaty ekologiczne, korzystanie z miejscowych materiałów, płodów rolnych oraz tradycyjnych umiejętności;
- respektowanie wymogów Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody (IUCN – *The World Conservation Union*);
- ochrona terenów dzikich i półnaturalnych oraz zagrożonych biotopów morskich i przybrzeżnych;
- rozwój i dalsze wykorzystanie miejsc i terenów antropogenicznie przekształconych (np. skupienie się na rekonstrukcji i przebudowie istniejących budynków zamiast wznoszenia nowych);
- zwrócenie uwagi na lokalną tradycję budowlaną oraz harmonię z otoczeniem,
- stosowanie zdrowych technologii, służących oszczędzaniu wody i energii, zapobieganie zanieczyszczeniom, oczyszczanie wody, unikanie wytwarzania ciężkich zanieczyszczeń i wspieranie odzyskiwania surowców wtórnych;
- zachowanie biologicznego i krajobrazowego zróżnicowania oraz ochrona gleby;
- ograniczenie rekreacji i turystyki masowej na terenach wokół obszarów chronionych, na morzu, a także w strefie brzegowej;
- zwiększanie świadomości związanej z ochroną środowiska wśród turystów;
- zagwarantowanie wszystkim bezpłatnego dostępu do morza.

2.3. VASAB – Vision and Strategies around the Baltic Sea – Współpraca Ministrów odpowiedzialnych za Planowanie i Rozwój Przestrzenny z krajów wokół Bałtyku

- IV Konferencja Ministerialna VASAB przyjęła 22 października 1996 roku rekomendacje dotyczące planowania przestrzennego w strefie brzegowej (*Common Recommendations for Spatial Planning of the Coastal Zone in the BSR*).

W zasadzie wytyczne sformułowane w dokumencie tylko częściowo odnoszą się do turystyki. Wiele zaleceń dotyczy jednak tego zagadnienia bezpośrednio.

- A) W części poświęconej celom zostały podkreślone zagadnienie ochrony dziedzictwa kulturowego, zasobów naturalnych i kulturowych. Widoczne jest też zainteresowanie tematyką rekreacji i zrównoważonego korzystania z zasobów naturalnych oraz bezpiecznego, publicznego dostępu do morza. Wszystko to powinno być osiągnięte poprzez odpowiednie planowanie i zarządzanie.
- B) Część poświęcona zaleceniom koncentruje się wokół problematyki zrównoważonego rozwoju strefy brzegowej, w tym także turystyki. Turystyka wiejska nie jest jednak wymieniana *explicite*. Zalecenia sformułowane zostały z myślą o całym sektorze turystycznym i są następujące:
- włączanie terenów o różnej wartości ekologicznej w sieć obszarów tzw. zielonej infrastruktury w taki sposób, aby stworzyć lepsze warunki zrównoważonego rozwoju osadnictwa w strefie brzegowej;
 - unikanie rozproszonej rozbudowy wzdłuż linii brzegowej oraz zachowanie naturalnego krajobrazu;
 - unikanie tworzenia wizualnej bariery wzdłuż brzegu poprzez nową wysoką zabudowę;
 - usytuowanie centrów wypoczynkowych i usług rozrywkowych w oparciu o lokalne plany zagospodarowania przestrzennego oraz z uwzględnieniem krajowej i regionalnej polityki w tym zakresie, a także ochrony krajobrazu, przyrody i dziedzictwa kulturowego;

- zachowanie spuścizny kulturowej oraz cech charakterystycznych osadnictwa przybrzeżnego;
- nacisk na odnawianie historycznych budynków i powstrzymywanie się od wznoszenia nowych osiedli.

2.4. Europejska Federacja Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej

Szeroki wybór różnorodnych produktów turystyki wiejskiej z 19 krajów europejskich proponuje Europejska Federacja Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej (*The European Federation for Farm and Village Tourism* (EuroGites).

EuroGites składa się z 21 stowarzyszeń branży turystyki wiejskiej. Głównym celem tej organizacji jest pomoc potencjalnym klientom w wyborze i zakupie usług turystyki wiejskiej. Spośród krajów bałtyckich członkami EuroGites są jedynie Polska i Łotwa. Praca Federacji obejmuje również planowanie. Organizacja ta jest jedną z głównych sił napędowych i sprawczych Europejskich Kongresów Turystyki Wiejskiej (*European Congresses on Rural Tourism*) odbywających się co dwa lata.

3. Bałtycki Interreg II C oraz III B – projekty związane z turystyką wiejską

Przy wykorzystaniu funduszy Interreg zostało zrealizowanych wiele projektów, w których ważny element stanowi turystyka wiejska:

- DAT (Tourism in rural areas) - *Turystyka na terenach wiejskich*,
- High Quality Tourism (1 and 2) - *Turystyka wysokiej jakości*,
- Four Corners - *Cztery Kąty*,
- VHB – Development of Baltic Tourist Network in Via Hanseatica Development zone – *VHB – Rozwój Bałtyckiej Sieci Turystycznej w strefie Via Hanseatica*,
- Lagomar – Natural and cultural heritage in the southern Baltic Sea – challenges and perspectives for regional development – *Lagomar- Dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe południowej części Morza Bałtyckiego – wyzwania i perspektywy rozwoju regionalnego*,
- BIRD – Bird rich wetlands of international importance, nature reserves and cultural landscapes as resources for sustainable developments in rural areas – *BIRD – Bogate w ptactwo bagna i tereny podmokłe o międzynarodowym znaczeniu, rezerваты przyrody oraz krajobrazy kulturowe jako czynniki zrównoważonego rozwoju terenów wiejskich*,
- BIG Lakes II – *Wielkie Jeziora*,
- Rural Development Connection – *Połączyć rozwój terenów wiejskich*,
- S-MAN 2000 – Sustainable management of angling tourism in Natura 2000 and other sensitive areas – *Zrównoważone zarządzanie turystyką wędkarską na obszarach sieci Natura 2000 i innych wrażliwych terenach*.

