

Beata Meyer

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
Katedra Zarządzania Turystyką
Zakład Gospodarki Turystycznej i Uzdrawiskowej
beata.meyer@wzieu.pl

TURYSTYKA A ŁAD PRZESTRZENNY WZAJEMNE RELACJE

Zarys treści: Relacje pomiędzy turystyką a przestrzenią mają charakter interakcji zakładającej wzajemny charakter oddziaływania. Masowy rozwój turystyki przyczynia się do zintensyfikowania jej oddziaływania na przestrzeń, postrzeganego głównie przez pryzmat zmian degradacyjnych, powodujących zaburzenie ładu przestrzennego. Równoległe wyjątkowo słabo identyfikowane jest znaczenie przestrzeni, a szczególnie ładu przestrzennego jako jednej z determinant rozwoju turystyki. Na płaszczyźnie teoretycznej ta relacja wydaje się oczywista, ale po uwzględnieniu racji praktycznych staje się co najmniej dyskusyjna.

Słowa kluczowe: turystyka, ład przestrzenny, determinanty rozwoju turystyki.

1. WSTĘP

Turystyka jest bezsprzecznie zjawiskiem przestrzennym, a przemieszczanie się turystów w przestrzeni nadal pozostaje jej kluczowym aspektem, co powoduje, że relacje turystyki z przestrzenią są oczywiste. Wymiar tych relacji jest zmienny w czasie, obecnie zaś, gdy turystyka jest postrzegana głównie przez pryzmat swojej masowości, przyczyniającej się do szybkiej ekspansji przestrzennej, ich percepcja skupia się na konsekwencjach rozwoju turystyki dla przestrzeni. Ponieważ turystyka kształtuje przestrzeń we wszystkich jej wymiarach, a przekształcenia są istotne i wyraźnie zauważalne, powoduje to odwrócenie uwagi od drugiej strony relacji związanej z wpływem przestrzeni na turystykę. Relacja ta ma istotne znaczenie, gdyż ład przestrzenny, jako jeden z podstawowych atrybutów przestrzeni organizowanej przez człowieka, często decyduje o jakości przestrzeni (świadcząc o sposobie jej zagospodarowania) oraz o możliwości zaspokajania zróżnicowanych potrzeb człowieka (także turystycznych). Celem opracowania jest identyfikacja wzajemnych relacji pomiędzy turystyką a przestrzenią, ze szczególnym uwzględnieniem znaczenia ładu przestrzennego w rozwoju turystyki.

2. ROZWÓJ TURYSTYKI A ŁAD PRZESTRZENNY

Turystyka jako jedna z najszybciej rozwijających się gałęzi współczesnej gospodarki (ok. 8,8% światowego zatrudnienia i ok. 9,1% światowego PKB) stała się jednym z głównych kreatorów przestrzeni zarówno w wymiarze ilościowym, jak i jakościowym. Stały wzrost liczby osób uczestniczących w wyjazdach turystycznych (ponad 935 mln w 2010 r. i prognozowany 1 mld w 2012 r.) w połączeniu z dywersyfikacją ich potrzeb oraz rosnącymi wymaganiami w stosunku do oferowanych produktów i form obsługi sprawia, że przestrzeń turystyczna (w klasycznym rozumieniu oznaczająca „część przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej, w której zachodzą zjawiska turystyczne” (WARSZYŃSKA, JACKOWSKI 1978)¹, ulega dynamicznym zmianom. Zmiany ilościowe mają w ostatecznym rozrachunku wymiar dodatni, ponieważ proces zanikania przestrzeni turystycznej (mimo wzrostu jego natężenia) pozostaje na razie zdecydowanie w cieniu powstawania nowej i rozszerzania już istniejącej przestrzeni turystycznej. Poszerzanie przestrzeni turystycznej może być rozpatrywane w wymiarze geograficznym, czasowym i percepcyjnym (STASIAK 2011). Rozciąganie przestrzeni turystycznej w wymiarze czasowym czy percepcyjnym nie jest jednak tak łatwo zauważalne jak jej geograficzny przyrost. Najwyraźniej widoczne jest powstawanie nowych frag-

mentów przestrzeni turystycznej na obszarach, które dotychczas nie budziły zainteresowania turystów, a z różnych względów stały się atrakcyjne dla masowego ruchu turystycznego². Coraz częściej następuje celowa kreacja przestrzeni turystycznej, której głównym (i właściwie jedynym) zadaniem jest spełnienie oczekiwań turystów. Jest to zazwyczaj związane z tworzeniem nowych atrakcji turystycznych (lub zwiększaniem atrakcyjności już istniejących) oraz standaryzacją usług (DURYDIWKA, DUDA-GROMADA 2011). Powstaje coraz więcej przestrzeni nowego typu, przeznaczonych specjalnie dla turystów, przybierających charakter turystycznej scenerii czy inscenizacji oraz przestrzeni tematycznych, wykorzystujących specjalistyczne lub niszowe zainteresowania turystów. Standaryzacja usług wymaga najczęściej rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, która ma zapewnić turystom najwyższy komfort (i poczucie bezpieczeństwa/stałości), przy jednoczesnym uniknięciu unifikacji i zachowaniu indywidualnego charakteru obszaru lub obiektu.

