

Stanisław S. Szadziński

EKONOMIKA PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Zarys teorii

WT

IT

T

PT

Wydawnictwo Naukowe UAM

UNIwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Stanisław S. Szadziński

Ekonomika przestrzeni turystycznej

Zarys teorii



POZNAŃ 2026

Recenzent: prof. dr hab. Grzegorz Gołębski

Publikacja sfinansowana przez
Rektora Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
oraz Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych UAM

© Stanisław S. Szadziński 2026

This edition © Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu,
Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2026



Ta książka jest udostępniana na licencji Creative Commons –
Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne –
Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowe

Projekt okładki: K. & S. Szurpit

Redaktor: Michał Sójka

Redaktor techniczny: Dorota Borowiak

Łamanie komputerowe: Marcin Tyma

ISBN 978-83-232-4325-0 (PDF)

DOI: 10.14746/amup.9788323243250

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIwersYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU
61-701 POZNAŃ, UL. FREDRY 10

www.press.amu.edu.pl

Sekretariat: tel. 61 829 46 46, faks 61 829 46 47, e-mail: wyd nauk@amu.edu.pl

Dział Promocji i Sprzedaży: tel. 61 829 46 40, e-mail: press@amu.edu.pl

Wydanie I. – poprawione i zaktualizowane. Ark. wyd. 22,00. Ark. druk. 20,50

DRUK I OPRAWA: VOLUMINA.PL SP. Z O.O., SZCZECIN, UL. KS. WITOLDA 7-9

Spis treści

1. Wprowadzenie – charakterystyka pracy	11
1.1. Problemy pracy: naukowy i praktyczny	18
1.2. Literatura przedmiotu – przegląd krytyczny	20
1.3. Metoda	26
1.4. Struktura	28
2. Ekonomia przestrzeni turystycznej – podstawy metodologiczne	31
2.1. Zagospodarowanie turystyczne	31
2.1.1. Definicje sprawozdawcze: typologia, krytyczna analiza	32
2.1.2. Definicja projektująca	40
2.2. Ekonomia przestrzeni turystycznej	41
2.2.1. Definicja, przedmiot i cel	42
2.2.2. Nauka	46
2.2.2.1. Miejsce w systemie nauk	46
2.2.2.2. Metodologia	52
2.2.2.2.1. Metodologia ogólna	54
2.2.2.2.2. Adaptowalne teorie i metody innych dyscyplin nauki	55
2.2.2.2.2.1. Metody ekonomiczne	56
2.2.2.2.2.2. Metody urbanistyczne	57
2.2.2.2.2.3. Teorie i metody geograficzne	58
2.2.2.2.2.3.1. Teorie przestrzeni geograficznej	60
2.2.2.2.2.3.2. Teorie przestrzeni turystycznej	68
2.2.2.2.2.3.2.1. Modele systemu	72
2.2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury	80
2.2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji	93
2.2.2.2.3. Metody własne	111
2.2.3. Praktyka	113
2.2.3.1. Inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej – definicja, przedmiot, cel	113
2.2.3.2. Związek i proces metodologiczny nauka – praktyka. Metodologia praktyki	114
3. Przestrzeń turystyczna – przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej	118
3.1. Definicja	118
3.2. Natura ontyczna	119

3.3. Struktura funkcjonalna i terytorialna. Terytorialne poziomy operacyjne	124
3.4. Atrybuty	128
3.5. Zmienność	131
4. Popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej	139
4.1. Turysta	139
4.2. Potrzeby turysty oraz źródła ich zaspokojenia w przestrzeni turystycznej . . .	146
4.3. Definicja i rola popytu turystycznego	151
4.4. Czynniki popytu turystycznego	155
4.5. Diagnozowanie i prognozowanie	155
4.6. Planowanie i projektowanie	157
5. Podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej	166
5.1. Definicje i wprowadzenie do problemu	166
5.2. Walory turystyczne	173
5.2.1. Natura ontyczna	173
5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej	174
5.2.3. Racjonalne gospodarowanie	180
5.2.3.1. Typologia	181
5.2.3.2. Identyfikacja	192
5.2.3.3. Atrakcyjność i jej ocena	192
5.2.3.4. Stan i nim zarządzanie	202
5.2.3.4.1. Udział we wprowadzaniu zmian pożądanym	204
5.2.3.4.1.1. Przystosowanie	204
5.2.3.4.1.2. Tworzenie	205
5.2.3.4.2. Udział w przeciwdziałaniu zmianom szkodliwym . .	210
5.2.3.4.2.1. Czynniki i skutki zmian szkodliwych. Syndrom modliszki	210
5.2.3.4.2.2. Przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu	213
5.2.3.4.2.2.1. Zapobieganie	214
5.2.3.4.2.2.2. Ochrona	227
5.2.3.4.2.3. Przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu – odtworzenie: istnienia, atrakcyjności	229
5.3. Infrastruktura turystyczna	230
5.3.1. Typologia funkcjonalna	234
5.3.1.1. Infrastruktura organizacji podróży	234
5.3.1.2. Infrastruktura transportowa	235
5.3.1.3. Infrastruktura motywacyjna	241
5.3.1.4. Infrastruktura egzystencjalna	243
5.3.1.4.1. Infrastruktura noclegowa	244

5.3.1.4.2. Infrastruktura żywieniowa	244
5.3.1.4.3. Infrastruktura towarzysząca	246
5.3.1.5. Wielofunkcyjny zespół obiektów infrastruktury turystycznej	247
5.3.2. Trend globalny	249
5.4. Usługi turystyczne	251
5.5. Terytorialny produkt turystyczny	253
5.5.1. Definicja	253
5.5.2. Czynniki popytu	259
5.5.3. Atrakcyjność	259
5.5.3.1. Atrakcyjność immanentna	260
5.5.3.1.1. Definicja i struktura	260
5.5.3.1.2. Spirala atrakcyjności	261
5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność	265
5.5.4. Klaster turystyczny	272
6. Bilans równowagi: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej – fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej	279
6.1. Kryteria optymalizacji bilansu w podprzestrzeni recepcji turystów	280
6.1.1. Determinizm walorystyczny	281
6.1.2. Zrównoważony i trwały rozwój gospodarki turystycznej	283
6.2. Instrumenty ustalenia bilansu równowagi w przestrzeni obszaru turystycznego	285
6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego	285
6.2.1.1. Instrumenty planistyczne	286
6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu	286
6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury	289
6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego	294
6.2.2.1. Instrumenty planistyczne	295
6.2.2.2. Instrument ekonomiczny	295
6.2.3. Instrumenty prawne ustalenia bilansu równowagi	296
6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów	299
Posłowie	308
Literatura przedmiotu	309
Spis rycin	325
Spis tabel	326
Summary (Economics of the tourist space. An outline of the theory)	327

Profesorowi Olafowi Rogalewskiemu (1924-2015) – z wdzięcznością
Sznupuluszce (1949-2011) – z miłością

1. Wprowadzenie – charakterystyka pracy

Współczesny dynamiczny wzrost w parametrach ilościowych i rozwój w aspektach: jakościowym, systemowym i strukturalnym gospodarki turystycznej skłania do tego, by powtórzyć tezę uznawaną dziś – chociażby na podstawie danych statystyki ekonomicznej – za banalną: gospodarka turystyczna jest i będzie jedną z bardziej znaczących dziedzin działalności gospodarczej XXI wieku. Taką pozycję zawdzięcza ona swemu obecnemu i prognozowanemu potencjałowi wyrażającemu się liczbą turystów i gospodarujących podmiotów, znaczącym – często dominującym – udziałem w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB) oraz wolumenu i struktury zatrudnienia ludności licznych państw świata¹.