Rozpowszechnianie rezultatów projektów tego typu jest utrudnione ze względu na brak ich systematycznego udostępniania. Ich opisy można znaleźć na stronach internetowych poszczególnych projektów. Nie istnieje strona internetowa programu INTERREG III B zawierająca opis dobrych praktyk i pozwalająca na dzielenie się doświadczeniami z projektów. Ogranicza to w sposób znaczny korzystanie z wiedzy wypracowanej poprzez projekty realizowane w ramach INTERREG III B.

Jednakże, dzięki żmudnej kwerendzie, niektóre z rezultatów pięciu projektów mogą zostać przedstawione poniżej. Dwa projekty (Lagomar and S-Man 2000) zostały zaprobowane niedawno, więc jest zbyt wcześnie, aby spodziewać się już obecnie jakich-

kolwiek rezultatów. Kontakt z projektem VHB Zone jest natomiast niezwykle trudny lub wręcz niemożliwy.

3.1. Zrównoważony Rozwój Regionalny – High Quality Tourism 2

Cel projektu High Quality Tourism 2 określono jako wzmocnienie integrującej roli podejścia przestrzennego celem promowania zrównoważonego rozwoju wysokiej jakości turystyki. Projekt skupiał się na rozwoju turystyki kwalifikowanej na terenach wiejskich i w małych miastach (Östergötland w Szwecji, Cesis na Łotwie, Suwałki w Polsce i Pojezierze Meklemburskie w Niemczech). Konkretnymi rezultatami projektu miały być: krajowe i międzynarodowe centra informacji i obsługi turystycznej (*Welcome Centre*), tematyczne szlaki turystyczne, struktury sprzedaży bezpośredniej oraz nowe produkty turystyczne wypracowywane w toku dyskusji między uczestnikami projektu. Projekt zakłada działania oddolne, stymulujące inicjatywy lokalne, a także nadające zmianom bardziej zrównoważony charakter.

Dotychczasowe osiągnięcia projektu:

- Tematyczne szlaki turystyczne i „bramy wejściowe”

Szlaki Epoki Lodowcowej zostały stworzone na Pojezierzu Meklemburskim w Niemczech, w Östergötland w Szwecji oraz w rejonie Cesis na Łotwie. W rejonie Cesis szlak został otwarty w październiku 2003 roku jako próbny szlak pieszy po dwunastomiesięcznym okresie przygotowań i planowania, a w Östergötland w maju 2004 roku (można zobaczyć dziewięć miejsc z epoki lodowcowej – www.e.lst.se/istid/index_eng.html). Na Pojezierzu Meklemburskim mierząca 666 km Ścieżka Rowerowa z Epoki Lodowcowej została otwarta w październiku 2004 roku (<http://www.eiszeitroute.com/>). Zapewniona została wymiana doświadczeń między krajami, a także stworzono możliwość porównania systemów obszarów chronionych w regionach partnerskich. Zaplanowano sieć regionalnych i międzykrajowych punktów informacji i obsługi turystycznej jako „bram wejściowych”, a istniejące centra zostały rozbudowane. Oprócz tego na Pojezierzu Meklemburskim został wprowadzony system turystycznych info-kiosków.

- Szkolenie i sprzedaż

Jak dotąd przeszkolono 23 przewodników w Östergötland oraz 20 przewodników w rejonie Cesis. Pomysł marketingowy oraz działania związane z klasztornym muzeum i terenami wokół w Östergötland są modelowym przykładem nowego produktu turystycznego bazującego na kulturowym i przyrodniczym dziedzictwie regionu. Struktury sprzedaży bezpośredniej produktów regionalnych tzw. rynków ekologicznych zainicjowane na Pojezierzu Meklemburskim okazały się również dużym sukcesem. Zostały przyznane pierwsze nagrody regionalnego znaku „Naturally Mecklenburg Lake District”, a także została założona regionalna spółdzielnia sprzedaży bezpośredniej. Spółdzielnia ta zapewnia koordynację funkcjonowania rynków ekologicznych.

3.2. Rural Development Connection

Projekt obejmuje współpracę Niemiec, Szwecji, Danii i Polski, ich wspólną wymianę doświadczeń i pomysłów. Ogniskuje się wokół zagadnienia zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich jako miejsc zamieszkania i pracy. Celem jest polepszenie infrastruktury wiejskiej na obszarach charakteryzujących się zbyt niskim stopniem zaludnienia

oraz brakiem miejsc pracy. W szczególności chodzi tu o infrastrukturę: rowerową, szlaków pieszych, konnych, wodnych oraz infrastrukturę portów. Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez wdrożenie planowania oraz realizację inwestycji na małą skalę. Projekt podnosi problem ekoturystyki oraz specjalnej oferty turystycznej skierowanej do ludzi niepełnosprawnych.

Dotychczasowe osiągnięcia projektu:

- Turystyka rowerowa
 - ukończenie remontu ścieżki rowerowej z Holeby do Maribo,
 - wydanie przewodnika tras pieszych i rowerowych dla Lolland-Falster (8000 egzemplarzy każdego z przewodników),
 - dokonanie przeglądu ścieżek rowerowych rejonu Bad Doberan oraz Güstrow pod kątem rodzaju i jakości ich nawierzchni; informacje zdobyte podczas przeglądu zostały umieszczone w odpowiednim formacie w systemie GIS,
 - publikacja Regionalnej Koncepcji Ścieżek Rowerowych Zachodniej Meklemburgii (1828 km ścieżek rowerowych),
 - Sformułowanie koncepcji i przygotowanie planów European Hiking Paths (Europejskich Szlaków Pieszych) E 9A oraz E 10.
- Polepszenie infrastruktury portów i szlaków wodnych

Zakończone sukcesem inwestycje o małej skali w 9 gminach Lolland-Falster.