Równoległe ze zmianami związanymi ze zwiększaniem zasięgu przestrzeni turystycznej postępują przekształcenia jej struktur wewnętrznych. Ma to szczególne znaczenie w regionach, w których turystyka jest głównym (lub jedynym) sektorem gospodarki, co oznacza podporządkowanie funkcjonowania systemów społeczno-gospodarczych realizacji jej celów rozwojowych. Turystyka staje się wówczas głównym czynnikiem determinującym charakter zagospodarowania przestrzeni i określającym poziom ładu przestrzennego. Ład przestrzenny w szerokim ujęciu łączy wszystkie kategorie ładu (ekologicznego, społecznego, gospodarczego, przestrzennego) oznaczając sposób organizacji przestrzennej i funkcjonowania systemu społeczno-ekonomicznego, który realizuje kryteria racjonalności społecznej i umożliwia prawidłowe działanie systemu oraz utrzymanie odpowiedniego stanu środowiska. Ład przestrzenny rozumiany jest wówczas jako stan uporządkowanej różnorodności form i funkcji, umożliwiający optymalne (racjonalne społecznie i efektywne kosztowo) funkcjonowanie gospodarki i społeczeństwa w przestrzeni, z najmniejszą możliwą liczbą konfliktów pomiędzy różnymi podmiotami oraz brakiem degradacyjnego oddziaływania na środowisko przyrodnicze (MEYER 2008a). Coraz częściej w określeniach ładu przestrzennego uwypukla się znaczenie harmonii przestrzennej bezpośrednio związanej z estetyką obszaru, konstatując że równie istotne jak funkcjonalność i adekwatność do struktury zachowań przestrzennych, są aspekty estetyczne przestrzeni (czytelność przestrzeni, atrakcyjność otoczenia). Przyjmuje się również, że ład przestrzenny oznacza zarówno funkcjonalność, logikę, czytelność i jasność struktury, jak i wysokie walory estetyczne zharmonizowanie z przyrodą, wysoką użyteczność i efektywność prze-

strzeni (KARWIŃSKA 2008). Ze względu na duże tempo zmian w przestrzeni ład przestrzenny w praktyce trudno rozpatrywać jako zjawisko statyczne, oznaczające osiągnięcie optymalnego układu elementów zapewniającego satysfakcjonujące funkcjonowanie wszystkim podmiotom oraz ochronę zasobów środowiskowych. Jest to raczej dynamicznie przebiegający proces mający na celu ciągłe dążenie do osiągnięcia stanu optymalnego, przy stale zmieniających się uwarunkowaniach wewnętrznych oraz zewnętrznych i równoczesnej dbałości o jak największe zbliżenie do układu optymalnego w aktualnych warunkach.

Na obszarach, gdzie dominującą funkcją w przestrzeni pozostaje turystyka, często eliminująca inne rodzaje działalności, staje się ona głównym czynnikiem decydującym o kształcie, strukturze i charakterze zagospodarowania przestrzeni, określając poziom ładu przestrzennego. Podstawowe znaczenie dla kreowania przestrzeni mają sami turyści, bowiem to ich decyzje podejmowane w zakresie miejsca docelowego wyjazdu stają się czynnikiem sprawczym pojawienia się szeroko rozumianej działalności turystycznej w określonej przestrzeni. Dodatkowo wymagania turystów co do obsługi, spędzania czasu wolnego i rodzaju podejmowanych aktywności mają kluczowe znaczenie dla powstającej struktury, zagospodarowania i charakteru przestrzeni turystycznej. Rozwój turystyki, której masowy charakter stale się pogłębia, powoduje kształtowanie przestrzeni w jej wymiarze gospodarczym, społecznym i środowiskowym.

Najłatwiej identyfikowane są zmiany w przestrzeni powstające na płaszczyźnie gospodarczej, gdyż najczęściej oznaczają wzrost zasobności obszaru, przekładający się zarówno na zauważalny rozwój gospodarczy, jak i wzrost poziomu życia mieszkańców. Równocześnie jednak następuje zmiana struktury przestrzeni, będąc najbardziej zauważalnym od strony wizualnej skutkiem kształtowania przestrzeni przez turystykę. Działania związane z kreowaniem produktów turystycznych na określonym obszarze oraz obsługa turystów stają się czynnikiem sprawczym procesów lokalizacyjnych, których konsekwencją jest tworzenie nowych elementów układu przestrzennego poprzez rozbudowę (bądź tworzenie od podstaw) systemu infrastruktury technicznej i społecznej (MEYER 2009a). Wśród procesów lokalizacyjnych przeważają procesy stymulowane, które mają dostosować strukturę przestrzenną obszaru do potrzeb i oczekiwań turystów. W tej kategorii można rozpatrywać rozwój infrastruktury turystycznej obszaru, inwestycje zapewniające dostęp do walorów turystycznych i ich ochronę (z działaniami na rzecz ochrony środowiska włącznie) czy tworzenie nowych atrakcji turystycznych stanowiących element produktu turystycznego obszaru. Równoległe uruchamiane są procesy przestrzenne o charakterze indukcyjnym i adaptacyjnym,

wymuszane przez konieczność dostosowania istniejącego systemu przestrzennego i gospodarczego do nowych warunków funkcjonowania (z dominującym znaczeniem turystyki), co wymaga przeorganizowania dotychczasowych struktur tak, aby możliwe było prawidłowe funkcjonowanie powstającego systemu społeczno-gospodarczego, łączącego istniejące i nowo lokowane elementy. Dotyczy to przede wszystkim dostosowania infrastruktury komunalnej obszaru do wymogów liczby osób, które jednocześnie w okresie sezonu turystycznego muszą z niej korzystać, przy jednoczesnym uwzględnieniu potrzeb stałych mieszkańców (sieć wodno-kanalizacyjna, energetyczna, telekomunikacyjna i in.). W dalszej perspektywie czasowej pojawiają się procesy przestrzenne o charakterze autonomicznym, generowane przez nierównomierny rozkład ruchu turystycznego (a co za tym idzie, infrastruktury). Procesy kontynuowane są odległą w czasie konsekwencją zróżnicowanych działań w przestrzeni podejmowanych doraźnie (np. obejmują szereg działań związanych z decyzjami dotyczącymi przeznaczenia gruntów i ich późniejszych konsekwencji). Kreując nowe formy przestrzenne i przyczyniając się do zmiany (likwidacji bądź przebudowy) elementów już istniejących, działalność turystyczna istotnie determinuje zagospodarowanie przestrzenne regionu podporządkowując je głównie wymaganiom turystów.