Gospodarka turystyczna o tak imponującym potencjale stwarza różnej natury problemy społeczne, ekonomiczne, polityczne i ekologiczne. Jej potencjał objawia się również w kreowaniu i kształtowaniu znajdującej się pod jej wpływem tej części przestrzeni geograficznej, jaką pojmujemy jako

¹ Według statystyki zagranicznych migracji turystycznych z *Raportu Światowej Organizacji Turystycznej ONZ za rok 2016* (United Nations World Tourism Organization, UNWTO *Tourism Highlights*, 2017, edycja internetowa) – z zastrzeżeniem miarodajności takich danych sprecyzowanym w rozdz. 4.1 nt. definicji turysty – liczba zagranicznych wyjazdów turystycznych wzrosła z 25 mln w r. 1950 do 1,235 mld w r. 2016, a liczbę takich wyjazdów w r. 2030 raport szacuje na 1.8 mld. W roku 2016 gospodarka turystyczna przysporzyła: 10% światowego bezpośredniego, pośredniego oraz indukowanego produktu globalnego brutto (PGB), 1 na 10 miejsc pracy, przychód w eksporcie w wysokości 1.4 biliona US \$ co stanowi 7% wartości światowego eksportu. Ostatni wskaźnik stawia ją na trzecim miejscu za eksportem paliw pędnych i eksportem chemikaliów, a przed eksportem żywności i produktów przemysłu samochodowego (UNWTO 2017, s. 6). Podobny raport (UNWTO 2016, s. 3) szacował liczbę turystów w podróżach krajowych w r. 2015 pomiędzy 5 a 6 mld. Na poziomie kraju, regionu czy obszaru turystycznego kompleksowy strukturalnie i wartościowo wpływ gospodarki turystycznej na rozwój całości gospodarki i jej sektorów wyraża się tzw. turystycznym rachunkiem satelitarnym, obejmującym również efekty ekonomiczne indukowane gospodarką turystyczną. Jeżeli wziąć pod uwagę proporcję liczby turystów w ruchu zagranicznym i krajowym (stosunek ca 1:5) i przyjąć, że w zbliżonym – *toutes proportions gardées* – stosunku jak przedstawione dla światowej gospodarki turystycznej wskaźniki kształtują się w odniesieniu do gospodarki turystycznej na poziomie krajowym można stwierdzić, że łączny potencjał gospodarki turystycznej zliczonej na obydwu poziomach (zagranicznym i krajowym) jest ogromny i w ciągłym postępie.

przestrzeń turystyczną². Potencjał ów – o ile nie jest racjonalnie zarządzany – stwarza poważne, niepożądane przez gospodarującego człowieka problemy funkcjonalne, strukturalne i ewolucyjne tej przestrzeni.

Wieloaspektowość, skala, głębokość i dynamika transformacji przestrzeni geograficznej w przestrzeń turystyczną jest znaczna. Taka transformacja znajduje swój wyraz w częstokroć wielkopowierzchniowym przemodelowaniu przestrzeni geograficznej, konkretniej – w powstawaniu w niej nowych i przekształcaniu istniejących specyficznych turystycznych systemów funkcjonalnych i struktur funkcjonalno-przestrzennych.

Stosunek *homo oeconomicus* do takich zmian przestrzeni geograficznej ewoluował od postawy pasywnej – bezwiednego konsumenta, biernego obserwatora lub, co najwyżej, mało refleksyjnego promotora procesu zmian tej przestrzeni do postawy aktywnej – osoby celowo i w sposób zrationalizowany kreującej i kształtującej tę przestrzeń do postaci dla gospodarującego człowieka optymalnej³. Pierwsza z postaw towarzyszy powstaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej według scenariusza spontanicznego, druga – według scenariusza zrationalizowanego.

Ewolucję podejścia do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej egzemplifikuje symbolicznie zmiana tytułu kolejnych wydań *Geografii turystyki* autorstwa Jean-Pierre Lozato-Giotart⁴. Jej pierwszej wersji (wydanie z r. 1987) nadaje on podtytuł *Od przestrzeni postrzeganej do przestrzeni konsumowanej*. W ten poglądowy sposób stawiał on akcent na zjawisko zazwyczaj

² Przestrzeń turystyczna – to fragment wypełnionej środowiskiem geograficznym przestrzeni geograficznej wyróżniający się trwałą w czasie obecnością turystów. Pełniej pojęcie przestrzeni turystycznej jest zdefiniowane i omówione w rozdz. 3.

³ Nie jest celem gospodarującego człowieka zarządzanie dobrami prowadzące do rezultatu dlań wartościowo niekorzystnego albo neutralnego. Interesuje go wyłącznie zarządzanie o wyniku wartościowo dlań korzystnym. Zatem, zarządzanie powinno być nie tylko zrationalizowane, ale w jego rezultatach zoptymalizowane.

„Racjonalny: 1. oparty na nowoczesnych, naukowych metodach, dobrze zaplanowany i dający dobre wyniki. 2. oparty na logicznym rozumowaniu 3. kierujący się rozumem, logiką.”

„Gospodarować – (...) 3. zarządzać jakimiś zasobami i środkami”.

„Optymalny – najlepszy z możliwych w jakichś warunkach.”

Źródło cytatów: *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

Wynika z powyższego, że optymalizować coś – w określonych warunkach – to czynić to możliwie najlepszym ze względu na cel tej czynności.

⁴ J.-P. Lozato-Giotart, 1987, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, Masson, Paris.

Francuską nazwę „le tourisme” można w języku polskim tłumaczyć jako nazwy synonimiczne: „turystyka” lub „turyzm”. Autor niniejszej pracy używa nazwy „turystyka” jako nazwy z utrwaloną polską tradycją językową, wobec czego nazwa „turyzm” zdaje się być sztuczna (na siłę polonizowana) i jako taka zbędna. Stąd, „géographie du tourisme”, to nie „geografia turizmu”, a po prostu „geografia turystyki”. Z uwagi jednak na potrzebę pojęciowej jasności w prowadzonym w tej pracy dialogu z autorami używającymi w j. polskim nazwy „turyzm”, autor używa w takich przypadkach połączenia nazw obocznych „turystyka (turyzm)”.

bezwiednej „konsumpcji” przez turystę i gospodarkę turystyczną przestrzeni geograficznej takiej, jaką ona jest i jaką „sama się staje”.

Zaledwie „podglądanie” tak ważkiego w jego następstwach procesu kreacji i kształtowania przestrzeni turystycznej, pozostawienie jego biegu niekontrolowanym wpływom często niepożądanych w skutkach czynników, to nieodpowiedzialna i jako taka nie do zaakceptowania postawa gospodarującego przestrzenią geograficzną człowieka. To postawa nie mająca nic wspólnego z postulatem podmiotowego, racjonalnego nią gospodarowania, czyli ekonomii. Można przypuszczać, że taka konkluzja legła u podstaw zmiany przez J.-P. Lozato-Giotart jego punktu widzenia na kreację i ewolucję przestrzeni turystycznej znajdującą odzwierciedlenie w treści podtytułu kolejnego wydania jego *Geografii turystyki* (wydanie z 2009 r.) na: *Od przestrzeni konsumowanej do przestrzeni okiełznanej*⁵.

Ewolucja poglądu J.-P. Lozato-Giotart na problem powstania i ewolucji przestrzeni turystycznej znalazła kulminację w tytule wydanej w 2014 r., napisanej we współautorstwie z M. Balfet i E. Leroux, kolejnej z jego poważniejszych prac pt. *Zarządzanie turystyką: obszary, podaże i strategie*⁶ wykraczającą poza dziedzinę geografii i wchodzącą w sferę ekonomii.

Jak z tego wynika, roli gospodarowania przestrzenią turystyczną nie może podjąć się geografia, nie biorąc bezpośrednio udziału ni w tworzeniu tej przestrzeni, ni w jej kształtowaniu, a zaledwie *ex post* opisująca i wyjaśniająca system, strukturę i ewolucję zastanej przez nią przestrzeni turystycznej.

Dotychczas, w kształtowaniu przestrzeni geograficznej koncentrowano się na podażowym podejściu urbanistycznym sprowadzającym się do czynności planowania przestrzennego⁷. Rezultat takich czynności – plan przestrzenny

⁵ J.-P. Lozato-Giotart, 2009, *Géographie du tourisme. De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education, 2-ème édition.

⁶ J.-P. Lozato-Giotart, M. Balfet, E. Leroux, 2014, *Management du tourisme: Territoires, offres et stratégies*, Pearson Education, 3-ème édition, Montreux.

