

Podstawy tworzenia partnerstwa dla realizacji projektów zrównoważonego rozwoju w turystyce

Turystyka zrównoważona zdobywa coraz większe uznanie w Europie. Wpływ na to ma, przede wszystkim, przyjęty przez Unię Europejską system wartości, w którym fundamentalną rolę odgrywa paradygmat zrównoważonego rozwoju (*sustainable development*). Wiele zachowań produkcyjnych i konsumpcyjnych zmienia się na takie, które podporządkowują się potrzebom zachowania środowiska przyrodniczego i społecznego dla przyszłych pokoleń w nie gorszym stanie niż obecnie. Te zmiany również mają miejsce w turystyce, w której ważnym czynnikiem rozwoju stało się tworzenie łańcuchów (sieci i klastrów) produktów turystycznych. Często są one połączone bliskością geograficzną i stają się właśnie klastrem regionalnych produktów turystycznych o nowej charakterystyce. Uruchomiony został proces budowania sieciowej turystyki dzięki partnerskiej współpracy instytucji publicznych, komercyjnych i zwykłych konsumentów, którzy kierowani motywacjami etycznymi zamierzają korzystać z przyrodniczych darów, bez szkodliwej dla przyrody inwazji.

1. Klastry zrównoważonej turystyki

Rozpoznając uwarunkowania tworzenia sieci turystyki zrównoważonej w projekcie AGORA¹, można było zauważyć trudności w identyfikacji mechanizmu wytwarzania dojrzałych sieci zrównoważonej turystyki². Słusznym punktem wyjścia w analizie tego mechanizmu stało się dążenie do pogłębienia wiedzy o procesie budowania klastrów turystyki zrównoważonej w wymiarze regionalnym, z szerokim stosowaniem partnerstwa publiczno-prywatnego. Istotną propozycją, która jest wskazówką odkrywania złożoności tego procesu, jest koncepcja klastrów przedstawiona przez Portera. Pojęcie to jest silnie związane z układem koncentracji geograficznej producentów dóbr usług czy też wartości. Globalizacja, która dzięki internetowi, komunikacji lotniczej i liberalizacji gospodarki światowej pozwala łączyć klastry w wymiarze pewnej bliskości geograficznej sprzyja tworzeniu przyjaznych układów sieciowych podaży dóbr i usług³. Podobnie rzecz ma się z produktami turystyki zrównoważonej, które krystalizują się w układach

¹ AGORA – *Network Sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region*, projekt Inicjatyw Wspólnoty Interreg IIIIB, z udziałem pracowników Katedry Makroekonomii Uniwersytetu Gdańskiego.

² *Sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region. Comparative assessment of existing tools and methods for strategic cooperation in tourism*, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH, Kiel 2006.

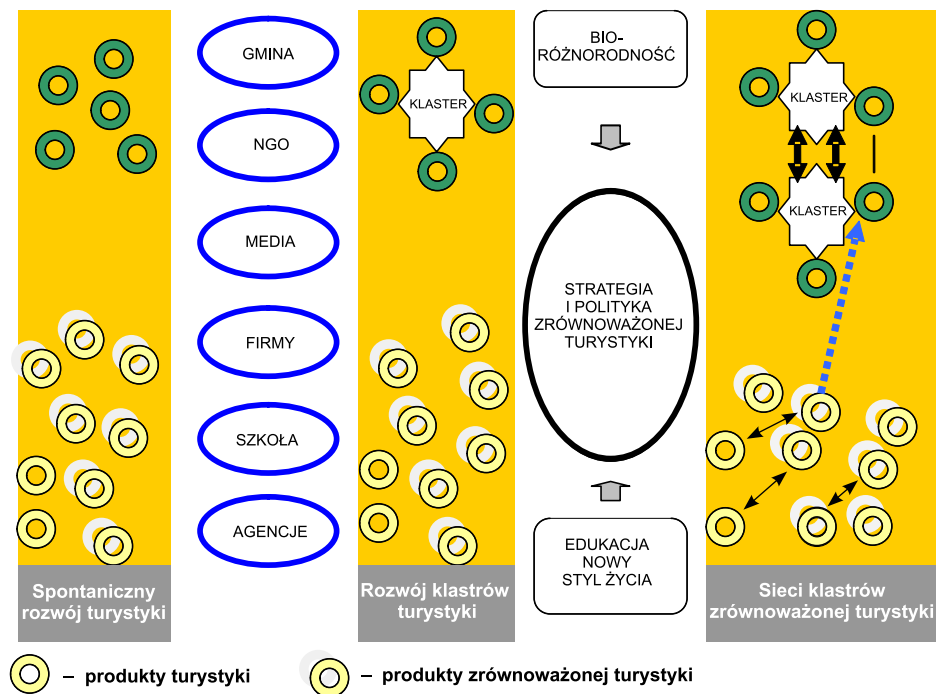
³ Teza potwierdzona w pracy: S. Nordin, *Tourism Clustering & Innovation – Paths to Economic Growth & Development*, Kiel 2003, s. 78.

