

## SPIS TREŚCI

Wstęp .....	11
-------------	----

### CZĘŚĆ I

#### ROLA SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W ROZWOJU TURYSTYKI W REGIONIE

<b>Aleksander Panasiuk:</b> Instrumenty polityki turystycznej w regionie .....	15
<b>Stefan Bosiacki:</b> Refleksje nad regionalnymi badaniami rynku usług turystycznych.....	24
<b>Ewa Dziedzic:</b> Zmiany w sprawozdawczości statystycznej a potrzeby informacyjne regionów .....	34
<b>Wiesław Alejziak:</b> Współczesne koncepcje i wybrane modele polityki turystycznej .....	43
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Aktywność gmin jako podstawowy czynnik realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej .....	54
<b>Adam Edward Szczepanowski:</b> Współpraca samorządów oraz innych podmiotów w tworzeniu i wdrażaniu produktów turystycznych w wybranych regionach Polski .....	63
<b>Anna Przybylska:</b> Aktywizacja rozwoju turystyki w gminach dolnego odcinka doliny Obry .....	72
<b>Joanna Śniadek, Alina Zajadacz:</b> Współpraca przedsiębiorstw turystycznych z samorządem terytorialnym jako czynnik rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim .....	79
<b>Dawid Milewski:</b> Kooperacja w branży turystycznej na przykładzie województwa zachodniopomorskiego .....	88
<b>Bożena Węcka:</b> Dysproporcje w zagospodarowaniu turystycznym polskiej i czeskiej części euroregionu Pradziad .....	95
<b>Tomasz Studzieniecki:</b> Rozwój turystyki w regionie w aspekcie współpracy międzynarodowej samorządu terytorialnego .....	105
<b>Tomasz Studzieniecki, Teresa Suchodolska:</b> Rola projektów finansowanych z inicjatywy wspólnotowej INTERREG w rozwoju turystyki w województwie pomorskim .....	112
<b>Danuta Sławska:</b> Ruch turystyczny a rozwój bazy noclegowej i towarzyszącej na Kubie .....	121

<b>Tomasz Taraszkiewicz:</b> Partnerstwo publiczno-prywatne w obsłudze ruchu turystycznego w Hongkongu .....	129
--	-----

## CZĘŚĆ II

### PROBLEMY FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH NA RYNKU

<b>Jadwiga Berbeka:</b> Zachowania konsumentów indywidualnych jako podstawa strategii działania przedsiębiorstw turystycznych .....	141
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Rola i znaczenie klienta w kształtowaniu jakości usług hotelarskich .....	148
<b>Adam R. Szromek:</b> Potencjał kadry kierowniczej polskich zakładów lecznictwa uzdrowiskowego .....	158
<b>Anna Tokarz:</b> Kwalifikacje zasobów ludzkich a wynagrodzenia w przedsiębiorstwach turystycznych w Polsce w świetle badań internetowych .....	168
<b>Marlena Formella:</b> Wielkość i struktura rynku biur podróży działających w Trójmieście .....	174
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Uzdrowiska w obliczu procesów globalizacyjnych w turystyce .....	187
<b>Mirosław Januszewski:</b> Czynniki determinujące decyzje inwestycyjne w turystyce – ujęcie modelowe .....	195
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> Źródła finansowania aktywności turystycznej na obszarach wiejskich .....	203
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Turystyka jako pozarolnicza forma przedsiębiorczości na wsi w świetle badań empirycznych .....	212

## CZĘŚĆ III

### WYKORZYSTANIE MARKETINGU W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH I KSZTAŁTOWANIU KONKURENCYJNOŚCI OBSZARU RECEPCJI

<b>Maja Jedlińska:</b> Współpraca w zakresie tworzenia sieciowych produktów turystycznych w regionie .....	227
<b>Katarzyna Majchrzak:</b> Promocja produktu turystycznego „Szlak kościołów drewnianych wokół Puszczy Zielonka” na tle tendencji w turystyce europejskiej .....	234
<b>Leszek Jerzak, Paweł Czechowski:</b> Rozwój turystyki przyrodniczej na przykładzie bocianiey wioski Kłopot .....	241
<b>Agata Niemczyk, Renata Seweryn:</b> Promocja szeptana jako realne i potencjalne źródło informacji o obszarze recepcji turystycznej (na przykładzie Krakowa) .....	246