Zwięzły rys historyczny, poczynawszy od lat 1920, ewolucji typowo geograficznego podejścia do problemów przestrzeni turystycznej (opis i wyjaśnianie *ex post*), w tym: jej rozwoju i planowania, znaleźć można w pracy J. Saarinen, C.M. Rogerson, C.M. Hall, 2017. Przy okazji warto zauważyć istotną ciekawostkę metodologiczną: autorzy artykułu używają pojęcia „geografie turystyki”, co – ich zdaniem – odzwierciedla istnienie problemowej różnorodności odmian geografii turystycznej. Podobnie kwestię ujęli C.M. Hall i S.J. Page, 2009.

⁷ „Urbanistyka” to termin pierwotnie – zgodnie z jego etymologią (łac. *urbs* – miasto) – wąsko rozumiany i rezerwowany dla sztuki racjonalnego kształtowania geograficznej miejskiej przestrzeni osadniczej (w odniesieniu do kształtowania wiejskiej i rolniczej przestrzeni geograficznej funkcjonował termin „ruralistyka”).

„Urbanistyka – dział architektury zajmujący się zasadami planowania przestrzennego miast i osiedli”. *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa. Obecnie, nazwę „urbanistyka” rozumie się szeroko i używa w odniesieniu do racjonalnego kształtowania całości przestrzeni geograficznej, zarówno w jej charakterze miejskiej, wiejskiej jak i pozostałej jej części poza tymi dwiema. Ścisłe rzecz biorąc, niewłaściwym jest utożsamianie urbanistyki z działem

jako akt prawa (w aktualnym prawie polskim są nimi: plan ogólny gminy i miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego) ustala gwarantowane sankcją prawną przeznaczenie terenów pod funkcje społeczne, ekonomiczne i ekologiczne. Określa on strukturę funkcjonalno-przestrzenną obszaru planowania oraz określa sposoby zagospodarowania i zabudowy wskazanych w nim terenów o określonej funkcji⁸.

Tak tradycyjnie pojęta urbanistyka (planowanie przestrzenne) redukuje niemal zupełnie przesłanki kształtowania przestrzeni geograficznej do przesłanek podażowych, gdzie ze względu na podaż – potencjał użyteczności środowiska geograficznego i potrzebę jego ochrony – przypisuje się poszczególnym fragmentom tej przestrzeni bardzo ogólnie określoną funkcję społeczną, gospodarczą lub ekologiczną oraz zasady zagospodarowania takich fragmentów.

Kształtując w taki sposób przestrzeń geograficzną bagatelizuje się w znacznym stopniu cel takich czynności – przystosowanie tej przestrzeni do najlepszego zaspokojenia szerokiego spektrum potrzeb człowieka (w tym: potrzeb turystycznych). Mówiąc dokładniej, adresowany wobec środowiska geograficznego tej przestrzeni popyt uwzględnia się tutaj zaledwie w jego aspekcie rodzajowym – funkcjonalnym (zapotrzebowanie na przestrzeń geograficzną ze strony zagregowanych potrzeb człowieka w sferach: osadnictwa, przemysłu, rolnictwa, usług, ekologii, gospodarki turystycznej itd.).

Zatem jak geografia, chociaż z innych powodów, tak i tradycyjnie pojmowana, oparta na podejściu podażowym urbanistyka nie jest zdolna do najkorzystniejszego kreowania i kształtowania przestrzeni geograficznej do potrzeb człowieka w poszanowaniu dla zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki obszaru.

Błędne byłoby również podejście odwrotne w kształtowaniu przestrzeni geograficznej – podejście wyłącznie popytowe. Plan przestrzenny sporządzony z przesłanek jedynie popytowych nie respektowałby np. kryterium sozologicznego⁹, trwałości stanu podaży ograniczonego dobra – zasobów środowiska geograficznego i w konsekwencji – trwałego rozwoju opartej na nich gospodarki. Byłby absurdalny. Skutki realizacji tak sporządzonego planu ła-

planowania przestrzennego (tak jest np. w haśle „urbanistyka” w *Nowej Encyklopedii Powszechnej PWN*, 1997-1998, tom 6, s. 573). Po pierwsze, planowanie przestrzenne to nie urbanistyka, a narzędzie tej ostatniej. Po drugie, kształtowanie przestrzeni geograficznej (urbanistyka) może następować również z udziałem pozaplanistycznych czynności intelektualnych, jak np. bez planu przestrzennego i bywa, że w zgodzie z prawem i w sposób spontaniczny, bardziej lub mniej zracjonalizowany, nawet chaotyczny i losowy.

⁸ Por. art. 14.1. *Ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*, Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami.

⁹ „Sozologia – nauka zajmująca się problemami ochrony przyrody i zapewnienia trwałości użytkowania jej zasobów”, *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

two sobie wyobrazić jako katastrofę w przestrzeni geograficznej: ekologiczną i – w tego konsekwencji – ekonomiczną i społeczną.

Powstały dylemat: które z alternatywnych podejść – podażowe czy popytowe – stosować w kształtowaniu przestrzeni geograficznej rozwiązuje skutecznie i korzystnie dla człowieka podejście trzecie – ekonomiczne.

Przedmiot ekonomii – racjonalnego gospodarowania – jest zakresowo szeroki. Jest nim wszelkie dobro, materialne czy niematerialne, wytworzone czy nie wytworzone przez człowieka albo sam proces wytwórczy (jak w przypadku towarów i usług) i twórczy (jak w przypadku tzw. ekonomii myślenia)¹⁰. Zatem, zracjonalizowane i możliwie najlepsze w jego rezultatach ze względu na cel, jakim jest zaspokojenie potrzeb człowieka gospodarowanie takim przedmiotem – dobrem, jak przestrzeń geograficzna i występujące w niej jej dobra składowe jest zagadnieniem należącym *explicite* do ekonomii.

Ujmując kwestię lapidarnie można stwierdzić, że **chodzi o optymalizację stanu i ewolucji przestrzeni geograficznej z udziałem łącznego zastosowania metodologii urbanistyki (kształtowania przestrzeni geograficznej) i metodologii ekonomii**. Metodologia ekonomii przejawia się tutaj głównie w zastosowaniu kategorii makroekonomicznej jaką jest bilans: popyt – podaź.

W odniesieniu do przestrzeni turystycznej, taki bilans dotyczy elementów reprezentujących w tej przestrzeni popyt turystyczny i podaź turystyczną. Popyt turystyczny reprezentują turyści z ich potrzebami. Podaź turystyczną – występujące w przestrzeni turystycznej dobra turystyczne posiadające potencjał do zaspokojenia potrzeb turystów: walory turystyczne (z ich funkcjami – atrakcjami) oraz obiekty infrastruktury turystycznej (ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi)¹¹.

Podejście bilansowe pozwala w planowaniu i projektowaniu określonego fragmentu przestrzeni turystycznej – np. przestrzeni obszaru turystycznego – wyjść poza właściwe tradycyjnej urbanistyce ułomne metodologicznie jednostronne podejście podażowe, pozwala kreować i kształtować w takiej przestrzeni nie tylko podaź turystyczną i popyt turystyczny, ale – co jeszcze istotniejsze – czynić najkorzystniejszym ich bilans w kierunku bilansu rów-

¹⁰ „Przedmiot (...) 5. filoz. – obiekt poznania i działalności człowieka.”

„Ekonomia – 1. nauka o prawach rządzących produkcją, wymianą i podziałem dóbr w społeczeństwie; też: nauka o racjonalnym gospodarowaniu. (...) 3. umiejętność racjonalnego użytkowania czegoś.”

„Dobra – (...) 2. rzeczy i wartości potrzebne do życia i rozwoju człowieka.” Wszystkie cytaty *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

¹¹ Pojęcia: turysta, potrzeby turysty, walory turystyczne, atrakcje turystyczne, infrastruktura turystyczna, usługi turystyczne są zdefiniowane i omówione w odpowiednich, dalszych częściach pracy.

nowagi. Równoważenie bilansu oznacza zarazem równoważenie takiej przestrzeni: jej systemu, struktury i ewolucji.