W sferze społecznej turystyka wywołuje wiele zjawisk pozytywnych, utożsamianych z aktywizacją zawodową ludności (zmniejszenie bezrobocia, dywersyfikacja zawodowa), podniesieniem poziomu życia czy korzyściami płynącymi z dobrego kontaktu z turystami. Jednakże równie często następuje polaryzacja społeczna ludności związana z poziomem zaangażowania w proces obsługi turystów i wynikających z niego różnic w postawach wobec turystów oraz z priorytetów rozwoju regionu. Niekorzystne oddziaływanie turystyki na środowisko społeczno-kulturowe w regionach recepcji turystycznej dotyczy zarówno negatywnych zmian w środowisku niematerialnym (akulturacja i komercjalizacja kultury miejscowej, zanik autentyczności kultury regionalnej, niszczenie struktur społecznych i rozbijanie wspólnot lokalnych, wzrost postaw konsumpcyjnych, konfliktów i zjawisk patologicznych wśród ludności miejscowej, pogorszenie jakości życia), jak i materialnym (niszczenie antropogenicznych walorów turystycznych, zmiany w architekturze krajobrazu, zanikanie krajobrazu kulturowego, niewydolność urządzeń infrastrukturalnych, szczególnie w czasie sezonu turystycznego).

Na płaszczyźnie ekologicznej można zidentyfikować pozytywne skutki rozwoju turystyki (np. wprowadzanie nowych rozwiązań mających na celu ochronę środowiska przyrodniczego przez obiekty turystyczne), ale jej oddziaływanie negatywne ma zdecydowanie szerszy zasięg i dotyczy wszystkich sfer bu-

dujących środowisko (MEYER 2008b). W hydrosferze turystyka przyczynia się do zaburzenia bilansu wodnego poprzez nadmierny pobór wody, generujący w dalszej konsekwencji emisję ścieków. Ilość wody zużywanej w turystyce jest coraz bardziej zbliżona do ilości wody zużywanej w przemyśle, co wynika z zaspokajania indywidualnych potrzeb turystów i ich obsługi oraz z konieczności utrzymania obiektów bazy towarzyszącej (baseny, pola golfowe czy aquaparki). Zanieczyszczenia atmosfery mają swoje źródło w transporcie turystycznym, w procesach grzewczych oraz działaniu energochłonnych urządzeń turystycznych, takich jak: urządzenia klimatyzacyjne czy infrastruktura narciarska (ZARĘBA 2006). Skutkiem jest przedostawanie się do atmosfery coraz większej ilości szkodliwych związków zarówno na trasie dojazdu do miejsca docelowego podróży turystycznej, jak i w jego obrębie. Konsekwencje obejmują skutki lokalne, w skład których wchodzi nadmierne zanieczyszczenie atmosfery, smog czy kwaśne deszcze oraz efekty globalne. Chociaż słabo identyfikowana, ingerencja w litosferę ma wszechstronny zasięg i bezpośrednio lub pośrednio dotyczy ukształtowania powierzchni, gleb oraz budowy geologicznej, których zmiany powstają najczęściej podczas budowy infrastruktury turystycznej. Często w procesie przystosowania walorów do wykorzystania przez ruch turystyczny następują zmiany w konfiguracji terenu mające ułatwić pokonywanie trasy, zapewnić lepszą ekspozycję walorów przyrodniczych czy też zapewnić maksimum atrakcji turystom. Komponentem środowiska bardzo wrażliwym na działanie sił zewnętrznych jest biosfera reagująca na zmiany zachodzące w pozostałych sferach. Ich zanieczyszczenie i degradacja utrudnia, a w niektórych przypadkach wręcz uniemożliwia, bytowanie większości gatunków. Nierzadko zdarza się też zastępowanie zniszczonego (lub nieatrakcyjnego z punktu widzenia turystów) systemu przyrodniczego nowym, wykorzystującym bardziej odporne i zahartowane gatunki, niekoniecznie związane z miejscowymi warunkami.

Zakres zaprezentowanych w bardzo syntetycznej i ograniczonej formie negatywnych konsekwencji rozwoju turystyki, mających w wielu regionach znaczenie dominujące, wskazuje wyraźnie, że na obszarach, gdzie rozwija się turystyka masowa, jest realizowany najgorszy z praktycznych wzorów gospodarowania przestrzeni³. Turystyka może być tam określona metaforycznie mianem „łupieżcy” kierującego się chęcią maksymalnego wykorzystania istniejących wartości przestrzennych, bez brania pod uwagę dalszej przyszłości. Powstające elementy zagospodarowania przestrzeni są najczęściej wykorzystywane w pełni jedynie w okresie sezonu turystycznego, zaś konsekwencje krajobrazowe i funkcjonalne mają charakter stały i często nieodwracalny. Tego typu gospodarowanie prze-