<b>Piotr Zawadzki:</b> Znaczenie turystyki industrialnej dla rozwoju oferty turystycznej na przykładzie gminy Polkowice .....	253
<b>Grzegorz K. Janicki:</b> Centra rekreacyjno-sportowe w dolinie rzeki Utraty – zaangażowanie samorządów lokalnych .....	261
<b>Maciej Dębski:</b> Marka regionu turystycznego jako źródło przewagi konkurencyjnej destynacji turystycznych .....	269
<b>Michał Żemła:</b> Nowe zastosowania marki jako narzędzia w marketingu produktu obszarów recepcji turystycznej .....	280
<b>Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak:</b> Kreowanie wizerunku obszaru turystycznego na przykładzie Gdańska .....	287
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> Cykl życia wizerunku obszaru recepcji turystycznej jako narzędzie budowania jego konkurencyjności .....	294
<b>Marcin Molenda:</b> <i>Employer branding</i> jako nowe narzędzie budowania wizerunku przedsiębiorstw .....	304
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Istota oraz możliwości zastosowania aromarketingu na rynku turystycznym .....	311

## Summaries

### PART 1

#### ROLE OF LOCAL GOVERNMENT AND TOURIST ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN A REGION

<b>Aleksander Panasiuk:</b> Instruments of tourist policy in region .....	23
<b>Stefan Bosiacki:</b> Reflections on regional research of tourist services market .	33
<b>Ewa Dziedzic:</b> Changes in public statistics and information needs of regions	42
<b>Wiesław Alejziak:</b> Contemporary concepts and selected models of tourist policy .....	52
<b>Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen:</b> Activities of communes as the basic factor for the implementation of sustainable tourism concept .....	62
<b>Adam Edward Szczepanowski:</b> Self-governments and another entities' cooperation in creation and implementation of tourist products in selected regions of Poland .....	71
<b>Anna Przybylska:</b> The stimulation of tourism development in communities in the lower Obra valley region .....	78
<b>Joanna Śniadek, Alina Zajadacz:</b> Cooperation between local tourist sector and local government as a factor conducive to the development of tourism in the Leszno region .....	87
<b>Dawid Milewski:</b> Cooperation in tourist industry on the example of West Pomerania .....	94

<b>Bożena Węcka:</b> Disproportions in tourism development of Polish and Czech part of Pradziad Euroregion .....	103
<b>Tomasz Studzieniecki:</b> The development of tourism in the region in the aspect of international cooperation of territorial self-government .....	111
<b>Tomasz Studzieniecki, Teresa Suchodolska:</b> The role of projects financed from European Community initiative INTERREG III in the development of tourism in Pomorskie voivodeship .....	120
<b>Danuta Sławska:</b> Tourist traffic vs. the development of accommodation and supporting facilities in Cuba .....	128
<b>Tomasz Taraszkiewicz:</b> Public-private partnership in tourist traffic service in Hong Kong .....	136

## PART 2

### PROBLEMS OF TOURIST ENTERPRISES FUNCTIONING ON THE MARKET

<b>Jadwiga Berbeka:</b> Consumer behaviour as a basis of tourist enterprises strategies .....	147
<b>Aleksandra Grobelna:</b> Role and significance of a customer in creating the quality of hotel services .....	157
<b>Adam R. Szromek:</b> Capacity of managers of Polish health resorts .....	167
<b>Anna Tokarz:</b> Human resources qualifications and their remuneration in tourism enterprises in Poland in a view of internet research .....	173
<b>Marlena Formella:</b> Size and structure of travel agency market operating in tri city .....	185
<b>Małgorzata Januszewska:</b> Health resorts in view of globalization processes in tourism .....	194
<b>Mirosław Januszewski:</b> Factors determining investment decisions in tourism – model presentation .....	202
<b>Renata Przeorek-Smyka:</b> Chosen sources of financing of tourist activity in rural areas .....	211
<b>Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska:</b> Tourism as a non-agricultural rural entrepreneurship in the light of empirical study .....	223

## PART 3

### USE OF MARKETING IN THE TOURIST ACTIVITY OF ENTERPRISES AND IN THE CREATION OF COMPETITIVENESS OF RECEPTION AREA

<b>Maja Jedlińska:</b> Cooperation in establishing tourism network products in a region .....	233
---	-----