Bilans równowagi obecnych w podprzestrzeni recepcji turystów elementów reprezentujących popyt turystyczny i podaż turystyczną stanowi fundamentalny problem kreowania i kształtowania takiej przestrzeni.

Równoważenia bilansu w wymagającym pełnego metodologicznie planowania fragmencie podprzestrzeni recepcji turystów, jakim jest obszar turystyczny (obszar recepcji turystów), dokonuje się z uwagi na cel, którym jest zrationalizowane zaspokajanie potrzeb turystów poprzez rozwijającą się gospodarkę turystyczną, w poszanowaniu następujących kryteriów optymalizacji takiego bilansu:

- determinizmu walorystycznego¹²,
- zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

Do realizacji takiego celu stosuje się instrumenty planistyczne, ekonomiczne i prawne.

Ustaleniu zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej w podprzestrzeni recepcji turystów służą instrumenty planistyczne: metoda optymalizacji systemu funkcji turystycznych, metoda stanowienia ładu przestrzennego (inaczej: metoda optymalizacji struktury funkcjonalno-przestrzennej)¹³ tej podprzestrzeni oraz wymieniony już tutaj instrument prawny (wprowadzenie uzyskanych instrumentami planistycznymi ustaleń do planu ogólnego mającego charakter aktu prawa).

Do ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej w przestrzeni turystycznej warunkowanego istnieniem, zachowaniem i tworzeniem walorów turystycznych¹⁴ można zastosować instrumenty limitowania presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne. Należą do nich: instrument

¹² Determinizm walorystyczny nadaje walorom turystycznym rolę głównego czynnika – *conditio sine qua non* – kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej oraz gospodarki turystycznej w tej przestrzeni. Tłumaczy on walorami turystycznymi powstanie, egzystencję, system (relacje funkcjonalne), strukturę (organizację przestrzenną) i ewolucję (zmiany w czasie struktury i systemu) przestrzeni turystycznej i całości prowadzonej w tej przestrzeni gospodarki turystycznej: gospodarowania przestrzenią turystyczną (domena ekonomiki przestrzeni turystycznej) oraz gospodarowania w przestrzeni turystycznej (domena ekonomiki usług turystycznych). Por. szersze uwagi na ten temat w rozdz. 5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelna zasada metodologii gospodarki turystycznej.

¹³ Definicja pojęcia „ład przestrzenny” znajduje się w rozdziale 6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury.

¹⁴ Walor turystyczny – to położony w podprzestrzeni recepcji turystów element (był materialny) lub cecha środowiska geograficznego albo przejaw działalności człowieka (były niematerialne) posiadający wyrażony w swoich atrakcjach (funkcjach) potencjał użyteczności do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty (motywacyjne potrzeby turysty stanowią potrzeby: wypoczynku, poznania i emocji).

ekonomiczny – przyjęcie zasady racjonalnego gospodarowania w postaci: „minimalizacja nakładów przy z góry określonych efektach”, instrumenty planistyczne (jakościowe, ilościowe i przestrzenne) oraz instrument prawny – wprowadzenie ustaleń w tym zakresie przestrzennego planu turystycznego do planu ogólnego mającego charakter aktu prawa¹⁵.

Ukształtowanie bilansu równowagi jest możliwe jedynie poprzez odwołanie się do metodologicznej interdyscyplinarności, łącznego i zintegrowanego zastosowania instrumentów metodologicznych następujących dyscyplin:

- mającej za przedmiot racjonalne gospodarowanie dobrami turystycznymi ekonomii turystycznej: makro (bilans popyt turystyczny – podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej na terytorialnym poziomie turystycznych: regionu i obszaru) i mikro (rachunek ekonomiczny turystycznej inwestycji budowlanej – na poziomie miejscowym),
- dziedzin nauki i praktyki mających za przedmiot przestrzeń turystyczną: urbanistyki turystycznej (zagospodarowania turystycznego; metody – procedury planowania i projektowania przestrzeni turystycznej) oraz geografii turystycznej (metody opisu i wyjaśniania przestrzeni turystycznej, w tym np.: metody turystycznej fizjografii urbanistycznej, modele: systemu – struktury – ewolucji przestrzeni turystycznej, metody oceny walorów turystycznych).

Z przedstawionych tutaj przesłanek wynika, że metodologia nauki oraz inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest interdyscyplinarna, harmonijnie zespalając instrumentarium własne z metodologią ogólną oraz metodyką głównie urbanistyki, ekonomii, prawa i geografii.

Dyscypliną nauki i praktyki (inżynierii), która może zadowalająco odpowiedzieć na tak zdefiniowane: cel i zespół kryteriów, warunków oraz instrumentów kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej jest ekonomika przestrzeni turystycznej¹⁶.

Zarys teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej stanowi przedmiot niniejszej pracy. Praca zostanie scharakteryzowana poprzez cztery zagadnienia: problemy – naukowy i praktyczny, krytyczny przegląd literatury przedmiotu, metodę i strukturę.

¹⁵ W aktualnym w Polsce systemie aktów prawa są nimi: plan ogólny gminy i – konsekwentnie – miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego.

¹⁶ Definicję ekonomiki przestrzeni turystycznej przedstawiono w poświęconym metodologicznym podstawom tej dyscypliny rozdz. 2.2.1. Definicja, przedmiot i cel.

1.1. PROBLEMY PRACY: NAUKOWY I PRAKTYCZNY

Przez problem naukowy (badawczy) na danym etapie rozwoju dyscypliny naukowej, do której on przynależy, rozumie się wymagający usunięcia w toku postępowania badawczego mankament jej teorii (metodologii) przejawiający się w dwóch wariantach:

- braku odpowiedzi na ważkie dla tej dyscypliny naukowej pytanie w zakresie definicji pojęć, tez, koncepcji, teorii naukowych, metod badawczych;
- istnienia odpowiedzi na takie pytanie, lecz fałszywej.

Problem naukowy niniejszej pracy rozumiany w wariancie pierwszym sprowadza się do potrzeby stworzenia kompleksowej i spójnej teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej rozumianej jako teoria kreowania i kształtowania takiej przestrzeni, obejmująca analizę czynności badawczych (procedury, metody) oraz analizę, integrację, systematyzację i syntezę rezultatów tych czynności w postaci definicji, twierdzeń, koncepcji i częściowych teorii.

Problem naukowy niniejszej pracy rozumiany w wariancie drugim polega na tym, aby zastane w nauce wadliwe metodologicznie składniki teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej poddać falsyfikacji i – na ile to tylko możliwe – zastąpić je innymi, od takich wad wolnymi. Przykładowo, dotyczy to wątpliwych metodologicznie „zastanych” przez rodzącą się ekonomikę przestrzeni turystycznej definicji (np. turysty, zagospodarowania turystycznego), metod oceny walorów turystycznych, koncepcji klastra turystycznego itp.

Problemem praktycznym pracy jest wskazanie możliwości skutecznego zastosowania teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej w inżynierii tej dyscypliny, w planowaniu i projektowaniu przestrzeni turystycznej.

Ważkimi, pożądanymi właściwościami teorii są jej spójność, wewnętrzna i zewnętrzna oraz jej aktualność. Spójność wewnętrzna teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej dotyczy jej własnych definicji, twierdzeń, koncepcji i częściowych teorii. Przeniesiona na grunt jej praktyki (inżynierii) powinna ona wyrazić się w spójności planowania i projektowania przestrzeni turystycznej na jej operacyjnych (sterowalnych) poziomach terytorialnych. Jest to możliwe dzięki zaproponowanemu w tej pracy modelowi zintegrowanego kreowania i kształtowania – inaczej: planowania i projektowania – operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (poziom turystycznych: regionu, obszaru i obiektu).