strzenią opiera się na uzyskiwaniu doraźnych korzyści i ich maksymalizacji, przy nadmiernej eksploatacji zasobów i zaniedbaniach w zakresie ich ochrony, oraz bezładnym lokowaniu elementów w przestrzeni. Jednocześnie następuje całkowite pominięcie dobra wspólnego, jakim jest ład przestrzenny, który z trudem poddaje się kwantyfikacji, ale jego zaburzenie może być nieodwracalne. Degradacja przestrzeni o charakterze materialnym (niszczenie środowiska przyrodniczego, powstanie obszarów o chaotycznej zabudowie czy nadmiernie eksploatowanych) lub społeczno-kulturowym (unieważnianie różnych przestrzeni symbolicznych, utrata statusu przestrzeni, np. „luksusowej”) następuje często w wyniku różnorodnych konfliktów pojawiających się w okresie szybkich przemian. Zaburzenie ładu przestrzennego najczęściej następuje w sytuacji szybkiego i jednostronnego rozwoju obszaru, gdy zagospodarowanie przestrzeni zostaje podporządkowane jednemu sektorowi gospodarczemu (KARWIŃSKA 2008, s. 52). Rozwój turystyki masowej jest współcześnie przyrównywany do rozwoju sektora przemysłowego, gdzie powodem konfliktów przestrzennych są zasoby środowiskowe (o które konkurują nie tylko całe sektory gospodarcze, ale także gałęzie wewnątrz nich), a brak poszanowania dla wartości krajobrazowych czy historycznych w połączeniu z brakiem całościowych koncepcji powoduje chaos przestrzenny. Zaburzenie ładu przestrzennego może stać się przyczyną utraty części (lub nawet większości) wartości, które wzbudziły zainteresowanie turystów oraz zadecydowały o rozwoju turystyki w regionie, a z pewnością stanowi wyraźną barierę w procesie zrównoważonego rozwoju.

W zdecydowanej mniejszości są obszary, gdzie turystyka odgrywa rolę **dobrego gospodarza** przyjmującego w działaniu perspektywę długookresową, akceptującą możliwość gratyfikacji odłożonej w czasie oraz harmonizację własnych korzyści i dobra wspólnego pozwalającą na osiągnięcie celów ładu przestrzennego na tym obszarze. Dotyczy to najczęściej regionów niezwiązanych z turystyką masową, a wykorzystywanych przez niektóre kierunki turystyki alternatywnej lub niszowej.

3. DETERMINANTY ROZWOJU TURYSTYKI A ŁAD PRZESTRZENNY

Relacje turystyki z przestrzenią nie mają charakteru jednostronnego, w którym zaznacza się jedynie pozytywny bądź negatywny wpływ działalności turystycznej na przestrzeń, jej elementy i atrybuty, z których jednym jest ład przestrzenny. Jest to system wzajemnej interakcji, w którym również możliwości rozwoju tu-

rystyki są w dużej mierze uzależnione od zróżnicowanych czynników i uwarunkowań powiązanych pośrednio lub bezpośrednio z przestrzenią. System ten ma charakter relacji przyczynowo-skutkowych, w którym zmiany jednego z elementów powodują reakcję pozostałych, co oznacza, że turystyka przekształcając przestrzeń zmienia równocześnie warunki swojego funkcjonowania, co z kolei zmienia sposób tego funkcjonowania. Jest to proces ciągły, podlegający dynamicznym zmianom w czasie i przestrzeni.

Rozpatrując turystykę w zróżnicowanych kontekstach (przestrzeń turystyczna, ruch turystyczny, produkt turystyczny, gospodarka turystyczna) można przyjąć, że determinanty powodujące rozwój (stymulanty) bądź stanowiące jego barierę (destymulanty) są wspólne, ale zmienna w czasie jest ich ranga i charakter oddziaływania w poszczególnych kontekstach.

W literaturze przedmiotu, mimo zgodności poglądów większości autorów na temat liczby czynników determinujących rozwój turystyki (bardzo dużej i właściwie niemożliwej do wyczerpującego przedstawienia) i ich zmiennego znaczenia w czasie, brakuje ich jednolitej klasyfikacji. Proponowane podziały wyróżniają czynniki ekonomiczne i pozaekonomiczne, subiektywne i obiektywne, popytowe, podażowe i uniwersalne (GAWORECKI 2003). Bardziej kompleksowe klasyfikacje dzielą przesłanki rozwoju turystyki na zewnętrzne, obejmujące uwarunkowania społeczno-demograficzne, gospodarcze, technologiczne, polityczne i przyrodnicze, i wewnętrzne obejmujące czynniki podażowe i popytowe (KUREK, red. 2008).

Porównując znaczenie głównych uwarunkowań kształtujących turystykę w ujęciu historycznym (XIX w.) i współczesnym (XX/XXI w.) można stwierdzić, że istnieje kilka podstawowych, do których można zaliczyć wzrost świadomości i zamożności społeczeństw, rozwój środków transportu, wzrost ilości czasu wolnego oraz funkcjonowanie pomiotów zajmujących się obsługą ruchu turystycznego (MEYER 2009b). Ich znaczenie dla rozwoju turystyki zmienia się w czasie, a współcześnie zostały uzupełnione przez uwarunkowania wynikające ze zmieniającego się charakteru samej turystyki. W ujęciu historycznym zmiany w świadomości społecznej spowodowały zdecydowany wzrost znaczenia wypoczynku jako formy spędzania wolnego czasu (koniecznej dla prawidłowego funkcjonowania człowieka) oraz zapoczątkowały postrzeganie wyjazdów turystycznych jako pewnej określonej wartości, na którą warto przeznaczyć czas i posiadane środki ekonomiczne. Dalsze zmiany w świadomości wynikały ze wzrastającego poziomu wykształcenia, przyczyniając się do zwiększenia ciekawości świata i motywując do podejmowania podróży o charakterze poznawczym, wzbogacających wiedzę i podnoszących poziom kulturalny człowieka. Poziom dochodów (wbrew społecznym odczuciom) stale roś-