<b>Katarzyna Majchrzak:</b> Promotion of tourist product: “Wooden churches route around Zielonka forest” compared with tendencies in european tourism .....	240
<b>Leszek Jerzak, Pawel Czechowski:</b> Development of the eco-touristic – case from storks’ village in Kłopot .....	245
<b>Agata Niemczyk, Renata Seweryn:</b> Word-of-mouth promotion as a real and potential source of information about the tourist reception area (on the example of Cracow) .....	252
<b>Piotr Zawadzki:</b> The significance of industrial tourism for the development of tourist offer based on the example of Polkowice commune .....	260
<b>Grzegorz K. Janicki:</b> Recreation and sport centers over the Utrata river. The role of local authorities .....	268
<b>Maciej Dębski:</b> Strong brand of tourist region as a source of competitive advantage of tourist destination .....	279
<b>Michał Żemła:</b> New application of branding as a destinations’ marketing tool .....	286
<b>Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak:</b> Creating the image of city brand on the example of Gdansk .....	293
<b>Elżbieta Nawrocka:</b> The image life cycle of tourism reception area as a tool for constructing its competitiveness .....	303
<b>Marcin Molenda:</b> Employer branding as a new tool for creating of market enterprises image .....	310
<b>Izabela Michalska-Dudek:</b> Importance and possibilities of scent marketing application on travel market .....	320

**Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen**  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

## **AKTYWNOŚĆ GMIN JAKO PODSTAWOWY CZYNNIK REALIZACJI KONCEPCJI TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ**

### **1. Wstęp**

Turystykę i środowisko przyrodnicze łączą dwustronne związki o szczególnej sile. Koniecznym warunkiem rozwoju turystyki jest występowanie określonych zasobów środowiska przyrodniczego i kulturowego. Dla prawidłowego funkcjonowania gospodarki turystycznej ważny jest nie tylko fakt samego istnienia tych zasobów, ale również ich stan jakościowy. Z jednej strony turystyka zgłasza zapotrzebowanie na czyste, nieskażone środowisko przyrodnicze oraz dobrze zachowane i utrzymane elementy dziedzictwa kulturowego, z drugiej, wykorzystując te zasoby, turystyka staje się przyczyną występowania negatywnych zmian prowadzących nawet do ich degradacji i obniżenia jakości<sup>1</sup>. Uznaje się powszechnie, że turystyka może stać się nawet ofiarą własnego sukcesu<sup>2</sup> i rozsadzić jego fundament. Może do tego dojść, jeśli jej rozwój nie będzie właściwie planowany, a podmioty rynkowe będą za wszelką cenę dążyły do maksymalizacji korzyści ekonomicznych w krótkim okresie. Coraz częściej zauważa się, że turystyka rozwijana świadomie może działać odwrotnie, tzn. pozytywnie wpływać na poprawę stanu zasobów przyrodniczych i antropogenicznych. Rola turystyki w tym zakresie ma polegać na zwiększaniu świadomości uczestników rynku turystycznego dotyczącej znaczenia zasobów przestrzeni dla jej rozwoju i konieczności ich ochrony, aby ten rozwój był trwały. Takie ujęcie relacji turystyki i szeroko rozumianego

---

<sup>1</sup> Według Instytutu Worldwatch turystyka (głównie transport) odpowiada za 5,3% emisji gazów cieplarnianych.

<sup>2</sup> *Odnowiona polityka turystyczna UE: ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej*, COM (2006) 134, Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela 2006, s. 3.

środowiska jest podstawowym założeniem idei turystyki zrównoważonej, czyli takiej, która wykorzystując zasoby przestrzeni turystycznej, nie powoduje w nich strat, co więcej – pobudza innych użytkowników do podobnego działania.

Realizacja wspomnianej idei na szczeblu lokalnym wymaga głębokiego zaangażowania i współdziałania wielu podmiotów, wśród których należy wymienić jednostki samorządu terytorialnego, podmioty gospodarcze, mieszkańców obszarów recepcji turystycznej i turystów. Celem prezentowanego artykułu jest analiza i ocena aktywności jednostek samorządu terytorialnego w zakresie równoważenia rozwoju turystyki na szczeblu gminy. Podstawą rozważań i wyciągania wniosków były wyniki badań przeprowadzonych w najatrakcyjniejszych gminach karkonoskich.