Spójność zewnętrzna teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej znajduje swój wyraz w zgodności jej własnych definicji z aparatem pojęciowym tzw. nauk turystycznych, takich jak ekonomika usług turystycznych, urbanistyka

turystyczna (zagospodarowanie turystyczne), geografia turystyki, socjologia turystyczna, psychologia turystyczna itp.¹⁷

Metodologicznym, istotnym problemem ekonomiki przestrzeni turystycznej jest zharmonizowanie pojęciowe, adekwatne przełożenie kategorii ekonomicznych na kategorie przestrzenne – pojęć ekonomiki usług turystycznych na pojęcia ekonomiki przestrzeni turystycznej. Do takich pojęć należą ujęte w ich strukturze: popyt turystyczny, podaż turystyczna oraz bilans ich równowagi.

Teoria ekonomiki przestrzeni turystycznej nie może być teorią statyczną, zamkniętą. Tym, co sprawia, że jest teorią otwartą i czyni konieczną ustawiczną aktualizację jej teorii i problematyki badawczej jest zmienna w czasie różnorodność, wieloaspektowość i skala wymagających zaspokojenia potrzeb turystów (zmienność popytu turystycznego) oraz zmienność występujących w przestrzeni turystycznej warunków i czynników ich zaspokojenia (zmienność podaży turystycznej).

Nowe problemy badawcze w zakresie popytu turystycznego będą powstawały np. w związku z mającymi swe źródła w rozwoju kulturowym, cywilizacyjnym i ekonomicznym burzliwie rozwijającymi się rodzajowo oraz ilościowo migracjami turystycznymi o nowatorskich, specjalistycznej orientacji motywach głównie wypoczynkowych i poznawczych oraz związanymi z nimi nowymi potrzebami turystów.

Konsekwencją takich zmian w popycie turystycznym będą nowe problemy badawcze w sferze odpowiadającej na takie potrzeby podaży turystycznej. Będą one związane np. z koniecznością poszerzania katalogu nowych rodzajowo walorów turystycznych oraz powiększania liczby i areалу determinowanych walorami, odpowiednio przystosowanych do zaspokajania nowych potrzeb turystów kolejnych fragmentów podprzestrzeni recepcji turystów i nowych kanałów tranzytu turystów.

Wynika z powyższego, że istnieje i będzie istniała potrzeba konstrukcji nowych pojęć, metod badawczych i formułowania nowych twierdzeń, koncepcji, teorii cząstkowych i – co możliwe – nowej całościowej teorii (metodologii) ekonomiki przestrzeni turystycznej.

W miarę kumulacji zasobów teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej równie koniecznym, jak innowacyjność stanie się poddawanie falsyfikacji jej

¹⁷ Pewna część definicji funkcjonujących w „młodych” naukach o turystyce powstałych w okresie tworzenia ich teoretycznych podstaw (w II połowie wieku XX) jest metodologicznie niedopracowana, wręcz wadliwa. Od teorii dyscypliny nauki (co jest przedmiotem tej pracy) wymaga się ładu jej aparatu definicyjnego i wewnętrznej spójności. Stan metodologii nauk o turystyce nie pozwala na bezkrytyczny „import” do tworzonej teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej niezbędnych definicji. Stan ten wymagał więc ich uporządkowania i często tworzenia nowych, pozbawionych metodologicznych wad. Kwestia powraca m. innymi w rozdz. 2.1.1 poświęconym definicjom sprawozdawczym zagospodarowania turystycznego.

dotychczasowych osiągnięć – metod badawczych oraz ich rezultatów (tez, koncepcji, teorii cząstkowych) – i zastąpienie ich nowymi, wolnymi od błędów metodologicznych.

Przegląd i analiza aktualnego stanu literatury przedmiotu – w takim zakresie, jaki z pozycji autora tej pracy był możliwy – doprowadziły do wniosku, że ani sama nazwa i odpowiadające jej pojęcie ekonomiki przestrzeni turystycznej, ani kompletnie i spójnie ujęte składniki tak ujętej teorii kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej w takiej literaturze nie występują. Świadczy to o indywidualnym charakterze niniejszej pracy.

Pozycjonowanie pracy na tle potrzeb zgłaszanych wobec aktualnego stanu nauki i praktyki gospodarowania przestrzenią turystyczną można sprowadzić do odpowiedzi na pytanie: czym wobec takich potrzeb jest niniejsza praca?

Na gruncie nauki, praca jest:

- możliwie kompletnym – w aktualnym stanie nauki – zarysem teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej,
- wewnątrznie spójna metodologicznie w zakresie czynności badawczych (metod) oraz ich rezultatów (definicji, tez, koncepcji, teorii cząstkowych),
- nośnikiem pewnej liczby oryginalnych, nowatorskich idei.

Na gruncie praktyki, praca jest ujęciem teoretycznych podstaw (metodologii) praktyki – inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej (stąd w jej tytule: „zarys teorii”). Nie jest więc ona przewodnikiem praktycznym (poradnikiem, instrukcją) inżyniera ekonomiki przestrzeni turystycznej w zakresie technik planowania i projektowania przestrzeni turystycznej.

Dualna, naukowa i praktyczna użyteczność pracy pozwala określić jej adresatów jako należących do szerokiego spektrum badaczy i dydaktyków nauki, studentów oraz praktyków gospodarowania przestrzenią turystyczną i gospodarowania w przestrzeni turystycznej.

1.2. LITERATURA PRZEDMIOTU – PRZEGLĄD KRYTYCZNY

Jak tu już stwierdzono, w dostępnej autorowi literaturze problemu nazwa „ekonomika przestrzeni turystycznej” i odpowiadające jej pojęcie – tak, jak są one rozumiane w niniejszej pracy – nie istnieją.

Funkcjonują nazwy zbliżone do nazwy „ekonomika przestrzeni turystycznej”, jak np. ang.: *economics of tourism area* (Candela G., Figini P., 2010), *economics of tourism destination* (Candela G., Figini P., 2012), *economics of tourism destinations* (Vanhove N., 2011) dające się tłumaczyć literalnie jako

„ekonomika obszaru turystycznego, ekonomika obszaru – celu przestrzennego podróży turystycznej”. Jednak, względem zdefiniowanej w tej pracy ekonomiki przestrzeni turystycznej nie są to nazwy semantycznie tożsame. Ich zakres znaczeniowy ogranicza się do zarządzania usługami turystycznymi obszaru turystycznego w aspektach: ekonomicznym (makro i mikro) oraz ekonomiczno-ekologicznym (uwzględniają trwały rozwój gospodarki – ang. *sustainable development*), lecz w oderwaniu od problemu kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Inaczej: nazwy te oznaczają gospodarowanie w przestrzeni turystycznej (domena ekonomiki usług turystycznych), a nie gospodarowanie przestrzenią turystyczną (domena ekonomiki przestrzeni turystycznej).

Brak obecności w literaturze nazwy i pojęcia ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz jej całościowej teorii nie oznacza, że poszczególne zagadnienia wchodzące w jej zakres nie są przedmiotem badań i publikacji naukowych. Stanowią one wiedzę rozproszoną, sytuującą się głównie w zorientowanych na zjawiska turystyczne specjalizacjach, takich dyscyplin naukowych, jak ekonomia, urbanistyka, tzw. gospodarka przestrzenna, geografia, ekologia, socjologia itp. Autor niniejszej publikacji szeroko korzysta z tej rozproszonej wiedzy pożytkując ją w poszczególnych rozdziałach tematycznych pracy, o czym zaświadczały cytaty, odwołania oraz informacje w przypisach.

Wysokie: liczebność i tempo przyrostu ilościowego literatury przedmiotu czynią – z pozycji badacza – fizycznie niemożliwymi jej całościową lekturę i analizę. Wymaga to jej selekcji zawężającej zbiór analizowanych prac do publikacji prezentujących problemy badawcze bliskie problemowi naukowemu ekonomiki przestrzeni turystycznej i ważne naukowo.