 - Produkty tematyczne w turystyce wiejskiej
 - sześć tematycznych wycieczek rowerowych w Meklemburgii-Pomorzu Przednim,
 - długodystansowa trasa konna Neustadt-Dosse-Redefin,
 - bank danych dotyczących gospodarstw oferujących jazdę konną oraz szlaki konne w Meklemburgii-Pomorzu Przednim dostępne na stronie www.reiten-in-mv.de,
 - przewodnik online jazdy konnej w Lolland-Falster na stronie internetowej www.rideguiden.dk,
 - przewodnik „Otwarte kościoły wiejskie” – 24 tras z 166 kościołami w Meklemburgii-Pomorzu Przednim, zawierający też opis 12 kościołów luterańskich na Pomorzu Zachodnim (Polska), utworzenie pierwszej przekraczającej granicę trasy pomiędzy Pomorzem Zachodnim a Meklemburgią-Pomorzem Przednim, 200 drogowskazów „Village church” oraz wyprodukowanie 166 symbolicznych drewnianych kluczy do kościołów wiejskich otwartych dla zwiedzających, 42 przewodników oferuje wycieczki do kościołów wiejskich (www.kirchentour.m-vp.de), dwie konferencje „Turystyka kościelna i wiejska”, w których wzięło udział 210 uczestników,
 - pomnikowy Szlak Pieszy w Meklemburgii-Pomorzu Przednim (www.denkmalstour.m-vp.de),
 - 29 różnorodnych produktów turystyki wędkarskiej – bank danych o sportach związanych z łowieniem ryb na stronie internetowej www.turism.skanenordost.se/fiske,
 - wycieczka z nocowaniem na sianie w Meklemburgii-Pomorzu Przednim (www.heuherbergentour.m-vp.de),
 - ekoturystyczne produkty w Szwecji (www.turism.skanenordost.se/ekoturism.) oferty zostały nagrodzone narodowym znakiem ekoturystycznym po raz pierwszy w Szwecji;

- Pomysły biznesowe/ edukacja przedsiębiorców
Wiele dostosowanych do odbiorców ofert szkoleniowych związanych z rozwojem i marketingiem w branży turystycznej:
 - przeszkolenie 150 wykwalifikowanych przewodników po kościołach,
 - przeprowadzenie wielu seminariów na tematy związane z turystyką,
 - wypracowanie i udokumentowanie 207 pomysłów biznesowych,
 - podręcznik „Professionalisation of entrepreneurship in rural areas – „Pedagogical approaches and experiences for starting and running SMEs” (*Profesjonalizacja przedsiębiorczości na terenach wiejskich – podejście pedagogiczne oraz doświadczenia związane z tworzeniem i prowadzeniem SME*).
- Turystyka dla niepełnosprawnych
 - zbudowanie podjazdu dla niepełnosprawnych w gminie Holeby,
 - wydanie katalogu „Holidays with the wheelchair in the Baltic Sea area” (*Wakacje na wózku w rejonie Morza Bałtyckiego*) – 30 tys. egzemplarzy).
- Strategie rozwoju wsi
 - koncepcja: „Strategie dotyczące bezpieczeństwa i infrastruktury spełniające wymagania stawiane przez przyszłość jako wkład w zrównoważony rozwój terenów wiejskich”,
 - zorganizowanie 6 dyskusji dotyczących rozwoju wsi.

3.3. Big Lakes II

Projekt Big Lakes II promuje potencjał jezior jako sposobu stymulowania rozwoju - Nordic Lakes, Päijänne, Mjösa, Ładoga oraz Peipsi. Projekt ten jest kontynuacją Projektu Wielkie Jeziora I („Big Lakes – a Cooperation Network on Sustainable Development”), którego celem było znalezienie zrównoważonych sposobów prowadzenia turystyki w rejonie jezior. Zakres obecnego projektu jest dużo szerszy. Cel obejmuje zrównoważony rozwój przestrzenny oparty na kulturze regionu oraz przyrodzie w równym stopniu jak na poszukiwaniu możliwości gospodarczych zrównoważonego wykorzystania zasobów wodnych. Wiele działań ma na celu wspieranie ekonomicznej, społecznej i naturalnej równowagi regionu wokół wielkich jezior: badania, turystyka, mobilne technologie, wydarzenia kulturalne, budowa i remonty studni na terenach wiejskich etc.

- Dotychczasowe osiągnięcia projektu:
 - zebranie informacji potrzebnych do planowania zrównoważonego rozwoju,
 - zwiększenie współpracy i synergii pomiędzy różnymi inicjatywami, projektami, nowymi pomysłami służącymi podniesieniu atrakcyjności obszarów uczestniczących w projekcie,
 - zaktywizowanie wielu interesariuszy projektu,
 - utworzenie bazy danych ekspertów współpracujących w sieci Big Lakes,
 - modelowa ścieżka rowerowa, zbudowana w ramach projektu; ścieżka taka zapewnia sustensywną mobilność turystów, stanowi atrakcję turystyczną oraz wywiera pozytywny wpływ na zdrowie mieszkańców regionu,
 - doskonalenie sieci powiązań Wschód-Zachód,
 - udział stron zainteresowanych rozwojem rejonu jeziora Ładoga w szkoleniu dotyczącym zagadnień ekoturystyki i koncepcji zrównoważonego rozwoju,
 - zbudowanie systemu oczyszczania wody w Regionalnym Centrum Edukacji Przyrodniczej w Zaostrowie w rejonie Lodeynoje Pole,

- opublikowanie podręcznika ekoturystycznego dla Regionu Leningradzkiego,
- oznakowanie i logo Big Lakes,
- promowanie nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych, dystrybucja usług gminnych i komercyjnych w rejonie jeziora Päijänne poprzez sieć bezprzewodowego Internetu.