regionalnych i pozwalają konsumentowi skorzystać z wielości i różnorodności tych produktów na obszarze dostępnym tradycyjnymi środkami transportu – pieszo, rowerem sprzętem pływającym, a nawet autobusem czy samochodem. To powoduje, że te układy sieciowej koncentracji produktów turystyki zrównoważonej kształtują się nie tylko pod przemożnym wpływem gospodarki rynkowej. Te układy, w związku z tym, że jest to szczególnie pożądaný rodzaj turystyki, mają silne wsparcie publiczne. To wsparcie publiczne może mieć postać lobbingu organizacji pozarządowych, które mają na celu wartości etyczne, zdrowotne i wychowawcze, ale także jest to wsparcie instytucji publicznych krajowych jak i zagranicznych (cele operacyjne finansowane z funduszy strukturalnych). Sukces w tworzeniu klastrów produktów turystyki zrównoważonej jest wynikiem następujących czynników:

- programowania rozwoju zrównoważonego w strategiach i planach operacyjnych samorządów,
- partnerskiej współpracy władz regionalnych i samorządów lokalnych,
- edukacji i lobbingu na rzecz rozwoju zrównoważonego w szkole i w świecie mediów,
- upowszechnienia nowego zdrowego stylu rekreacji i turystyki.

Proces programowania zrównoważonej turystyki zależy od współdziałania wielu podmiotów, które dochodzą do porozumienia w tworzeniu wspólnej strategii i kooperacyjnego działania. Dużą rolę odgrywa akceptacja konieczności idei ochrony bioróżnorodności i zasad rozwoju zrównoważonego. Uwieńczeniem jest powstanie klastrów produktów zrównoważonej turystyki i dalsza ich interferencja.

Istotę procesu tworzenia klastrów zrównoważonej turystyki prezentuje rysunek 1.



Rys. 1. Sekwencje rozwoju klastrów i sieci zrównoważonej turystyki

W przedstawionym schemacie chcemy ukazać sekwencje procesu tworzenia się obszarów współpracy w sferze turystyki.

Jest on w oczywisty sposób uzależniony od działań różnych podmiotów i instytucji, które uznają turystykę za nowy sektor gospodarki i tworzą nowe bardziej harmonijne propozycje korzystania z czasu wolnego w nowoczesnych społeczeństwach. W tworzeniu produktów turystycznych główną rolę odgrywają ci, którzy tworzą popyt i podaż. Popyt tworzy społeczeństwo, ale jego oblicze (formy zaspokojenia popytu) jest kształtowane przez kulturowe podstawy, na które wielki wpływ mają szkoła i media i wzorcowi twórcze elity.

Istotą naszych rozważań jest odkrycie uwarunkowań i mechanizmów, które prowadzą do nowych strategii partnerstwa. Zwrócić warto bowiem uwagę na dwa rodzaje partnerstw dotąd słabo obecnych w rozwoju turystyki. Pierwsze to partnerstwo instytucji i konsumentów skoncentrowane na nowych produktach (np. turystyka entuzjastów *nordic walkingu*, czy turystyka kulturowo-krajoznawcza szlakiem gotyckiej cegły). Ujawnia się też drugi rodzaj partnerstwa, w którym dochodzi do przekształcenia biernej masowej turystyki (np. słońce, plaża, woda, gastronomia) w nowe formy związane z aktywnością związaną ze sportami wodnymi, nurkowaniem, czy windsurfingiem. Te dwa rodzaje partnerstw wytwarzają symbiozę, która powoduje wyższą jakość i większe korzyści dla turystów. Przykładem takiej ewolucji jest powstanie europejskiego centrum windsurfingu w Chałupach, które rozpoczęło się od ustawienia przyczep turystycznych, obecnie zaowocowało wysokokwalifikowaną turystyką, włączającą inne rodzaje aktywności turystycznej – *skate surfing*, czy też zainteresowania fauną Bałtyku, które świetnie eksponuje ośrodek uniwersytecki w fokarium i morświnarium na Helu. Na Półwyspie Helskim wykształca się coraz bardziej zróżnicowany klaster turystyki zrównoważonej, który przyciąga turystów z całej Europy, zainteresowanych już bardziej kulturowymi walorami i możliwościami bardzo zróżnicowanych form aktywności w ramach turystyki kwalifikowanej.