Wartość problemu naukowego poruszanego w danej publikacji, kwalifikującą utwór do lektury i analizy z punktu widzenia przydatności do budowania teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej autor ustalał hipotetycznie na podstawie czterech kryterialnych przesłanek, a mianowicie:

- tytułu opublikowanej pracy bliskiego problemowi naukowemu ekonomiki przestrzeni turystycznej, przy założeniu, że tytuł pracy odzwierciedla jej zawartość (kryterium reprezentacji),¹⁸

¹⁸ Nie jest to tak oczywiste. W sytuacji obserwowanego u wcale nie tak nielicznych autorów *self marketingu* i obsesyjnego głodu sukcesu naukowego obserwuje się wiele nadużyć w tym zakresie. Bywa, że za atrakcyjnym naukowo tytułem nie kryje się zawartość jemu odpowiadająca (przysłowiowe: wydmuszka zamiast jajka). Przykładem takiej manipulacji w polu problematyki niniejszej pracy może być cytowana i w dalszej jej części obszerna publikacja: R. Cazalais, R. Nadeau, G. Beaudet, 1999, *L'Espace touristique*. Zamiast zapowiadanej w jej abstrakcyjnym tytule „Przestrzeń turystyczna” atrakcyjnej naukowo teorii przestrzeni turystycznej czytelnik znajdzie w niej głównie – może i atrakcyjną – ale ... geografię turystyki kanadyjskiej prowincji Québec.

- wysokiej ogólności ujęcia teoretycznego, w tym prezentacji paradygmatów nauki¹⁹ (kryterium poziomu naukowej abstrakcji i wartości),
- liczby publikacji pochodnych, z których tytułów wynika, że określony w tytule ocenianej pracy problem naukowy stał się inspiracją lub podstawą ideową dla autorów tych publikacji (kryterium inspirującego indywidualizmu – nowatorstwa, oryginalności),
- liczby publikacji, w których oceniana praca jest cytowana (kryterium popularności).

Przykładem publikacji, w odniesieniu do której zachodzi spełnienie w stopniu pozytywnym wszystkich wymienionych kryteriów wartościowania pracy naukowej jest niewielka objętością (8 stron) praca R.W. Butlera (1980) *Koncepcja cyklu ewolucji obszaru turystycznego*, której zawartość odpowiada jej tytułowi, cechuje się naukową abstrakcją (ujęcie w postaci uniwersalnego modelu – paradygmatu nauki), stanowi przedmiot zainteresowania, inspiracji oraz wykorzystania cytatomowego w pracach wielu dziesiątek (setek?) badaczy w skali świata²⁰.

W wyniku zastosowania takiego sposobu wartościowania problemu naukowego każdej ocenianej pracy powstał uporządkowany alfabetycznie i załączony w niniejszej publikacji wykaz „Literatura przedmiotu”²¹.

¹⁹ Paradygmat nauki – to na danym etapie rozwojowym określonej dyscypliny naukowej powszechnie uznane rozwiązanie jej problemu naukowego w postaci pojęcia, koncepcji czy teorii włączone do metodologicznych podstaw tej dyscypliny. Twórcą nazwy i pojęcia jest T.S. Kuhn (1962).

²⁰ R.W. Butler, 1980, *The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*, „The Canadian Geographer”, vol. 24, 1, pp. 5-12. W zestawieniu publikacji powstałych w związku z opublikowaną w 1980 r. koncepcją R.W. Butlera dokonany za okres 1980-2002 Richard M. Lagiewski (2006) naliczył ich 51, mających 49 autorów.

²¹ Przyjmuje się, że są dwa sposoby przedstawiania wykazu źródeł w publikacji naukowej: bibliografia albo literatura przedmiotu. Najprościej rzecz ujmując, bibliografia, to wykaz źródeł wykorzystanych do rozwiązania problemu naukowego w postaci obecnych w tekście publikacji cytatów, omówień, przywołań. Literatura przedmiotu, to wykaz źródeł istotnie tematycznie związanych z prezentowanym w pracy przedmiotem – problemem naukowym. Wynika z tego, że między zbiorem źródeł w postaci literatury przedmiotu a zbiorem źródeł w postaci bibliografii zachodzi stosunek inkluzji (literatura przedmiotu zawiera w sobie bibliografię). Nie ma rygorystycznych zasad stosowania takich sposobów przedstawiania wykazu źródeł poza jedną, nienaruszalną, wynikającą ze stosunku inkluzji zbiorów: literatura przedmiotu musi zawierać w sobie bibliografię.

Wybór sposobu przedstawienia wykazu źródeł to przywilej autora pracy. Autor tej pracy zdecydował się na ich wykaz w postaci literatury przedmiotu. Uznał bowiem – uwzględniając sytuację tworzonej nowej dyscypliny nauki wymagającej włączenia jej w zastane otoczenie metodologiczne oraz mając na uwadze możliwy szeroki krąg potencjalnych odbiorców publikacji w dziedzinach: nauka, dydaktyka, inżynieria, gospodarka, administracja – że warto obok pozycji bibliograficznych wykorzystanych wprost do rozwiązania problemu naukowego pracy pomieścić w ich wykazie również wprost nie wykorzystane źródła ważne, istotnie powiązane z tym problemem w szerszym kontekście teoretycznym.

W tym wykazie razić może względna nadreprezentacja starszych publikacji. Wyjaśnić ją można następująco. Nauka rozwija się na dwa skorelowane sposoby: ewolucyjny i rewolucyjny. Model ewolucyjny jest właściwy pracom badawczym o roli przyczynkarskiej, nie zmieniającym paradygmatów nauki. Model rewolucyjny (model rozwoju skokowego) dotyczy prac zmieniających paradygmaty nauki, tj. wprowadzającym nowe – w tym obalające dotychczasowe – pojęcia i teorie²². Z mechanizmu powstawania paradygmatów nauki wynika, że pojawiają się one z niewielką częstotliwością w czasie. Np. pomimo znacznego upływu lat nie podważone po dzień dzisiejszy teorie nauki, jak teoria heliocentryczna M. Kopernika z 1543 r. czy teorie względności A. Einsteina – szczególnie z 1905 r. i ogólna z 1915 r. – ciągle stanowią paradygmaty nauki nie tracąc niczego ze swojego znaczenia.

Paradygmaty – nie przyczynki – budują ostatecznie trwałą teorię nauki. Tak jest również w przypadku tworzonej teorii jej nowej dyscypliny jaką jest ekonomika przestrzeni turystycznej. Niestety, od końca lat 1980 obserwuje się głęboki kryzys rozwojowy teorii kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Według wiedzy autora, po 1998 r., kiedy ukazała się istotna publikacja autorstwa Baud-Bovy M., Lawson F. nie opublikowano w tej dziedzinie ni jednego osiągnięcia o właściwości jej paradygmatu. Wydane po 1980 prace to w przytłaczającej przewadze zaledwie przyczynki do budowy teorii nauki, które w ich znacznej części stosują lub weryfikują po raz „n-ty” stare paradygmaty lub – nimi inspirowane – próbują je co najwyżej rozwijać, w jakiś sposób udoskonalić. Tak właśnie jest w przypadku przywołanych w tej pracy paradygmatów: idei „sprzężeń przestrzennych w turystyce” O. Rogalewskiego 1974, czy „koncepcji cyklu ewolucji obszaru turystycznego” R.W. Butlera 1980.

Zatem, aktualny kryzys rozwojowy nauki o kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej objawiający się brakiem jej nowych paradygmatów, to jedyna i wyłączna racja, dla której w niniejszej pracy, mającej na celu stworzenie podstaw teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej (która może być rozumiana jako zbiór paradygmatów tej dyscypliny), niewiele jest przywołań naukowo wartościowszych publikacji z ostatnich lat i to tych w ich charakterze zaledwie przyczynkarskich.

W aspekcie tematyki prac i specjalizacji naukowej ich autorów obserwuje się w obrębie literatury przedmiotu kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej następujące prawidłowości:

- w światowej i polskiej literaturze przedmiotu dominują ilościowo prace geografów nt. przestrzeni geograficznej i przestrzeni turystycznej.

²² Kwestię rewolucyjnego rozwoju nauki wnikliwie rozważył T.S. Kuhn w pracy *The Structure of Scientific Revolutions*, 1962.

Głównie ogniskują się one na opisie i objaśnianiu tych przestrzeni, a w szczególności ich systemu, struktury i ewolucji.