## 2. Podstawowe założenia idei zrównoważonej turystyki

Koncepcja turystyki zrównoważonej wyrosła bezpośrednio z idei trwałego i zrównoważonego rozwoju, według której harmonijny rozwój społeczno-gospodarczy wymaga jednoczesnego uwzględniania potrzeb trzech uzupełniających się sfer: gospodarczej, społecznej i ekologicznej. W ustawie Prawo ochrony środowiska<sup>3</sup> rozwój zrównoważony określany jest jako rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń<sup>4</sup>. Definicja ta wskazuje na trzy podstawowe aspekty rozwoju zrównoważonego:

- cechę „zrównoważoności”, mówiącą o konieczności zachowania właściwych proporcji między potrzebami rozwojowymi a potrzebami ochrony środowiska i jego zasobów,
- cechę trwałości, polegającą na wzroście dobrobytu i stworzeniu warunków niezbędnych do zaspokojenia potrzeb ludzkich przy jednoczesnym trwałym zachowaniu kapitału naturalnego w przyszłości,
- cechę samopodtrzymywania, mówiącą o konieczności stworzenia rezerw i bodźców do dalszego rozwoju.

Zapewnienie rozwoju zrównoważonego wymaga objęcia jego zasadami wszystkich dziedzin gospodarowania, w tym również gospodarki turystycznej. Koncepcję zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do turystyki przyjęto nazywać turystyką zrównoważoną. Przez pojęcie turystyki zrównoważonej Światowa Organizacja Turystyczna (UNWTO) rozumie turystykę, która prowadzi do gospodaro-

---

<sup>3</sup> Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody, DzU 2004 nr 92, poz. 880.

<sup>4</sup> A. Rapacz, P. Gryszel, D.E. Jaremen, *Udział mieszkańców w realizacji idei zrównoważonego rozwoju w gminach turystycznych*, [w:] *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, red. G. Gołębski, AE, Poznań 2008, s. 162-179.

wania wszystkimi zasobami w taki sposób, aby mogły zostać zaspokojone gospodarcze, społeczne i estetyczne potrzeby przy utrzymaniu kulturowej integralności, istotnych procesów ekologicznych, różnorodności biologicznej i systemów podtrzymywania życia<sup>5</sup>. Założono, iż turystyka zrównoważona to taka, która zmierza do<sup>6</sup>:

1. Optymalizacji wykorzystania zasobów środowiska jako kluczowego czynnika rozwoju turystyki w celu zachowania podstawowych funkcji ekosystemów i ochrony dziedzictwa przyrodniczego i bioróżnorodności.

2. Poszanowania socjokulturowej tożsamości społeczności lokalnych w celu ochrony dziedzictwa kulturowego i tradycyjnych wartości oraz kreowania międzykulturowego zrozumienia i tolerancji.

3. Zapewnienia długookresowego sukcesu ekonomicznego, dostarczania społeczno-ekonomicznych korzyści wszystkim zainteresowanym, włączając w nie stabilizację zatrudnienia, możliwości osiągania przychodów i dostępność usług socjalnych dla społeczności lokalnych, co powinno się przyczyniać do ograniczania ubóstwa.

4. Dostarczania turystom wysokiej satysfakcji i najwyższych doznań związanych z uprawianiem turystyki, równocześnie podnosząc świadomość ekologiczną turystów dzięki promowaniu dobrych praktyk w zakresie turystyki zrównoważonej.

Turystyka zrównoważona ukierunkowana jest zatem na spełnianie potrzeb aktualnych turystów i mieszkańców obszarów recepcji turystycznej, zapewniając jednocześnie ich zaspokajanie w przyszłości. Podstawowym celem turystyki zrównoważonej jest rozwój nieprowadzący do zmian w przestrzeni turystycznej, przynoszący różnorakie, w tym ekonomiczne, korzyści lokalnym społecznościom oraz utrwalający atrakcyjność tej przestrzeni dla turystów i mieszkańców. Uwzględnia ona zarówno potrzeby turystów, jak i mieszkańców obszarów turystycznych, przyczyniając się do poprawy jakości życia i środowiska na tych obszarach. Obecnie realizacja koncepcji turystyki zrównoważonej z jednej strony traktowana jest jako jeden z istotnych warunków zrównoważonego rozwoju gospodarki jako całości, z drugiej – jako warunek rozwoju samej turystyki.