W celach strategii rozwoju turystyki w Polsce główne zadania przypisuje się strukturom regionalnym i lokalnym. Chodzi nie tylko o poprawę jakości produktu turystycznego, ale także o rozszerzenie oferty regionalnej, zwiększenie jej atrakcyjności poprzez wyeksponowanie dziedzictwa kulturowego i naturalnego, rozszerzenie aktywności wojewódzkich, powiatowych i gminnych władz samorządowych oraz wzmocnienie roli regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w kształtowaniu i promocji oferty turystycznej. Działania samorządów regionalnych i lokalnych mają być prowadzone w sposób zróżnicowany regionalnie, służący optymalnemu wykorzystaniu istniejących na danym obszarze walorów turystycznych⁴.

2. Partnerstwo zrównoważonej turystyki – metoda, formy i zasady

2.1. Wartości i cele partnerstwa

Partnerstwo obok subsydiarności, kohezji i rozwoju zrównoważonego stało się jedną z podstawowych zasad polityki Unii Europejskiej.

Celem partnerstwa jest znalezienie rozwiązania problemu poprzez wielostronne i innowacyjne podejście z wykorzystaniem różnorodnych doświadczeń wszystkich partnerów.

⁴ *Strategia rozwoju turystyki w latach 2001–2006. Rządowy program wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001–2006*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2002.

Wielostronne oznacza związaną się z partnerami z różnych sektorów, o różnej wielkości i znaczeniu, promieniującą na region i grupy społeczne.

Innowacyjne podejście jest związane z poszukiwaniem nowych form współpracy, które w szerszym układzie instytucjonalnym i społecznym osiągają porozumienie. Innowacyjność jest związana z kulturowymi podstawami ludzi działających na rzecz zrównoważonej turystyki. Muszą być oni przekonani, tak jak Św. Franciszek, że dzięki akceptowanym przez nich wartościom, chcą budować lepszy model życia. Model, w którym poszanowanie przyrody nie musi być wartością religijną, ale wartością, na której temu społeczeństwu bardzo zależy. Przy okazji te drożdże poszanowania przyrody przyczyniają się do poszerzania wpływu społeczeństwa obywatelskiego i wartości dobra wspólnego.

2.2. Formy partnerstwa

- **Działamy lokalnie** – formułujemy program działania na podstawie sytuacji danego obszaru, jego zasobów i siły kapitału społecznego.
- **Działamy oddolnie** – opracowujemy plany działania z udziałem ludzi, którzy będą je realizować (w tym odbiorcy naszych działań); jest to przeciwieństwo koncepcji zakładającej wcielanie w życie pomysłów wypracowanych centralnie i odgórnie.
- **Działamy wspólnie** – tworzymy publiczno-prywatne partnerstwo na szczeblu lokalnym w celu opracowania strategii rozwoju, planu działania i realizacji projektu.
- **Działamy innowacyjnie** – poszukujemy nowych, skuteczniejszych na danym obszarze metod rozwiązywania problemów.
- **Działamy kompleksowo** – łączymy działania z różnych sektorów (np. gospodarki, kultury, ochrony środowiska).
- **Działamy ucząc się od siebie** – tworzymy sieci powiązań i współpracy pomiędzy różnymi podmiotami realizującymi działania na rzecz rozwoju w celu wymiany doświadczeń i wzajemnego uczenia się.
- **Działamy biorąc odpowiedzialność** – ponosimy odpowiedzialność za zarządzanie finansami (w tym zapewnienie współfinansowania) i realizację projektu.
- **Działamy mentalnie** – wpływamy na tworzenie nowej kultury współpracy, upowszechniamy wartości i korzyści ze współpracy.