nie i w państwach wysokorozwiniętych (a częściowo również w rozwijających się) nie jest już wyraźną barierą oddzielającą tę część społeczności, której dochody umożliwiają korzystanie z podróży turystycznych od tej, która nie może sobie na nie pozwolić. Zróżnicowanie cen i standardu usług proponowane przez organizatorów turystyki (oraz polityka socjalna państw) umożliwiają uczestnictwo w turystyce większości tych, którzy zgłaszają takie potrzeby. W początkowych etapach rozwoju turystyki wzrost ilości czasu wolnego wynikał z uregulowań prawnych, obligujących pracodawców do skrócenia dnia pracy i zmniejszenia liczby dni pracy w tygodniu, czego przyczyną było zauważenie związku pomiędzy stanem fizycznym i psychicznym pracownika, a jego wydajnością, zaangażowaniem i chęcią do pracy. Dzisiejszy wzrost ilości czasu wolnego, jak i ilość czasu przeznaczanego na wypoczynek i turystykę wynika w dużej mierze z kształtującego się modelu stylu życia, promującego wysoki poziom aktywności zawodowej, połączonej z równie aktywnym wypoczynkiem zarówno w ciągu tygodnia, jak i w okresach wakacyjnych. Postęp techniczno-technologiczny w transporcie sprawił, że środki transportu są już nie tylko sposobem na pokonanie odległości (co było ich głównym zadaniem w ujęciu historycznym), koniecznym do osiągnięcia celu podróży, ale same stają się atrakcją turystyczną (rejsy statkami lub promami, historyczne elementy infrastruktury i taboru transportowego). Rozrasta się i zmienia także pozostała infrastruktura wykorzystywana przez turystykę: rośnie jej zagęszczenie, różnorodność, zmieniają się formy przestrzenne, a nowe elementy mają na celu przyciągnięcie jak największej liczby turystów oraz jak najpełniejsze zaspokojenie ich potrzeb. Często zdarza się, że umożliwiają wykorzystanie niedostępnych wcześniej walorów turystycznych. Powstanie biur podróży w XIX w. pozwoliło na uczestniczenie w wyjazdach turystycznych osobom niepotrafiącym samodzielnie zorganizować wyjazd (których była przeważająca większość), a współcześnie stale rosnąca liczba jednostek obsługujących ruch turystyczny, w połączeniu z silną konkurencją powoduje wzrost podaży, zróżnicowania i jakości usług turystycznych oraz różnicowanie cen.

Nowe czynniki, których znaczenia dla rozwoju współczesnej turystyki nie można pominąć, to: polityka państw, korzyści ekonomiczne generowane przez turystykę, postępujący wzrost liczby ludności miejskiej, dostęp do informacji, ułatwienia w obrocie pieniężnym czy globalizacja⁴. Polityka państw w szerokim rozumieniu oddziałuje na stronę popytową i podażową turystyki. Polityka prowadząca do zapewnienia stabilnej sytuacji politycznej na świecie, zanikania barier politycznych i zwiększenia bezpieczeństwa międzynarodowego⁵ przyczynia się do zwiększenia popytu na usługi turystyczne. Polityka turystyczna

mająca na celu stwarzanie dogodnych warunków do funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych (ulgi podatkowe, kredyty preferencyjne), a co za tym idzie gospodarki turystycznej, zwiększa możliwości rozwoju strony podażowej turystyki. Turystyka dla wielu regionów i krajów stała się podstawowym czynnikiem, który umożliwił ich rozwój i pozwala na coraz lepsze funkcjonowanie (patrząc od strony ekonomicznej). Równocześnie stale powiększa się liczba osób mieszkających w miastach, w warunkach coraz bardziej zdegradowanego środowiska przyrodniczego i niezbyt przyjaznego środowiska antropogenicznego, co rodzi potrzebę spędzania czasu w innej, bardziej interesującej i przyjaznej przestrzeni, sprzyjając powstawaniu potrzeb i motywacji o charakterze turystycznym. Ich zaspokojenie ułatwia postęp technologiczny w zakresie przekazywania informacji oraz upowszechnienie mediów, co ułatwia zdobywanie informacji, przyczynia się także do upowszechnienia turystyki oraz zwiększa dostępność usług i regionów turystycznych. Nie można pominąć także takich uwarunkowań, jak postępująca globalizacja, której konsekwencją są daleko posunięte ułatwienia w przemieszczaniu się czy unifikacja potrzeb turystycznych oraz ułatwienia w obrocie pieniężnym, które zdecydowanie upraszczają płatności podczas podróży turystycznych, a także są jedną z przyczyn sprawczych wzrastających wydatków turystów.

Przyjmując, że kluczowe znaczenie w rozwoju współczesnej turystyki ma proces kreowania i promocji produktów turystycznych⁶, można wskazać, które z determinant mają w nim znaczenie najistotniejsze. W procesie tworzenia produktów turystycznych, bez względu na rodzaj podmiotu, który się tym zajmuje (przedsiębiorstwo czy obszar), można wyróżnić determinanty wewnętrzne związane bezpośrednio z podmiotem oraz determinanty zewnętrzne obejmujące grupę uwarunkowań ogólnych tworzących otoczenie, w którym działają podmioty, oraz grupę czynników swoistych związanych z czynnikami bezpośrednio wpływającymi na powstające produkty turystyczne (MEYER 2010).