Cele i zasady równoważenia rozwoju turystyki wpisano w wiele dokumentów takich instytucji, jak m.in.: UNWTO, UNEP (United Nations Environment Programme – Program środowiskowy narodów zjednoczonych), Komisja Wspólnot Europejskich (tab. 1). Dla turystyki europejskiej najważniejszymi dokumentami są:

1. Karta Lanzarocka o Zrównoważonej Turystyce (1995).

2. Agenda 21 dla przemysłu turystycznego: w kierunku trwałego rozwoju przyjaznego środowisku (1996).

---

<sup>5</sup> Podręcznik do Konwencji Paryskiej. Regionalne Centrum Ekologiczne, Szentendre, Akademia Europejska, Bolzano, Włochy 2007, s. 8.

<sup>6</sup> D. Weaver, *Sustainable tourism*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford 2005, s. 7.



3. Podstawowe kierunki dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej (2003).

4. *Czyniąc turystykę bardziej zrównoważoną. Przewodnik dla planistów* (2005).

5. Działania na rzecz bardziej zrównoważonej turystyki europejskiej (2007).

6. Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej (2007).

Tabela 1. Cele zrównoważonej turystyki według UNEP

Cel	Konkretyzacja celu
Rentowność	Zapewnienie rentowności i konkurencyjności destynacji turystycznych i przedsiębiorstw, tak by były one w stanie kontynuować pomyślny rozwój i dawać długookresowe korzyści
Dobrobyt lokalny	Maksymalne zwiększanie wkładu turystyki w dobrobyt destynacji, uwzględniając procent wydatków ponoszonych przez zwiedzających, który jest zatrzymywany lokalnie
Jakość zatrudnienia	Zwiększanie liczby i jakości lokalnych miejsc pracy tworzonych i wspieranych przez turystykę, uwzględniając poziom płac, warunków usług i dostępności dla wszystkich bez dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, upośledzenie oraz inne
Równość społeczna	Dążenie do powszechnej dystrybucji korzyści ekonomicznych i społecznych z turystyki za pośrednictwem społeczności przyjmującej, uwzględniając zwiększenie możliwości, dochodów i usług dostępnych dla osób niezamożnych
Satysfakcja odwiedzających	Zapewnianie bezpiecznych i satysfakcjonujących doświadczeń odwiedzającym dostępnych dla wszystkich bez dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, upośledzenie lub inne
Kontrola lokalna	Zaangażowanie i upoważnienie społeczności lokalnych do planowania i podejmowania decyzji w kwestiach zarządzania i przyszłego rozwoju turystyki na ich obszarze po konsultacjach z innymi partnerami
Dobro społeczności lokalnej	Utrzymanie i podniesienie jakości życia w społecznościach lokalnych, uwzględniając struktury społeczne i dostęp do zasobów, udogodnień i systemów wsparcia, unikając wszelkiej formy upokarzania czy wykorzystywania
Bogactwo kulturowe	Respektowanie i wzmacnianie dziedzictwa kulturowego, autentycznej kultury, tradycji i cech charakterystycznych społeczności przyjmujących
Dopasowanie do krajobrazu lokalnego	Utrzymanie i poprawa jakości krajobrazów zarówno miejskich, jak i wiejskich oraz unikanie fizycznego i wizualnego niedopasowania do środowiska naturalnego
Różnorodność biologiczna	Wsparcie ochrony obszarów przyrodniczych, siedlisk, fauny i flory oraz zmniejszanie szkód
Wydayność zasobów	Zmniejszanie zużycia rzadkich i nieodnawialnych zasobów w ramach rozwoju i funkcjonowania obiektów turystycznych i usług
Czystość środowiska	Zmniejszanie zanieczyszczenia środowiska, wody i gruntu oraz wytwarzania odpadów przez przedsiębiorstwa turystyczne i odwiedzających

Źródło: *Działania na rzecz bardziej zrównoważonej turystyki*, TSG, Bruksela 2007, s. 5.

Analizując zapisy zawarte w tych dokumentach, należy przyjąć, iż turystyka oparta na zasadach rozwoju zrównoważonego powinna służyć osiągnięciu<sup>7</sup>:

1. Dobrobytu gospodarczego przez gwarantowanie długoterminowej konkurencyjności, rentowności i dobrej koniunktury przedsiębiorstwom turystycznym i destynacjom oraz zapewnianie szans na zatrudnienie dobrej jakości, sprawiedliwych płac i warunków pracy dla wszystkich pracowników oraz unikanie wszelkich form dyskryminacji.