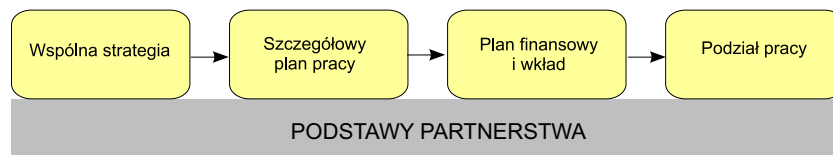
2.3. Zasady partnerstwa

- **Akceptacja wartości i wspólna wizja** – uznanie wartości dobra wspólnego i potrzeby jego osiągania;
- **Wysłuchiwanie, szacunek i zaufanie** – prawdziwe porozumienie unikające pozornego konsensusu; strony partnerstwa nie tracą swojej autonomii i niezależności;
- **Wzajemne zrozumienie** – uwzględnianie umiejętności i możliwości różnych partnerów i podział obowiązków w ramach konkretnych zadań;
- **Realizm** – cele i terminy muszą być możliwe do osiągnięcia;
- **Pragmatyzm** – wymierne i szybko osiągalne rozwiązania jasno zdefiniowanych problemów;
- **Dostosowanie** – metody i zasoby pracy muszą być dostosowane do wymogów konkretnych działań i akceptowane przez wszystkich partnerów;
- **Otwartość i elastyczność** – zróżnicowany skład i nastawienie na otwieranie partnerstwa na innych, co stwarza klimat kreatywności pomysłów i działań;

- **Przejrzystość** – interaktywny obieg informacji umożliwiający pełne uczestnictwo w działaniach i dający podstawy do mentalnych zmian ku dobru wspólnemu;
- **Otwarcie na dyskusję** – otwarte forum uzgodnień nad rolą, funkcją i zadaniami każdego z partnerów w celu wzmocnienia jego poparcia i zaangażowania;
- **Determinacja** – nastawienie na cele uniemożliwiające rozpraszanie działań;
- **Przyjazny i kompetentny lider** – akceptacja silnego, negocjacyjnego i kooperatywnego przywództwa.

Podstawy partnerstwa

Współpraca w ramach partnerstwa jest sformalizowana i opiera się na umowie oraz planie pracy.



Rys. 2. Główne elementy budowania partnerstwa

W mechanizmie partnerstwa największą rolę odgrywa proces tworzenia wspólnej strategii. Duże znaczenie ma to, czy pojawi się akceptowane przez strony nastawienie na wspólne i efektywne zrealizowanie zadań. Największe korzyści z partnerstwa osiąga się wówczas, gdy wytwarza się wspólnota kulturowa oparta na wartościach i celach społeczeństwa obywatelskiego.

Uczestnicy partnerstwa

Uczestniczenie w partnerskich porozumieniach zawiera się w kręgu trzech sektorów:

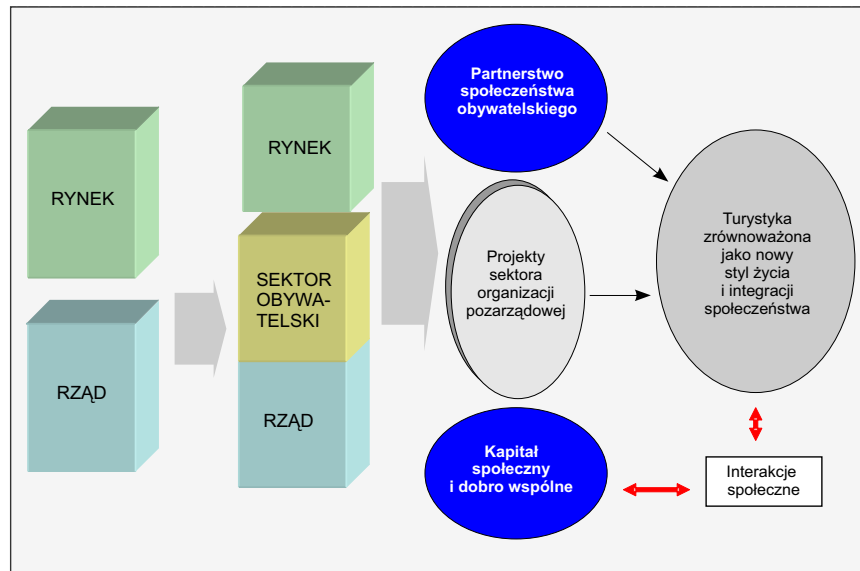
- sektora rynkowego,
- sektora publicznego,
- sektora obywatelskiego.