3.4. Four Corners

Wszyscy partnerzy uczestniczący w projekcie (Rugia, Wolin, Skania i Bornholm) to gminy lub zespoły gmin o charakterze wiejskimi, charakteryzujące się niską gęstością zaludnienia, o dominującej roli sektora pierwszego (ludność żyje tradycyjnie z rolnictwa, rybołówstwa oraz hodowli bydła). W regionach tych występują problemy związane z ucieczką młodych ludzi, wysokim bezrobociem, brakiem szkół wyższych oraz starzeniem się ludności. Podobieństwo wyzwań i problemów rozwojowych, stało się główną przyczyną podjęcia współpracy w ramach projektu zmierzającego do rozwoju nowej koncepcji gospodarowania na terenach południowego Bałtyku. Projekt ten ma na celu wspieranie wysiłków regionów partnerskich w tworzeniu ponadnarodowych sieci małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), wspólnych produktów turystycznych oraz imprez i wydarzeń kulturalnych. Turystyka stanowi jeden z najważniejszych atutów oraz zasobów rozwojowych wszystkich uczestniczących regionów. Działania projektu orientowane są na wsparcie lokalnych i regionalnych MSP, które wymagają bodźców zewnętrznych, aby podolać wyzwaniom peryferyzacji. Projekt stawia sobie za cel nie tylko przyciągnięcie turystów, lecz także przedsiębiorców i młodych mieszkańców, którzy są niezbędni dla rozwoju regionów.

- Dotychczasowe osiągnięcia projektu:
 - wspólna strategia rozwoju dla całego obszaru objętego projektem, zawierająca listę korzyści wynikających z międzykrajowej współpracy w dziedzinie planowania przestrzennego i rozwoju wsi,
 - sformułowanie celów współpracy uwzględniających wspólne zagadnienia dla regionów partnerskich, zagadnienia i tematy, których rozwiązanie wymaga współpracy ponadnarodowej,
 - stworzenie konkretnych planów działań związanych z osiągnięciem tych celów,
 - zbudowanie sieci dziedzictwa kulturowego terenów południowego Bałtyku (między innymi powstały: sieć imprez kulturalnych, biznesowych przedsięwzięć w dziedzinie kultury oraz instytucji tego typu w Regionie Południowego Bałtyku),
 - organizacja dwóch międzynarodowych festiwali kultury,
 - przedyskutowanie w gronie naukowców oraz lokalnych i regionalnych przedsiębiorców przyszłości rozwoju turystyki na obszarze objętym projektem,
 - podjęcie pierwszych decyzji w kwestii powstania tematycznych tras turystycznych wzbogaconych o ofertę noclegową i transportową,
 - wypracowanie strategii marketingowej, stanowiącej zarówno ujęcie teoretyczne jak i zawierającej praktyczny poradnik marketingu regionów w odniesieniu do turystów, gości i przedsiębiorców,
 - powołanie młodzieżowej władzy wykonawczej (Four Corners Youth Bard) spośród uczniów szkół średnich reprezentujących Four Corners Youth Parliament,

- powołanie sieci współpracy szkół, w ramach której uczniowie i nauczyciele ze szkół średnich realizują wspólne projekty międzynarodowe,
- opracowanie i wdrożenie programu wymiany doświadczeń dla mniejszych gmin wiejskich dotyczących rozwoju regionalnego i współpracy międzynarodowej.

3.5. BIRD

Głównym celem projektu BIRD jest zintensyfikowanie rozwoju obszarów wiejskich posiadających bogate w ptactwo mokradła, zasoby przyrodnicze oraz ciekawy krajobraz kulturowy. Ponad trzydziestu partnerów w projekcie z sześciu krajów bałtyckich wskazało obszary dobrze rokujące w dziedzinie rozwoju ekoturystyki. Liczby partnerów w poszczególnych krajach przedstawiają się następująco: Estonia (5), Finlandia (5), Niemcy (1), Łotwa (2), Litwa (9) i Szwecja (13). Cele projektu to:

- dobre, zrównoważone gospodarowanie i ochrona mokradeł oraz krajobrazu kulturowego regionów,
- planowanie przestrzenne, w ujęciu międzysektorowym, z udziałem władz, organizacji, właścicieli ziemskich i innych grup interesu,
- zwiększenie dostępności informacji i narzędzi marketingowych w promocji turystyki wiejskiej w określonych rejonach; szczególny nacisk na zagadnienia związane z osobami niepełnosprawnymi,
- wypracowanie programów edukacyjnych angażujących lokalną ludność, przedsiębiorców, szkoły i właścicieli ziemskich.

Dotychczasowe osiągnięcia projektu:

- opracowanie koncepcji i rozpoczęcie procesu planowania Wirtualnego Biura Turystycznego zawierającego bogatą ofertę obiektów i atrakcji ekoturystycznych,
- zaprojektowanie Centrum Informacji (Wetland Information Centre) jako centrum informacyjnego dla przyszłych badań, edukacji i ekoturystyki,
- inwestycje skierowane do międzynarodowej grupy gości BIRD niedaleko Svensksundsviken w Szwecji.

4. Produkty oferowane w ramach turystyki wiejskiej w różnych krajach wokół Morza Bałtyckiego

Wszystkie z analizowanych tu krajów oferują wszechstronną ofertę produktów turystycznych na obszarach wiejskich (zob. tab.1). W kilku krajach produkty, o których mowa, można znaleźć na głównych stronach internetowych poświęconych turystyce danego kraju (np. Estonia, Dania, Szwecja, Niemcy). Regułą jest jednak powstawanie odrębnych witryn internetowych poświęconych turystyce wiejskiej. Witryny te rzadko posiadają swoje odnośniki na głównej stronie turystycznej danego kraju (np. w Estonii¹³, Finlandii¹⁴, Danii¹⁵ i Niemczech¹⁶). Są również kraje (np. Szwecja), w których istnieje wiele specjalistycznych stron internetowych oferujących produkty związane z turystyką wiejską. Zwykle informacje są dostępne w różnych językach, chociaż w niektórych przy-

¹³ Estonian Tourist Board.