2. Równości i spójności społecznej dzięki poprawie jakości życia społeczności lokalnych za pośrednictwem turystyki, zaangażowaniu ich w planowanie i zarządzanie oraz dzięki zapewnianiu turystom bezpiecznych, satysfakcjonujących i wzbogacających doświadczeń dostępnych dla wszystkich, bez dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, niepełnosprawność lub z innych względów.

3. Ochronie środowiska i dziedzictwa kulturowego w wyniku minimalizowania zanieczyszczeń oraz degradacji środowiska globalnego i lokalnego oraz racjonalnego wykorzystania skąpych zasobów na potrzeby turystyki, a także utrzymania, wzmacniania bogactwa kulturowego i bioróżnorodności oraz przyczyniania się do ich zrozumienia oraz ochrony.

Osiągnięcie wymienionych celów prowadzić powinno do zapewnienia właściwej równowagi między potrzebami środowiska przyrodniczego i kulturowego a potrzebami turystów, dostawców dóbr i usług turystycznych oraz miejscowości turystycznych i ich mieszkańców. Wymaga to zaangażowania i partnerstwa ze strony wszystkich beneficjentów rozwoju turystyki. Współdziałać w tym zakresie muszą zatem władze obszarów turystycznych, przedsiębiorcy, społeczności lokalne oraz sami turyści. Koncepcja turystyki zrównoważonej możliwa jest bowiem dzięki:

- zrównoważeniu konsumpcji,
- zrównoważeniu produkcji.
- zrównoważonemu zarządzaniu obszarami turystycznymi.

Szczególna rola w równoważeniu rozwoju turystyki przypada jednostkom samorządu terytorialnego, co wynika z trzech powodów:

- uznania, że szczebel lokalny jest najwłaściwszy dla realizacji tej koncepcji,
- występowania samorządu terytorialnego w roli gospodarza obszaru turystycznego – dysponenta, a zarazem opiekuna zasobów przyrodniczych, kulturowych, infrastrukturalnych (zwłaszcza w zakresie infrastruktury technicznej i społecznej), a także podmiotu wyposażonego w określone narzędzia kształtowania atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej obszaru oraz znaczącego ogniwa w łańcuchu tworzenia wartości w turystyce,
- braku presji rynku wymuszającej na przedsiębiorcach przyjmowanie postaw zorientowanych na rozwój zrównoważony, za co odpowiedzialne jest zbyt małe jeszcze zainteresowanie turystów produktem turystycznym o znamionach ekologicznych.

---

<sup>7</sup> *Działania na rzecz...*, s. 5.

To szczególne znaczenie jednostek samorządu terytorialnego zostało również zauważone przez Komisję Wspólnot Europejskich, która zaleca władzom lokalnym wykorzystanie tzw. Lokalnej Agendy 21 jako głównego i skutecznego instrumentu wdrażania koncepcji turystyki zrównoważonej na poziomie lokalnym oraz zastosowanie odpowiednich technik oceny chłonności turystycznej i wskaźników monitorowania wpływu turystyki na środowisko przyrodnicze i kulturowe. Istotnym wsparciem dla realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej na szczeblu lokalnym ze strony UE jest również upowszechnianie dobrych praktyk w tym zakresie i wymiana doświadczeń.

### **3. Aktywność jednostek samorządu terytorialnego w zakresie realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej w wybranych gminach karkonoskich**

Badania aktywności karkonoskich gmin turystycznych na rzecz realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej przeprowadzono latem 2008 r. Na pytania zamieszczone w ankiecie odpowiadali zazwyczaj zastępcy burmistrzów odpowiedzialni za turystykę w gminie lub naczelnicy wydziałów turystyki i inwestycji. Odpowiedzi otrzymano z gmin: Kowary, Karpacz, Piechowice, Szklarska Poręba i Jelenia Góra. Gminy te należą do najatrakcyjniejszych turystycznie na obszarze Dolnego Śląska<sup>8</sup>. Wszystkie położone są na geograficznym obszarze Karkonoszy i w swych granicach administracyjnych mają tereny należące do Karkonoskiego Parku Narodowego. Fakt ten w znacznej mierze wpływa na postawę gmin i ich stosunek do zasad rozwoju zrównoważonego.