Dotąd największą grupę stanowili turyści tradycyjnych form. Jednakże wraz z tworzeniem się nowych form spędzania czasu wolnego, turyści o podobnych upodobaniach i wartościach poszukują się, chcą znaleźć satysfakcję ze wspólnego przeżywania wrażeń sportowych, kulturowych czy krajoznawczych. Powodowani są ciekawością świata, wyższą kulturą i dojrzałą świadomością ekologiczną. I tacy turyści tworzą nowe style życia, nowe formy turystycznej eksploracji. Poszukują się, także w sieci wirtualnej, turyści i produkty turystyki zrównoważonej, aby zaspokoić potrzeby nowych form przeżywania kultury i przyrody. Partnerstwo i dobro wspólne stają się siłą, która poprzez turystykę zrównoważoną wpływa na tworzenie się nowej kultury społeczeństw.

Europejska wizja przyszłości (europejskie marzenie) oparta jest na poszerzeniu tradycyjnego, dwusektorowego układu - gospodarki rynkowej i rządu o rosnącą rolę społeczeństwa obywatelskiego⁵. Bliższe zapoznanie się z funkcjonowaniem tego sektora

⁵ J. Rifkin (2005) stawia tezę, że *American dream* przeżył się a zaćmiewa go nowy, europejski trójsektorowy, [w:] J. Rifkin, *Europejskie marzenie*, Warszawa 2004.

ukazuje, że jego znaczenie zależy od dwóch czynników: od logiki mechanizmu finansowania oraz od ugruntowania wartości mentalnych – kultury partnerstwa. Model wykształcania się trójsektorowego układu można w pewnych uproszczeniu przedstawić na następującym schemacie.



Rys. 3. Schemat trójsektorowej ewolucji społeczeństwa obywatelskiego

Ten swoisty darwinizm rynku mogą złagodzić instytucje rządowe i samorządowe. Jednak najczęściej oczekiwania te nie spełniają się, gdyż sektor publiczny nie może uwolnić się od biurokratycznych przywar, które nazywamy etatyzmem.

Dlatego coraz wyraźniej rysuje się perspektywa tego, że właśnie ten wielki sektor społeczeństwa obywatelskiego może być głównym wymiarem europejskiego marzenia.

W przedstawionym schemacie podkreślamy znaczenie sektora społeczeństwa obywatelskiego. Najczęściej jest on identyfikowany z organizacjami pozarządowymi, które rozwiązują wiele problemów funkcjonowania wspólnot lokalnych, a także szerszych grup społecznych. Jednakże sektor ten łączy też ludzi, którzy nie tworzą trwałych struktur, a są spontanicznie zawiązywanym partnerstwem na rzecz jakiegoś interesu społecznego, czy też innego sposobu życia. Tworzą się nieformalne powiązania mające na celu integrację konsumentów dla realizacji konkretnych zainteresowań, czy też właśnie turystyki zrównoważonej. Mamy do czynienia ze swoistym wysypem grup społecznych uprawiających sporty, wędrowki poznawcze, poszukiwanie nowych obszarów kultury i przyrody. I tu docieramy do nowej istoty sprzężenia zwrotnego, jakie daje turystyka zrównoważona – co na schemacie zaznaczyliśmy grubszą strzałką. Oprócz samej turystycznej istoty wartością tej turystyki staje się wytwarzanie interakcji personalnych, które silnie wpływają na budowanie dobra wspólnego i kapitału społecznego. Uruchamia się mechanizm osiągania wyższych korzyści społecznych poprzez etyczne, edukacyjne i psychospołeczne wartości zrównoważonej turystyki. Tworzy się nowa kultura

sprzyjająca wyzbywaniu się egoizmu organizacji, czy grupy osób – kultura budowania i funkcjonowania w zaufaniu do innych, wspólnego akceptowania tych samych wartości, a także uzyskania poczucia zbiorowej tożsamości. Partnerstwo zmierza do stworzenia małej ojczyzny, wyjścia poza komercyjne interesy dla zbiorowego przeżycia poczucia wspólnoty z innymi.