¹⁴ The Finnish Tourist Board.

¹⁵ The Danish Tourist Board.

¹⁶ The German National Tourist Office – website Welcome to Germany!

padkach (np. Niemcy, Estonia) inne niż rodzime wersje językowe są mniej wszechstronne i zawierają mniej bogatą informację. Oferty produktów związanych z turystyką wiejską w poszczególnych krajach nie różnią się w sposób znaczny. Wyjątek stanowią produkty związane z myślistwem oferowane jedynie w kilku krajach. Produkty najbardziej popularne to: wędkarstwo, wodniactwo/żeglarstwo, jazda konna i turystyka rowerowa (motocyklowa w Szwecji). Jednak po głębszej analizie należy stwierdzić, że oferty turystyczne poszczególnych krajów różnią się: od wąsko wyspecjalizowanych (np. Finlandia, niektóre szwedzkie strony internetowe) do bardzo szerokich i wszechstronnych zawierających wiele produktów (np. w Estonii i na Łotwie). W krajach skandynawskich dominują oferty związane z wynajmowaniem chat i domków letnich, podczas gdy w krajach Europy Wschodniej (także w Szwecji do pewnego stopnia) można zauważyć nacisk na przyciągnięcie turystów do istniejących, wciąż aktywnych, gospodarstw wiejskich. Wynika to z różnic w strukturze gospodarczej porównywanych krajów. Niestety, trudno znaleźć produkty turystyki wiejskiej o prawdziwie międzynarodowym charakterze. Nie ma takiej oferty, jak np. ścieżka rowerowa lub trasa konna wokół Morza Bałtyckiego albo wycieczka szlakiem tradycyjnej kuchni regionów nadbałtyckich. Zamiast tego mamy odnośniki do stron internetowych związanych z terenami wiejskimi w różnych krajach (linki tego typu są bardzo popularne w państwach bałtyckich). Jedyną quasi międzynarodową ofertą turystyki wiejskiej jest propozycja wędkowania w jeziorach polskich i litewskich, którą oferuje *Lithuanian Countryside Tourism Association*.

Tab.1. Produkty turystyczne w ofercie różnych krajów

Produkty	DK	EE	LV	LT	SE	SF	DE
Turystyka piesza	+	+	+	+/-	+	+	+
Turystyka rowerowa	+		+	+/-	+	+	+
Jazda konna	+	+		+	+	+	+
Turystyka związana z przyrodą	+	+	+	+	+	+	+
Campingi, Caravaning, wynajmowanie chat	+	+	+		+	+	+
Kuchnia regionalna	+	+			+	+	+
Żeglarstwo i kajakarstwo		+	+		+	+	+
Łowienie ryb	+	+		+	+	+	+
Myślistwo		+			+		
Sporty zimowe			+	+/-	+	+	+
Lokalne rzemiosło			+	+			+
Konferencje		+		+/-	+		

Objaśnienia: DK – The Danish Tourist Board, National Association and Agri-Tourism; EE – Estonian Tourist Board/ Estonian Rural Tourism Organisation; LV – Lauku ceļotājs (po angielsku – Countryside Traveller); LT – Countryside Tourism Association of Lithuania; SE – The Sweden Information Smorgasbord, Stay on a Farm SWEDEN (Bo på Lantgård), The Federation of Swedish Farmers, LRF; SF – The Finnish Tourist Board and Lomarengas – Finnish Country Holidays; DE – German National Tourist Office and German Tourist Board.

Źródło: Opracowanie własne.

Turystyka stała się jedną z najbardziej przyszłościowych alternatyw gospodarczych na terenach wiejskich. W lipcu 2004 roku została przyjęta wspólna bałtycka strategia marketingu turystyki wiejskiej na lata 2004–2010. Zgodnie z tym dokumentem wszystkie kraje bałtyckie powinny być traktowane jak jeden obszar turystyczny.

Strategia definiuje zarówno istniejącą i potencjalną klientelę bałtyckiej turystyki wiejskiej, jak i kanały dotarcia do niej, a także kluczowe elementy, zasoby i czynniki wpływające na turystykę wiejską. Znajdziemy w tym dokumencie wskazania związane z inwestycjami dla przedsiębiorców związanych z turystyką wiejską, nakierowanymi na kreowanie nowych i rozwój istniejących produktów. Strategia traktuje trzy kraje bałtyckie jako jeden cel podróży turystycznych. Zanalizowane zostały działania marketingowe Łotwy, Litwy i Estonii. W dokumencie zostały także postawione nowe cele marketingowe.

Łotwa

Główna turystyczna strona internetowa Łotwy jest w trakcie budowy, lecz zawiera informacje o wielu produktach związanych z turystyką wiejską. Łotewskie Stowarzyszenie Turystyki Wiejskiej „Lauku ceļotājs” (ang. *Countryside Traveller*) jest branżowym stowarzyszeniem założonym w 1993 roku. Należy do niego obecnie około 300 członków – właściciele wiejskich miejsc noclegowych w całym kraju. Oferują oni następujące usługi: porady dotyczące organizacji wakacji na Łotwie, Litwie bądź w Estonii, rezerwację zakwaterowania, planowanie tras wycieczek dla grup i indywidualnych turystów – turystyka piesza lub rowerowa, wodna, autobusowa, z atrakcjami w rodzaju obserwacji ptaków, wizyt w pracowniach rzemieślników i twórców ludowych etc.