Determinanty wewnętrzne są bezpośrednio związane z zasobami podmiotu kreującego produkt turystyczny oraz z zasadami jego funkcjonowania na rynku wymuszającymi działania mające na celu utrzymanie lub podniesienie pozycji konkurencyjnej na rynku. W przypadku przedsiębiorstw turystycznych ich zasoby to posiadany majątek trwały i obrotowy, potencjał ludzki oraz organizacja wewnętrzna (GOŁEMBSKI, red. 2002). W przypadku obszarów turystycznych można przyjąć, że ich zasoby są zbieżne z wybranymi elementami potencjału turystycznego, rozumianego jako wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania turystyki lub zajmowania się

turystyką (KACZMAREK, STASIAK, WŁODARCZYK 2002). Zasoby strukturalne bezpośrednio odnoszą się do istniejących w regionie elementów, takich jak: walory i atrakcje turystyczne, zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna oraz pozostałe czynniki mogące sprzyjać rozwojowi turystyki (np. wolne tereny pod inwestycje turystyczne). Spośród zasobów funkcjonalnych obejmujących elementy związane bezpośrednio z danym obszarem, jak i zewnętrzne w stosunku do niego, do czynników wpływających na proces kształtowania produktu turystycznego, można zaliczyć te pierwsze. Spośród nich najistotniejsze znaczenie mają czynniki ekonomiczne o charakterze lokalnym (np. ułatwienia stwarzane dla przedsiębiorców turystycznych w regionie), czynniki demograficzne wynikające z cech społeczności lokalnej (wolne zasoby siły roboczej, struktury demograficzne, aktywność w zakresie podejmowania działalności o charakterze turystycznym), uwarunkowania polityczne i organizacyjne (obejmujące działania podejmowane przez władze samorządowe i organizacje różnego typu na rzecz rozwoju produktu turystycznego). Za zasób obszaru można także uznać poziom procesu kooperacji, czyli jednoczesnej współpracy i konkurencji podmiotów kreujących obszarowy produkt turystyczny. Podmioty te powinny bowiem współpracować w celu wykreowania atrakcyjnego produktu turystycznego obszaru (i jego prawidłowego wykorzystania), a jednocześnie konkurować pomiędzy sobą o turystę, który już podjął decyzję o przyjeździe do danego regionu. Dominującą formą relacji pomiędzy podmiotami powinna być współpraca, gdyż tylko na jej podstawie jest możliwe powstanie atrakcyjnego produktu turystycznego i długofalowe korzystanie z jego atutów (MEYER 2006).

Determinanty wewnętrzne oddziałują na proces kreowania produktów turystycznych wspólnie z grupą determinant zewnętrznych, wśród których można wyróżnić uwarunkowania swoiste i ogólne. Determinanty swoiste obejmują podmioty mające bezpośredni wpływ na proces kreowania produktów turystycznych, czyli turystów (ich liczba, struktura, nowe trendy w zachowaniach itp.) oraz usługodawców (tworzących elementy produktów turystycznych). Determinanty ogólne kształtują otoczenie, w którym funkcjonują podmioty kreujące produkty turystyczne, obejmując uwarunkowania: demograficzne (związane z sytuacją ludnościową, w tym liczbą ludności, strukturami biologicznymi i ekonomicznymi, wielkością gospodarstwa domowego, miejscem zamieszkania, i in.), społeczno-ekonomiczne (związane z poziomem rozwoju gospodarczego i wskaźnikami takimi jak: dochód narodowy, struktura dochodowa społeczeństwa, płace realne, stopa bezrobocia, bilans płatniczy), prawno-organizacyjne (obejmują regulacje prawne dotyczące sektora turystycznego i pokrewnych), polityczne

(polityka turystyczna) oraz pozostałe (proces globalizacji, sytuacja polityczna i środowiskowa na świecie i w Polsce, postępująca urbanizacja i in.). Nadrzędną determinantą pozostają zasady zrównoważonego rozwoju, których respektowanie we współczesnym świecie jest koniecznością dla wszystkich sektorów gospodarczych, a w turystyce ma znaczenie szczególne

Rozpatrując determinanty rozwoju turystyki na różnych płaszczyznach i poziomach nie można dostrzec wśród nich ładu przestrzennego, który wydaje się być nieodłącznym elementem satysfakcjonującego wypoczynku. Jego zróżnicowane aspekty związane np. z jakością przyrodniczych walorów turystycznych, poziomem i charakterem zagospodarowania przestrzennego czy koniecznością realizacji zasad zrównoważonego rozwoju, mają określone znaczenie dla rozwoju turystyki, ale ład przestrzenny rozpatrywany kompleksowo nie jest postrzegany jako determinanta rozwoju turystyki (lub czyni się to bardzo rzadko). W procesie wzajemnej interakcji zdecydowaną przewagę ma relacja turystyka → przestrzeń, której konsekwencje są wyraźnie identyfikowane w przestrzeni (zaburzenie ładu przestrzennego), stając się rzadko uświadamianą determinantą relacji przestrzeń → turystyka.

4. NOWE TRENDY WE WSPÓŁCZESNEJ TURYSTYCE A ŁAD PRZESTRZENNY

W obliczu szybkiego i w pewnym sensie żywiołowego rozwoju turystyki w ostatniej dekadzie identyfikacja nowych trendów we współczesnej turystyce często jest częściowa lub intuicyjna, a w dużej mierze także doraźna. W zależności od charakteru prowadzonych badań pojawiają się zestawienia trendów dotyczące różnych aspektów turystyki, czasami tylko kompleksowe. W większości zestawień można znaleźć wspólne elementy obejmujące powszechnie zauważalne trendy, takie jak: (WINIARSKI, ZDEBSKI 2008, KUREK, red. 2008, PANASIUK, red. 2011, MEYER, red. 2006):

1. Trendy związane z popytą turystyczną:

- zastępowanie (a raczej uzupełnianie, gdyż nie wydaje się, aby produkt turystyki wypoczynkowej miał ulec całkowitej marginalizacji) typowego produktu turystycznego 3 x S (*sun, sea, sand*) przez 3 x E (*entertainment, excitement, education*), czego skutkiem jest zarówno powiększanie przestrzeni turystycznej, jak i tworzenie nowych atrakcji turystycznych (np. parki tematyczne, kompleksy wypoczynkowe o specjalistycznych, rozbudowanych funkcjach programowych) przejmujących coraz większą część ruchu turystycznego;

- pogłębiająca się dywersyfikacja potrzeb turystów, która oznacza postępujące różnicowanie potrzeb zgłaszanych w związku z wyjazdem turystycznym

wymagających coraz większego różnicowania produktów turystycznych, gdyż równie szybko będzie rosła liczba turystów żądających coraz wyższego komfortu (rozwój turystyki biznesowej, motywacyjnej), jak i osób chcących przeżyć niepowtarzalne sytuacje i poznać nieznaną im kulturę (turystyka niszowa, ekstremalna).