- prace z dziedziny urbanistyki turystycznej (planowania przestrzeni turystycznej, zagospodarowania turystycznego) autorstwa teoretyków i inżynierów tej dyscypliny koncentrują się albo na ujęciu teorii zagospodarowania turystycznego (prace w znacznej mniejszości) albo jego praktyki – inżynierii zagospodarowania turystycznego. Przeważa orientacja na planowanie turystycznych struktur funkcjonalno- przestrzennych regionu i obszaru turystycznego oraz projektowanie zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego.

W aspekcie wartości ich problemu naukowego, zdaniem autora niniejszej publikacji za prace spełniające pozytywnie przyjęte kryteria oceny takiej wartości, a zarazem znaczące dla rozwoju teorii przestrzeni turystycznej należy uznać:

- **w obrębie nauki geografii przestrzeni turystycznej:**

- modele systemu przestrzeni turystycznej.

Należą tutaj prace oryginalne, interesujące naukowo: problemowo i metodologicznie, ale z racji zawodności naukowej i praktycznej ich metodologii obecnie w zasadzie zapomniane i nie rozwijane przez innych autorów²³. Do tej grupy prac należą (w porządku chronologicznym) np.: Ellis J.B., Doren C.S., 1966; Kostrowicki A.S., 1975; Prieobrazienski W.S., 1979; Krzymowska-Kostrowicka A., 1980; Lainé P., 1985; Sessa A., 1985. Najpełniejszy, najbardziej rozbudowany model systemu przestrzeni turystycznej przedstawiła Krzymowska-Kostrowicka A., 1980²⁴.

- modele struktury przestrzeni turystycznej.

Chronologicznie, spośród najważniejszych modeli struktury przestrzeni turystycznej należy wymienić wysoce zgeneralizowany model jej globalnej struktury jaki stworzył J.-M. Miossec, 1976, 1977; (autor niniejszej pracy nazywa go modelem I struktury globalnej przestrzeni turystycznej J.-M. Miosseca). Najbardziej kompletną i wyróżniającą się naukową jakością w tej grupie tematycznej jest praca J.-P. Lozato-

²³ Modele systemu przestrzeni turystycznej, modne i atrakcyjne ideowo w latach 1975-1990, jako w ich dotychczasowej postaci nie efektywne na gruncie nauki oraz zastosowań operacyjnych w inżynierii zagospodarowania turystycznego (i obecnie: inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej) okazały się metodologicznym fiaskiem naukowym i praktycznym. Obecnie stanowią one margines prowadzonych prac naukowych. Liczniejsze są ujęcia systemowe gospodarki turystycznej tworzone z pozycji ekonomii usług turystycznych, głównie marketingu produktu turystycznego – w tym terytorialnego, wśród których można wymienić: R. Baretje 1978, R.C. Mill, A.M. Morrison 1985, N. Leiper 1990a, 1990b.

²⁴ Jego krytyczna analiza znajduje się w rozdz. 2.2.2.2.3.2.1. Modele systemu.

Giotart, 1987. Szczególnie interesująca jest jej druga część *Typy i formy przestrzeni turystycznych*, w tym rozdziały 1 i 2 nt. typologii funkcjonalno-przestrzennych struktur obszarów turystycznych²⁵.

- modele ewolucji przestrzeni turystycznej.

Znane z literatury modele ewolucji przestrzeni turystycznej dotyczą obszaru turystycznego. Takie modele ewolucji, to pierwotnie specjalność środowiska badaczy francuskich i kanadyjskich. Należy tutaj wymienić przede wszystkim publikacje takich autorów, jak Miossec J.-M 1976, 1977 (model zwany przez autora niniejszej pracy modelem II ewolucji obszaru turystycznego) i Butler R.W. 1980. Pracę Butlera z 1980 r., prezentującą koncepcję cyklu ewolucji obszaru turystycznego należy w obecnym stanie nauki uznać za fundamentalną w tej dziedzinie. Ponadto, należy tutaj wymienić skompilowane pod redakcją tegoż autora dwa zbiory prac różnych autorów nt. aplikacji, modyfikacji i rozwijania jego koncepcji zwanej obecnie w skrócie TALC (ang. *Tourism Area Life Cycle*) przez naukę i praktykę z okresu 25-lecia od dnia jej pierwszej publikacji (Butler R.W. 2006a, 2006b)²⁶.

- **w obrębie nauki zagospodarowania turystycznego** (urbanistyki turystycznej, turystycznego planowania przestrzennego):
 - pracę Rogalewskiego O. 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*. Jest to publikacja niesłusznie zaliczana do publikacji geograficznych, w Polsce niedoceniana i najczęściej wymieniana tylko „dla porządku”, a poza Polską nieznana²⁷. Chociaż skromnej objętości i opublikowana w szkolnym wydawnictwie dydaktycznym – co może sugerować jej ograniczone: kompletność i naukową wartość – ujmuje ona, jak na ówczesny stan nauki, kompleksowo teorię zagospodarowania turystycznego. Szczegółowej wartości metodologicznej są zawarte w niej ostre znaczeniowo i spójne definicje pojęć z dziedziny zagospodarowania turystycznego. Wprowadza ona do teorii i praktyki zagospodarowania turystycznego (a obecnie już i ekonomiki przestrzeni turystycznej) kapitalnego znaczenia pojęcie: „sprzężenia przestrzenne w turystyce”²⁸. Precyzując

²⁵ Por. rozdz. 2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury.

²⁶ Por. rozdz. 2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.

²⁷ Nieznana w świecie z racji nieopublikowania jej w języku angielskim pełniącym obecnie funkcję dawnych, naturalnych języków międzynarodowych (języka nauki europejskiej – łaciny czy języka śródziemnomorskiej praktyki handlowej – *lingua franca*). Podobny błąd ze sfery „marketingu nauki” popełnił J.-M. Miossec publikując swoje naówczas pionierskie i rewelacyjne prace z teorii przestrzeni turystycznej w j. francuskim i w stosunkowo mało znanym w światowym środowisku naukowym, prowincjonalnym francuskim wydawnictwie uniwersyteckim Université d’Aix-Marseille. Takich błędów nie popełnił np. R.W. Butler.

²⁸ Na marginesie. Zdaniem autora niniejszej pracy wyprowadzonym na podstawie lektury przedmiotowej publikacji O. Rogalewskiego – gdzie idea ta została jedynie hasłowo sformułowana bez jej pogłębionego rozwinięcia – oraz jego pozostałych prac i wypowiedzi (w tym na-

i rozwijając to pojęcie autor niniejszej pracy zbudował na nim swoją „metodę analizy triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego”. W ekonomice przestrzeni turystycznej stanowi ona jeden z głównych instrumentów optymalizacji bilansu równowagi popyt turystyczny – podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej w aspekcie jej struktury²⁹.

- **w obrębie praktyki zagospodarowania turystycznego** (urbanistyki turystycznej, turystycznego planowania przestrzennego), planowania na operacyjnych terytorialnych poziomach regionu i obszaru turystycznego oraz projektowania na poziomie turystycznego obiektu inwestycyjnego należy przede wszystkim wymienić istotne prace prezentujące katalogi modeli takich planów i projektów:
 - pośród publikacji zagranicznych, najkompletniejszą w tej problematyce publikację Baud-Bovy M., Lawson F. 1998, 2 wyd.,
 - wśród publikacji polskich, prace Dębskiego L.A. 1974a, 1974b, 1975, 1977 z ich syntezą w postaci publikacji *Zagospodarowanie turystyczne*, 1978.

Idee pomieszczone w wymienionych tutaj cenniejszych naukowo i praktycznie publikacjach niniejsza praca nie tylko krytycznie omawia, ale nimi inspirowana niektóre z nich rozwija.

1.3. METODA

Jak to wskazano, rozwiązywane w niniejszej pracy problemy: naukowy i praktyczny sprowadzają się do tworzenia teorii (metodologii) nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej i przeniesienia jej na grunt praktyki (inżynierii).

Tworzenie teorii nauk empirycznych, a do takich zalicza się nauka ekonomiki przestrzeni turystycznej, opiera się na uzasadnieniu bezpośrednim (wprost z obserwacji) i pośrednim – z wnioskowania³⁰.