„Lauku ceļotājs” przyjmuje co roku plan marketingowy w oparciu o wspólną bałtycką strategię w dziedzinie turystyki wiejskiej na lata 2004–2010, założenia budżetowe oraz narodowe plany rozwoju turystyki.

Estonia

W marcu 2005 roku rząd estoński zatwierdził *Estonian National Strategy on Sustainable Development* (Narodową Strategię Zrównoważonego Rozwoju) pod nazwą *Sustainable Estonia 21*. Strategia ta formułuje cele długoterminowe (2030) w zakresie rozwoju dla całego społeczeństwa:

- ochrona estońskiego obszaru kulturowego,
- wzrost dobrobytu społeczeństwa i jego członków,
- spójność społeczeństwa estońskiego,
- ekorozwój.

Ukierunkowanie na społeczeństwo oparte na wiedzy jest głównym sposobem osiągnięcia tych celów w długiej perspektywie czasowej.

Zrównoważona turystyka, w szczególności na obszarach wiejskich, może przyczynić się zarówno do ochrony obszaru kulturowego Estonii, jak i do wspierania spójności przestrzennej (poprzez przyspieszenie rozwoju obszarów wiejskich do tej pory izolowanych pod względem rozwojowym). Oferta estońskiej turystyki wiejskiej (bezpośrednie wejście z głównej estońskiej strony internetowej *Estonian National Tourism Board*) jest niezwykle dobrze rozwinięta (obejmuje: infrastrukturę konferencyjną, catering, kuchnię regionalną, campingi, domki campingowe, infrastrukturę carawaningową, pośredników kajakarstwa oraz kajakarstwa morskiego, wypożyczanie łodzi, łowienie ryb, myślistwo, jazdę konną i turystykę pieszą), chociaż wersja angielskojęzyczna tej strony jest już znacznie mniej imponująca. Narodowa strona o tematyce turystycznej zawiera bezpośredni odnośnik do Estońskiego Stowarzyszenia Ekoturystyki (*Estonian Ecotourism Association – ESTECAS*). Jest to organizacja pozarządowa, typu non-profit, zrzeszająca osoby indywidualne, organizacje i władze zaangażowane w sprawę turystyki wiejskiej.

Litwa

Litewska Rada Turystyki (*Lithuanian Tourist Board*) jest organizacją rządową, która, w ramach kompetencji określonych przez rząd, formułuje i wdraża politykę rządu w dziedzinie turystyki. Organizacja *State Tourist Service* została powołana w 1991 r. (od roku 1995 jako *Lithuanian Tourist Board*) i rozpoczęła pracę nad programem narodowego rozwoju turystyki. Program ten został zatwierdzony przez rząd w kwietniu 1994 roku. Jest on nakierowany na rozwój biznesu turystycznego i kładzie nacisk na turystykę przyjazdową. Turystyka wiejska znalazła swoje miejsce w omawianym dokumencie w następującym zapisie: „Bogactwo i różnorodność przyrody, a także obiekty związane z dziedzictwem kulturowym poszczególnych regionów oraz względnie dobra sieć dróg przyczyniają się do rozwoju turystyki na terenach wiejskich. Turystyka wiejska staje się coraz bardziej popularna wśród mieszkańców miast. Dlatego też turystyka wiejska traktowana jest jako działalność wspierająca na obszarach wiejskich i stanowi 30–40% całości dochodów ludności tych terenów; staje się również istotnym elementem rozwoju regionalnego na terenach gdzie ziemia jest mniej żyzna. Obecnie 150 gospodarstw jest zaangażowanych w świadczenie różnego rodzaju usług związanych z turystyką wiejską. Jednak zakwaterowanie oferowane w większości gospodarstw nie spełnia wymogów współczesnego turysty, dlatego też potrzebne są dodatkowe inwestycje w tej dziedzinie. Większość turystów na obszarach wiejskich to obywatele krajów dawnego ZSRR (tzw. kraje CIS). Ludność żyjąca na terenach wiejskich nie jest przygotowana do przyjmowania gości z zagranicy (pomijając turystów z krajów CIS). Jest to spowodowane brakiem doświadczenia gospodarzy (bariery językowe i komunikacyjne) oraz brakiem umiejętności biznesowych. Zakładając, że wzrośnie liczba lokalnych odbiorców usług, a także ich rzesza będzie się różnicować; zakładając, że nastąpi podniesienie poziomu i wzrost liczby oferowanych usług; zakładając, że informacje związane z usługami będą dobrze dystrybuowane – turystyka wiejska ma wszelkie szanse na to, by stać się istotną częścią gospodarki terenów wiejskich. Polityka państwa powinna pomagać rolnikom w pozyskiwaniu wsparcia z funduszy strukturalnych i rekompensat związanych z ograniczeniami w produkcji oraz promować inwestowanie tych funduszy w prowadzenie działalności gospodarczej. Administracja rządowa i samorządowa powinna również aktywnie uczestniczyć w rozpowszechnianiu informacji i szkoleniu dostawców usług w zakresie turystyki wiejskiej. W związku z tym, że organizacja turystyki wiejskiej ma charakter indywidualny, ograniczenia dostępu, przestępczość oraz brak informacji stanowią główne przeszkody utrudniające mieszkańcom wsi zaangażowanie w tego typu działania. Priorytetem powinna stać się sprawa rozpowszechniania informacji na temat turystyki wiejskiej, odnawiania bazy materialnej oraz szkolenie”.

Oficjalna strona *Lithuanian Tourist Board* jest słabo rozwinięta i nie prezentuje żadnych produktów związanych z turystyką wiejską. To samo można powiedzieć o innej głównej litewskiej internetowej stronie turystycznej należącej do prywatnej firmy – Biura Podróży – VISIT LITHUANIA.