Charakteryzując prowadzoną politykę rozwoju gminy, respondenci z Kowar, Karpacza i Jeleniej Góry stwierdzili, iż wszystkie działania gminy podporządkowane są celom ochrony środowiska. Z kolei respondenci z gmin Piechowice i Szklarska Poręba odpowiedzieli, że możliwe są odstępstwa od priorytetu ochrony środowiska, jeśli pojawi się możliwość realizacji inwestycji atrakcyjnej z punktu widzenia gospodarki gminy. Może to zatem prowadzić do konfliktów między mieszkańcami żyjącymi z obsługi turystów a inwestorami. Najlepszym tego przykładem może być wyrażenie zgody przez gminę Piechowice na lokalizację fabryki płytek ceramicznych Marconi w centrum miejscowości. Zburzyło to harmonię krajobrazu i wywołało liczne protesty mieszkańców. Podobne emocje budzi chęć otwarcia kamieniołomów granitu na granicy otuliny Karkonoskiego Parku Narodowego koło Michałowic oraz budowa ogromnego kompleksu hotelu

---

<sup>8</sup> Potwierdzeniem tej atrakcyjności może być wartość wskaźnika Baretje'a-Deferta dla prezentowanych gmin przekraczającego średni jego poziom dla województwa dolnośląskiego, który w roku 2007 wyniósł 1,6 miejsc noclegowych na 100 mieszkańców. W przypadku Karpacza analizowana miara osiągnęła wysokość 135,6, w odniesieniu do Szklarskiej Poręby – 68,4, Piechowic – 7,4, Kowar – 3,7 i Jeleniej Góry – 2,5.

Gołębiowski w Karpaczu o kubaturze przekraczającej pół miliona metrów sześciennych i długości fasady wynoszącej 280 metrów.

Badane gminy stwierdziły także, iż same prowadzą działania w zakresie ochrony środowiska (Karpacz i Piechowice) lub wspierają w takich działaniach mieszkańców (Jelenia Góra, Szklarska Poręba).

Jako działania wspierające wysiłki mieszkańców i inwestorów w zakresie przedsięwzięć proekologicznych najczęściej wymieniano:

- konkursy i nagrody za włączanie się w realizację zasad zrównoważonego rozwoju (Szklarska Poręba, Karpacz, Kowary),
- zwolnienia i ulgi podatkowe dla inwestorów realizujących przedsięwzięcia proekologiczne (Szklarska Poręba),
- refundowanie kosztów inwestycji proekologicznych (Karpacz, Jelenia Góra, Kowary),
- edukację ekologiczną mieszkańców (Karpacz, Piechowice, Jelenia Góra, Kowary),
- rozpowszechnianie informacji nt. pożądanych zachowań ekologicznych mieszkańców (Karpacz, Piechowice, Jelenia Góra, Kowary),
- imprezy popularyzujące ideę ochrony środowiska (Jelenia Góra, Kowary),
- usuwanie azbestu (Jelenia Góra).

Za najważniejszą inwestycję proekologiczną prowadzoną w latach 2004-2009 gminy uważają Karkonoski System Wodociągów i Kanalizacji realizowany w gminach Szklarska Poręba, Kowary, Mysłakowice i Podgórzyn. Wartość projektu wynosi 204,8 mln zł, z czego 174 mln zł stanowi dofinansowanie z Funduszu Spójności Unii Europejskiej. Należy też zaznaczyć, że w gminie Karpacz sieć kanalizacji sanitarnej o długości 31,7 km za 15,5 mln euro wykonano w latach 2004-2006. Podobną inwestycję mającą na celu poprawę zaopatrzenia w wodę prowadzi w latach 2002-2009 także gmina Jelenia Góra, która na ten cel wyda 136,3 mln zł, z tego 22,6 mln zł ze środków własnych.

Inne inwestycje na rzecz środowiska realizowane w gminach to głównie:

- rewaloryzacja parków,
- urządzenie terenów zielonych,
- zalesianie i zadrzewianie,
- bieżące naprawy urządzeń i infrastruktury gminnej.

W większości badanych gmin stwierdzono także, iż ustawowa konieczność uwzględniania zasad rozwoju zrównoważonego w planie zagospodarowania przestrzennego gminy nie ma większego znaczenia dla realizowanych inwestycji. Tylko respondenci z gminy Szklarska Poręba stwierdzili, że taka konieczność utrudnia prowadzenie inwestycji w gminie. Powodem udzielenia takiej odpowiedzi mogą być trwające od kilkunastu lat spory gminy Szklarska Poręba i inwestorów z Karkonoskim Parkiem Narodowym o możliwość rozbudowy kompleksu narciarskiego na zboczach Szrenicy.