2. Trendy związane z popytem turystycznym (zmiany dokonujące się w sferze potrzeb, preferencji i motywacji wyjazdów wśród turystów):

- stały wzrost liczby turystów, częściowo wynikający z rozszerzania tzw. „demokracji wypoczynkowej” oznaczającej uczestnictwo w wyjazdach turystycznych grup społecznych, które wcześniej (z różnych przyczyn: zdrowotnych, technologicznych, psychologicznych) nie brały w nich udziału (osoby starsze, rodziny z bardzo małymi dziećmi, osoby niepełnosprawne);

- wzrost liczby wyjazdów, przy skróceniu czasu ich trwania oraz wzroście zapotrzebowania na obsługę i jej jakość (nawet przy niezmiennym liczbie turystów) oraz bezpieczeństwo;

- zwiększający się wpływ mediów kreujących modę (często sezonowo zmienną) na określone typy aktywności, regiony docelowe wyjazdów czy rodzaj imprez (np. *all inclusive*, czy 7+7);

- zmiany w preferowanym stylu życia, które promują zdrowy i proekologiczny styl życia, co powoduje zmiany w sposobie spędzania czasu wolnego (aktywne spędzanie czasu, zamiast biernego wypoczynku) oraz zwiększenie oczekiwań w zakresie jakości środowiska w regionie recepcji.

3. Trendy o charakterze uniwersalnym:

- globalizacja przyczyniająca się do homogenizacji turystyki, której efektem może być przyspieszenie rozwoju turystyki, ale także jej standaryzacja i unifikacja;

- zrównoważony rozwój, którego implementacja w praktyce jest dość problematyczna, ale dobrze opracowane zasady są niezbędnym składnikiem większości dokumentów określających kierunki rozwoju turystyki;

- postępująca informatyzacja i wprowadzanie nowoczesnych technologii w turystyce stające się coraz ważniejszym elementem w obsłudze ruchu turystycznego;

- wzrost konkurencji na rynku (na każdym poziomie: lokalnym, regionalnym, globalnym);

- silne uzależnienie destynacji turystycznych od aktualnej sytuacji polityczno-gospodarczej (zamachy terrorystyczne, konflikty zbrojne) i środowiskowej (katastrofy naturalne, zmiany klimatyczne, stan środowiska przyrodniczego) na świecie.

Wśród wielu nowych trendów identyfikowanych we współczesnej turystyce nie widać istotnych przesłanek, które mogłyby wskazywać na zwiększenie

znaczenia ładu przestrzennego jako determinanty rozwojowej turystyki. Można jednak założyć, że trendy związane z realizacją zasad zrównoważonego rozwoju (którego podstawowym atrybutem pozostaje ład przestrzenny) oraz zmiany w preferowanym stylu życia (proekologiczne nastawienie turystów skierowane na wysoką jakość środowiska odwiedzanych obszarów) mogą stymulować zmiany postaw – wśród odpowiedzialnych za kreowanie produktów turystycznych i ich konsumentów – w kierunku dostrzeżenia i docenienia znaczenia harmonii przestrzennej otoczenia (tożsamej z ładem przestrzennym) dla jego atrakcyjności turystycznej. Mogłoby to stać się katalizatorem działań zmierzających do kompleksowego respektowania porządku przestrzennego i promujących atrakcyjność ładu przestrzennego jako otoczenia, w którym realizowanie wszelkich aktywności człowieka, a szczególnie turystycznej, jest zdecydowanie bardziej efektywne.

5. PODSUMOWANIE

Podsumowanie przedstawionych rozważań jest bardziej przyczynkiem do dyskusji niż sformulowaniem konkretnych wniosków. Konkluzja wydaje się jednoznaczna – kompleksowo rozumiany ład przestrzenny nie jest postrzegany jako determinanta rozwoju turystyki, mimo że niektóre jego atrybuty istotnie określają atrakcyjność turystyczną obszarów. Równocześnie relacja odwrotna ma silnie zaznaczające się konsekwencje, przeważnie negatywne. Wydawać by się mogło, że ład przestrzenny, szczególnie w wymiarze estetyczno-krajobrazowym powinien być ważną determinantą wyborów dokonywanych przez turystów, na korzyść obszarów o czytelnej i klarownej organizacji przestrzeni. Czy jednak na pewno? Czy nie jest to tylko nieuprawniona wizja oparta na założeniu, że układy, w których respektowane są zasady ładu przestrzennego są też zwykle bardziej atrakcyjne i funkcjonalne od pozostałych? Wysoki indywidualizm i subiektywizm w postrzeganiu przestrzeni nie pozwala na dokonanie obiektywnej i kompleksowej jej oceny, zwłaszcza w zakresie osiągniętego poziomu ładu przestrzennego. Wybory dokonywane od lat przez turystów masowych (determinowane najczęściej ceną, modą i opinią znajomych/rodziny), wyjeżdżających zazwyczaj w miejsca chaotycznie zagospodarowane, o przekroczonej chłonności i pojemności turystycznej, często wizualnie nieatrakcyjne, i z tych podróży zadowolonych, wyraźnie wskazują, że trend ten stale się pogłębia. Zmniejsza to zdecydowanie motywację kreatorów produktów turystycznych do podejmowania działań zmierzających w kierunku zapewnienia ładu przestrzennego regionu. Kluczowe wydaje się nadanie