Litewskie Stowarzyszenie Turystyki Wiejskiej (*Countryside Tourism Association of Lithuania*), niezależna organizacja pozarządowa o charakterze non-profit, jest jednym z członków izby rolniczej (*Chamber of Agriculture*) i stowarzysza wielu rolników oferujących usługi turystyczne na obszarach wiejskich Litwy. Organizacja ta została założona jako odpowiedź na autentyczne potrzeby jej członków.

Cele działania organizacji to:

- reprezentacja interesów członków organizacji wobec instytucji zarządzających oraz innych organizacji,
- koordynacja działań mających na celu rozwój turystyki wiejskiej na Litwie,
- organizacja warsztatów, konferencji, targów i wystaw, a także przygotowywanie materiałów metodycznych i biuletynów informujących o działaniach stowarzyszenia i jego członków,
- podnoszenie kwalifikacji członków stowarzyszenia, organizacja szkoleń w kraju i za granicą,
- analiza wymogów stawianych turystyce wiejskiej w kraju i za granicą,
- współpraca z innymi podobnymi organizacjami działającymi na terenie Litwy, w innych krajach i o zasięgu międzynarodowym,
- uczestnictwo w konsultacjach dotyczących zmian w prawie litewskim regulującym działania w dziedzinie turystyki wiejskiej.

Obecnie organizacja zrzesza ponad 971 członków nie tylko spośród dostawców usług turystycznych na terenach wiejskich, ale także kilka szkół rolniczych i inne instytucje edukacyjne oraz gminy. Oferta turystyczna zawiera: wędkowanie, udział w pracach gospodarczych i zwiedzanie obiektów kultury. Gospodarstwa są klasyfikowane pod względem rodzaju usług turystycznych, w których się specjalizują. Możemy tu znaleźć następujące profile tematyczne: zapoznaj się z Litwą, spotkanie biznesowe, łaźnia, wspólne świętowanie, wycieczki piesze, aktywny wypoczynek, dla wielbicieli roweru, dla wielbicieli koni, dla wędkarzy, zdrowy styl życia, wakacje nad morzem, wakacje nad wodą, wypoczynek z dziećmi, wakacje zimowe. Jednak istnienie tego typu klasyfikacji nie oznacza, że wszystkie produkty opisanych typów są w pełni rozwinięte.

Dania

Dania jest pierwszym krajem na świecie, który wprowadził system ekologicznej kategoryzacji (*eco-labelling*) na turystycznych obszarach, gdzie rozwój ma charakter zrównoważony – *Destination 21. Destination 21* może dotyczyć tylko jednej gminy lub szerszego obszaru zawierającego wiele gmin. W ramach *Destination 21* gminy, lokalny biznes turystyczny oraz ludność lokalna podejmują wspólne wysiłki na rzecz suszysywnego rozwoju zgodnie z polityką sformułowaną na Szczycie Ziemi w Rio w 1992 roku. W ramach tego podejścia obszary naturalne są chronione, a turyści mają pewność autentycznego obcowania z wsią i jej kulturą. Kładzie się nacisk na redukcję zużycia wody, energii i chemikaliów. Turystyka jest rozwijana w taki sposób, aby umożliwić korzystanie z wartości przyrodniczych i kulturowych także stałym mieszkańcom danych terenów.

Szwecja

Portal *Sweden Information Smorgasbord* jest największym angielskojęzycznym źródłem wiedzy o Szwecji w Internecie. Zawiera 850 opublikowanych stron, a jego właścicielem jest FÖRST Föreningen Sverigeturism (*The Swedish Tourism Trade Association*), organizacja non-profit. Znajdziemy tu osobną kategorię dotyczącą przyrody i zawierającą następujące tematy: przyroda – przegląd, prawo powszechnego dostępu¹⁷, parki narodowe i rezerwaty przyrody; dzikie życie; myślistwo; lasy, góry, jeziora, strumienie i rzeki; problematyka morska.

¹⁷ Allemansrätt (The Right of Public Acces).

Jest także wiele innych organizacji zajmujących się tematyką turystyki wiejskiej. Organizacja *Stay on a Farm* (Zostań na farmie) w Szwecji (zrzeszająca ponad 400 gospodarstw z całej Szwecji) oferuje zakwaterowanie w działających gospodarstwach rolnych, co stanowi coraz bardziej popularny typ nocowania, wybierany na tydzień, weekend lub jedną noc. Wszystkie gospodarstwa w organizacji *Stay on a Farm* są kontrolowane. Istnieje klasyfikacja mająca na celu pomoc potencjalnym klientom w znalezieniu odpowiadającego im zakwaterowania. W ramach oferty znajdziemy: zakwaterowanie w gospodarstwie oraz jazdę konną, łowienie ryb, jazdę na motocyklach, konferencje na wsi. *The Federation of Swedish Farmers* (LRF – Stowarzyszenie Szwedzkich Farmerów) jest organizacją dla wszystkich posiadających ziemię uprawną lub pracujących w gospodarstwie rolnym lub na terenie leśnym oraz dla przedsiębiorców w ramach szwedzkiego ruchu spółdzielczego. Organizacja zrzesza około 157 tys. członków. Jej misją jest stwarzanie warunków do działania zrównoważonych i konkurencyjnych firm oraz rozwój odpowiednich warunków życia i przedsiębiorczości na wsi. LRF przyczynia się do powstawania terenów do jazdy konnej, a także promuje dłuższe wyprawy z nocowaniem. LRF zajmuje się opieką nad końmi, by móc rozwijać sport i turystykę hippiczną.