Badani respondenci stwierdzili także, iż z jednej strony objęcie obszarów przyrodniczo cennych ochroną, np. w postaci parku narodowego lub rezerwatu przyrody, ma duże znaczenie dla rozwoju turystyki w gminie, szczególnie dla podniesienia jej atrakcyjności turystycznej. Z drugiej jednak strony utrudnia ono prowadzenie inwestycji. Na podstawie swych doświadczeń gminy Kowary i Szklarska Poręba stwierdziły, że wielokrotnie przez ten właśnie fakt traciły inwestorów. Z kolei w gminach Karpacz i Jelenia Góra potrafią problem ten rozwiązać i zachęcić przedsiębiorców do podjęcia inwestycji.

W badanych gminach oceniono także relacje między gminą a Karkonoskim Parkiem Narodowym (KPN), stwierdzając, że:

- KPN ma pozycję dominującą pozwalającą na blokowanie wszelkich inwestycji (Karpacz),
- KPN wskazuje alternatywne rozwiązania dla inwestycji ingerujących w środowisko (Karpacz, Szklarska Poręba i Piechowice),
- KPN skłonny jest do kompromisu przy realizacji przedsięwzięć (Kowary),
- działalność informacyjno-edukacyjna KPN przyczynia się do podnoszenia świadomości samorządowców i mieszkańców dotyczącej znaczenia ochrony środowiska (Jelenia Góra, Szklarska Poręba, Karpacz).

#### **4. Zakończenie**

Analizując aktywność karkonoskich jednostek samorządu terytorialnego na rzecz wdrażania zasad turystyki zrównoważonej, można stwierdzić, że żadna z badanych gmin nie prowadzi konsekwentnej polityki rozwoju turystyki zrównoważonej. Uzupełnianie braków w infrastrukturze sanitarnej to główne inwestycje proekologiczne realizowane na obszarze gmin. Są to działania o charakterze podstawowym, które mogą w przyszłości stanowić punkt wyjścia do tworzenia strategii rozwoju turystyki zrównoważonej. Inne działania w tej dziedzinie mają charakter czysto przypadkowy, często nieskoordynowany. Można zatem uznać, iż gminy turystyczne z obszaru Karkonoszy znajdują się dopiero na początku drogi wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju turystyki. Zaniepokojenie może budzić także traktowanie przez gminy Karkonoskiego Parku Narodowego jako przeciwnika, a nie partnera w rozwoju inwestycji na swym terenie. Nieprzychylna postawa wielu gmin wobec KPN może wynikać z wcześniejszych zatargów dotyczących prowadzenia inwestycji na obszarze Karkonoszy. Zbyt konserwatywna postawa dyrekcji KPN w stosunku do oddawania terenów pod inwestycje spotykała się z bardzo roszczeniową postawą gmin i inwestorów. Wynika z tego, że początkowo każda ze stron pojmowała inaczej zasady rozwoju zrównoważonego. Stopniowa zmiana podejścia administracji samorządowej do tego zagadnienia napawa pewnym optymizmem.

## Literatura

- Działania na rzecz bardziej zrównoważonej turystyki*, TSG, Bruksela 2007.
- Odnowiona polityka turystyczna UE: ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej*, COM (2006) 134, Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela 2006.
- Podręcznik do Konwencji Paryskiej*. Regionalne Centrum Ekologiczne Szentendre, Akademia Europejska, Bolzano, Włochy 2007.
- Rapacz A., Gryszel P., Jaremen D.E., *Udział mieszkańców w realizacji idei zrównoważonego rozwoju w gminach turystycznych*, [w:] *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, red. G. Gołębski, AE, Poznań 2008.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody, DzU 2004 nr 92, poz. 880.
- Weaver D., *Sustainable tourism*, Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford 2005.

## ACTIVITIES OF COMMUNES AS THE BASIC FACTOR FOR THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE TOURISM CONCEPT

### Summary

At present the concept of sustainable tourism is, from one point of view, observed as a significant condition for the sustainable development of overall economy and from the other, as the condition for the development of tourism itself. The implementation of the above idea at a local level requires extensive involvement and cooperation of many entities among which there are local government units, businesses, tourist reception area residents and tourists themselves. The objective of the presented article is an analysis and evaluation of activities performed by local government units towards the sustainable development of tourism at a commune level. The results of research conducted in the most attractive communes of the Karkonosze Mountains constitute the basis for presented considerations and conclusions resulting from them.