wartości ładowi przestrzennemu w świadomości zarówno kreatorów i zarządzających produktami turystycznymi, jak i turystów. Przyjęcie, że pewne kanony ładu ulegają przekształceniom w czasie, ale sama istota pozostaje niezmienna i jest określoną wartością wzbogacającą (a w wielu przypadkach umożliwiającą), satysfakcjonujący wypoczynek może stać się podstawą do umieszczenia ładu przestrzennego wśród determinant rozwoju turystyki. Jednakże w społeczeństwie, które w ponad 80% (2010, CBOS, Komunikat z Badań, BS/134/2010) pozytywnie ocenia ład przestrzenny w miejscu swojego stałego zamieszkania, co przy znajomości realiów zagospodarowania polskiej przestrzeni może oznaczać niską wrażliwość respondentów na ten aspekt otoczenia, może okazać się trudne do zrealizowania.

PRZYPISY

¹ W ujęciu kompleksowym to „funkcjonalnie wyróżniająca się część (podprzestrzeń) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie *largo*, tzn. jako podprzestrzeń, na którą składają się elementy przyrodniczej powłoki Ziemi (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku (środowisko gospodarcze), a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym” (LISZEWSKI 1995), a w nowym ujęciu jest to ta część przestrzeni geograficznej, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego (WŁODARCZYK 2009).

² Poza rozszerzeniem przestrzeni w sensie technicznym (z punktu widzenia obszaru), można również mówić o jej rozszerzeniu w sensie społecznym (z punktu widzenia turysty), gdy jest to przestrzeń odkrywana przez danego turystę po raz pierwszy (LISZEWSKI 2006).

³ Wydziela się trzy główne wzorce, nazwane w sposób metaforyczny: łupieżca, dobry gospodarz, aktualny administrator (KARWIŃSKA 2008).

⁴ Interesującą koncepcję czynników determinujących współczesną turystykę przedstawili NIEZGODA i ZMYŚLONY (2003), wyróżniając: przesłanki cywilizacyjne, urbanizację, mobilność, czas wolny, siłę nabywczą ludności oraz środowisko.

⁵ Szczególnie po wydarzeniach z 11 września 2001 r., które diametralnie zmieniły priorytety w turystyce, a szczególnie w podróżach międzynarodowych.

⁶ Założenie takie wynika z ukierunkowania turystyki masowej na korzystanie z gotowych produktów oraz faktu, że wzrastająca liczba turystów jest zarówno przyczyną, jak i konsekwencją rosnącej liczby i różnicowania produktów turystycznych.

BIBLIOGRAFIA

- DURYDIWKA M., DUDA-GROMADA K., 2011, *Między autentycznością a kreacją – tendencje i przyczyny zmian w przestrzeni turystycznej*, [w:] *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 39–53.
- GAWOŃCZYK W., 2003, *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- GOŁEMBSKI G. (red.), 2002, *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- KACZMAREK J., STASIAK A., WŁODARCZYK B., 2002, *Produkt turystyczny, albo jak organizować poznawanie świata*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- KARWIŃSKA A., 2008, *Gospodarka przestrzenna. Uwarunkowania społeczno-kulturowe*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 38–56.
- KUREK W. (red.), 2008, *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 75–86.
- LISZEWSKI S., 1995, *Przestrzeń turystyczna*, „Turizm”, t. 5, z. 2.
- LISZEWSKI S., 2006, *Nowe przestrzenie turystyczne i rekreacyjne w Polsce i ich rola w rozwoju kraju i regionu*, [w:] *Turystyka w ujęciu przedmiotowym i przestrzennym – człowiek, przestrzeń, przedsiębiorstwo*, G. Gołembski (red.), Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 113–126.
- MEYER B. (red.), 2006, *Obsługa ruchu turystycznego*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- MEYER B., 2006, *Regionalny produkt turystyczny jako efekt relacji pomiędzy grupami interesu*, [w:] *Gospodarka turystyczna a grupy interesu*, S. Wodejko (red.), SGH, Warszawa, s. 337–347.
- MEYER B., 2008a, *Kształtowanie układów przestrzenno-funkcyjnych przez turystykę*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- MEYER B., 2008b, *Ład przestrzenny jako rezultat i determinanta rozwoju turystyki*, [w:] *Zrównoważony rozwój turystyki*, S. Wodejko (red.), SGH, Warszawa, s. 59–71.
- MEYER B., 2009a, *Kształtowanie przestrzeni przez turystykę*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, nr 12, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, s. 193–205.
- MEYER B., 2009b, *Historyczne i współczesne czynniki determinujące rozwój turystyki*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 11, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 521, s. 205–219.
- MEYER B., 2010, *Nowe trendy w kreowaniu produktów turystycznych*, „Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia”, nr 9 (4), s. 313–323.
- NIEZGODA A., ZMYŚLONY P., 2003, *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, s. 116–129.
- PANASIUK A. (red.), 2011, *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa, s. 168–169.
- STASIAK A., 2011, *Współczesna przestrzeń turystyczna*, [w:] *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 39–53.
- WARSZYŃSKA J., JACKOWSKI A., 1978, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- WINIARSKI R., ZDEBSKI J., 2008, *Psychologia turystyki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- WŁODARCZYK B., 2009, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- ZARĘBA D., 2006, *Ekoturystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.