Finlandia

Finnish Tourist Board, (MEK – Fińska Rada Turystyki) została założona w 1973 roku przez Ministerstwo Handlu i Przemysłu w celu promocji fińskiej turystyki. Działania organizacji wspierane są przez budżet państwa (16 201 000 Euro w 2005 r.). Fiński przemysł turystyczny dokłada rocznie około 9 milionów Euro. MEK współpracuje i działa na rzecz fińskiego przemysłu turystycznego poprzez wdrażanie i finansowanie projektów marketingowych. Jeden ze wspólnych celów stanowi rozwój bardziej atrakcyjnych i konkurencyjnych produktów dla turystów odwiedzających Finlandię. MEK działa jak organizacja biznesowa w ramach ograniczeń prawnych obowiązujących organizację rządową. Jej głównym celem jest:

- marketing i promocja sprzedaży fińskich produktów turystycznych za granicą,
- informacja rynkowa.

Główne grupy fińskich produktów:

- wczasy ze zwiedzaniem,
- letnie atrakcje,
- śnieżne wakacje – sporty zimowe, przygoda, szczególnie okazje (Święta Bożego Narodzenia i Nowy Rok),
- wakacje na wsi,
- krótkie przerwy,
- szczególne zainteresowania,
- produkt w trakcie przygotowań: odnowa biologiczna.

Główna strona internetowa MEK oferuje większość produktów turystycznych zwyczajowo rozwijanych na terenach wiejskich (łowienie ryb, wycieczki rowerowe i piesze, sporty zimowe itd.). Natomiast oferta dostępna na branżowej stronie internetowej dotyczącej turystyki wiejskiej w Lomarengas obejmuje głównie wynajem domów i chat oraz atrakcje z tym związane, takie jak: jazda konna, wycieczki rowerowe, żeglarstwo i łowienie ryb, a także w niektórych przypadkach sporty zimowe.

Turystyka wiejska jest domeną Oy Lomarengas Ab Ltd Finnish Country Holidays. *Lomarengas* zostało założone w 1967 roku jako pośrednictwo w wynajmowaniu domów i rezerwacji zakwaterowania typu B&B w Finlandii. Organizacja ta jest obecnie liderem na rynku wynajmu domków, a ich oferta znana jest z wysokiej jakości, domki z komfortu, a gospodarze z przyjaznego nastawienia do gości. Wszystkie wynajmowane przez nich domki mają własną saunę oraz łódź wiosłową do dyspozycji.

Wnioski

Powyższe analizy i rozważania prowadzą do następujących wniosków i konkluzji:

- Pojęcie turystyki zrównoważonej i ekoturystyki posiada odpowiednią bazę teoretyczną, jest szeroko analizowane w literaturze przedmiotu, dostępne są zarówno analizy porównawcze jak i rozważania natury filozoficznej i ontologicznej.
- Istnieje także powszechny konsens dotyczący potrzeby równoważenia turystyki zarówno w środowiskach profesjonalnie związanych z tą branżą, wśród konsumentów usług turystycznych i wśród decydentów politycznych.
- Region Bałtycki posiada istotny potencjał dla rozwoju turystyki wiejskiej i ekoturystyki. Bodziec do ich rozwoju wynika z obiektywnych procesów społeczno-gospodarczych. We wschodniej części regionu głównym mechanizmem napędowym jest transformacja gospodarki wiejskiej, jej otwieranie na procesy globalizacji, natomiast w całym regionie, ogólny trend wzrostu edukacji ekologicznej społeczeństwa i dowartościowywania walorów środowiska naturalnego jako aktywów rozwoju.
- We wszystkich krajach Regionu Bałtyckiego oferta usług ekoturystycznych na obszarach wiejskich jest rozwinięta i/lub rozwija się w sposób nieskrępowany zależnie od istniejącego potencjału ludzkiego i ekologicznego.
- Niestety, ofertę ekoturystyczną obszarów wiejskich różni stopień jej integracji w ramach branży turystycznej i w ramach produktu pan-Bałtyckiego.
- W niektórych krajach oferta ta ma charakter kompleksowy i zdywersyfikowany w innych np. Polska, Niemcy jest rozproszona i trudno dostępna.

Głównym problemem jest jednak brak prób integracji wokół marki bałtyckiej. Nie istnieje bałtycki produkt turystyki wiejskiej, chociaż jego pojawienie się byłoby szansą na zatrzymanie potoków turystów w regionie, szczególnie tych z krajów sąsiednich spragnionych poznania kultury i zwyczajów lokalnych oraz stylu życia swoich sąsiadów.

Bibliografia

- Baltic Agenda 21, 1998, *Agenda 21 – Baltic Sea Region Tourism*, Baltic 21, Series No 7
- Eber S. (red.), *Beyond the Green Horizon: Principles for Sustainable Tourism*, World Wide Fund for Nature, Godalming 1992
- Federation of Nature and National Parks, *Loving Them to Death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*, Grafenau 1993
- Hanell T., Bengs C., Bjarnadóttir H., Platz H., Spiekerman K., *The Baltic Sea Region Yesterday Today and Tomorrow- Main Spatial Trends*, Stockholm 2000
- Hardyment, C.L., *An Evaluation of Rural Ecotourism Initiatives in Toledo District, Southern Belize*; <http://www.piedrablanca.org/belize-ecotourism.htm> (accessed 6/23/05) (2003)
- Jafari J., *World Conference on Sustainable Tourism*, „Annals of Tourism Research”, vol. 23, Nr 4, 1996
- Lindberg K., Hawkins D.E., *Ecotourism: a guide for planners and managers*, Ecotourism Society, North Bennington, VT, 1993.

- Nicol P., *Promoting Sustainable Tourism – Theme*, <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/6981>
- Wight P., *Sustainable Ecotourism: Balancing economic, environmental and social goals within an ethical framework*, „The Journal of Tourism Studies”, vol. 4, 1993
- VASAB 2010, *Spatial Development Action Programme, Wismar Declaration and VASAB 2010 Plus*, Gdańsk 2001
- Wight P, *Environmentally Responsible Marketing of Tourism*, [w:] E. Cater, G. Lowman (red.), „Ecotourism: A Sustainable Option”, Wiley 1994.