Wysoce praco- i czasochłonną czynnością badawczą w uzasadnianiu bezpośrednim jest obserwacja prowadzona na znacznym ilościowo zbiorze przypadków. W tej kwestii współczesny badacz nauk empirycznych znajduje się w dogodnej sytuacji. Sam nie musi prowadzić takich obserwacji. Do budowy twierdzeń i syntez naukowych może skorzystać z przyczynkarskiej i przesłankowej funkcji opublikowanych (również w formie elektronicznej) wyników licznych obserwacji przeprowadzonych przez innych badaczy.

ukowych pogawędek z autorem niniejszej pracy), nie był on chyba w pełni świadom doniosłości swego naukowego odkrycia.

²⁹ Por. rozdz. 6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury.

³⁰ Szczegółowiej i obszerniej metodologia ekonomiki przestrzeni turystycznej jest przedstawiona w rozdz. 2.2.2.2. Metodologia.

Dopuszcza to w jej semiotycznym składniku metodologia nauk, która przedmiotem czynności (procedur) badawczych czyni nie tylko badaną rzeczywistość, ale również opublikowane, zwerbalizowane rezultaty tych czynności. Takim sposobem, do dyspozycji badacza w naukach empirycznych stoi całość ogromnego opublikowanego i względnie łatwo dostępnego (w tym np. w Internecie) cudzego dorobku naukowego o charakterze przesłanek do tworzenia teorii nauki.

Taka metoda pozyskiwania obserwacji – obserwacyjnych studiów przypadków – leży u podstaw nowoczesnej organizacji pracy naukowej w naukach empirycznych. Pozwala ona we względnie krótkim czasie pozyskać materiał obserwacyjny w postaci znacznej liczby publikowanych studiów przypadków – rezultatów cudzych analitycznych czynności badawczych – i na ich podstawie formułować bezpośrednio lub pośrednio (poprzez wnioskowanie) twierdzenia, koncepcje i teorie nauki.

Przedstawiony sposób postępowania badawczego ma i tę zaletę, że unika się swoistego „marnotrawstwa” znajdujących się w stanie ogromnej obfitości wyników studiów analitycznych, obserwacji, które może nigdy nie zostałyby wykorzystane przez ich autorów w formułowaniu i uzasadnianiu syntez – twierdzeń nauki.

Rezultatami takiego postępowania badawczego są przedstawione w niniejszej pracy poszczególne autorskie definicje, twierdzenia i koncepcje. Tytułem przykładów można wymienić takie jego efekty, jak ład definicyjny, koncepcja determinizmu walorystycznego, koncepcja bilansu podaży turystycznej – popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej, metoda analizy triady sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych w przestrzeni turystycznej, metoda analizy „syndromu modliszki” w gospodarce obszaru turystycznego, koncepcja spirali atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego czy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Tworzenie teorii praktyki – inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej odbywa się poprzez przeniesienie interpretacyjne na jej grunt uznanych za prawdziwe lub wysoce prawdopodobne twierdzeń teorii nauki tej dyscypliny. Dzieje się to z zastosowaniem wnioskowania dedukcyjnego.

Budowa teorii nauki została przez autora poddana – na ile tylko było to możliwe – rygorowi ekonomii myślenia ujętemu w zasadzie „brzytwy Ockhama”: nie należy mnożyć bytów bez potrzeby³¹. Zaleca ona możliwie najdalej posuniętą prostotę w opisie i wyjaśnianiu faktów oraz w formułowaniu definicji, twierdzeń i koncepcji. Autor stara się stosować do niej, ale nie przesadnie – z ograniczeniem, jak to, zawarte w sentencji przypisywanej m. innymi

³¹ Ang. „*Ockham's Razor*”; w pierwotnej wersji łacińskiej brzmi ona: *entia non sunt multiplicanda sine necessitate*. Wiliam of Ockham (1287-1347) – angielski franciszkanin, teolog i scholastyczny filozof.

A. Einsteinowi: czyń każdą rzecz tak prostą, jak to jest możliwe, ale nie (jeszcze) prostszą (tłum. autora)³².

Postulatem ekonomii myślenia kieruje się autor pracy nie tylko wtedy, gdy poddaje krytyce nieostre znaczeniowo (zjawiska wieloznaczności i synonimiczności) definicje np. zagospodarowania turystycznego, przestrzeni turystycznej, turysty, walorów i atrakcji turystycznych, które uważa on za jedno z przyczyn szkodliwej niespójności teorii nauk o turystyce, ale i wówczas, gdy formułuje własną teorię ekonomiki przestrzeni turystycznej.

1.4. STRUKTURA

Sformowana w sześć rozdziałów struktura pracy odzwierciedla konstrukcję fundamentalnego problemu ekonomiki przestrzeni turystycznej, jakim jest ustalenie w tej przestrzeni bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna.

Po wprowadzeniu (rozdział 1) charakteryzującym zawartość publikacji (problemy pracy: naukowy i praktyczny, krytyczny przegląd literatury przedmiotu, metoda i struktura) kolejny rozdział 2 poświęcony jest metodologicznym podstawom ekonomiki przestrzeni turystycznej. Obejmuje on dwa bloki zagadnień metodologicznych: pierwszy poświęcony zagospodarowaniu turystycznemu – dotychczas praktykowanemu, ułomnemu metodologicznie urbanistycznemu, podażowemu podejściu do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej, drugi – wolnej od takiego mankamentu, postulowanej w tej pracy ekonomice przestrzeni turystycznej. Metodologiczny aspekt zagospodarowania turystycznego ukazany jest poprzez rozważenie jego definicji sprawozdawczych oraz definicji projektującej. W odniesieniu do ekonomiki turystycznej przedstawiono jej definicję, przedmiot, cel oraz jej wzajemnie powiązane aspekty: naukowy (miejsce w systemie nauk, złożona metodologia) i powiązany z nim praktyczny (inżynierski).

Następny rozdział 3 skoncentrowany jest na rozważeniu przestrzeni turystycznej – przedmiotu ekonomiki przestrzeni turystycznej, w którym optymalizowany jest bilans: popyt turystyczny – podaż turystyczna.

Kolejne dwa rozdziały poświęcone zostały problemom związanym ze stronami bilansu w przestrzeni turystycznej. Rozdział 4 popytowi turystycznemu jako problemowi w ekonomice przestrzeni turystycznej, gdzie jest on odmiennie rozumiany, aniżeli w ekonomice usług turystycznych. Podjęte są takie zagadnienia, jak: definicja turysty i jego potrzeb oraz źródeł ich zaspokojenia w przestrzeni turystycznej; popyt turystyczny z jego definicją, rolą,

³² Ang. *make everything as simple as possible, but not simpler*.

czynnikami, kształtując neutralnymi: diagnozowaniem i prognozowaniem oraz modelującymi: planowaniem i projektowaniem.

Rozdział 5 odnosi się do drugiej strony bilansu – podaży turystycznej. Potencjał podażowy określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów do zaspokajania pełni ich potrzeb – podobnie jak w przypadku popytu turystycznego, na który stanowi on odpowiedź – jest różnie rozumiany w ekonomice usług turystycznych oraz w ekonomice przestrzeni turystycznej.

Emanacją w przestrzeni turystycznej podaży turystycznej, pojmowanej w ekonomice przestrzeni turystycznej jako terytorialne świadczenie turystyczne obszaru obejmujące świadczenie ze strony walorów turystycznych oraz zespół usług turystycznych – terytorialny produkt turystyczny (a więc pojętej szerzej aniżeli jest to w ekonomice usług turystycznych, gdzie podaż turystyczna to tylko oferowany na rynku zespół usług turystycznych), są występujące w tej przestrzeni elementy: w przypadku świadczenia ze strony walorów turystycznych – walory turystyczne z ich funkcjami (atrakcjami), w przypadku usług turystycznych – sprzężone z nimi funkcjonalnie obiekty infrastruktury turystycznej.

Szczególniej uwagi udzielono materialnym i niematerialnym walorom turystycznym, krytycznie, egzystencjalnie i rozwojowo najważniejszemu reprezentantowi podaży turystycznej w przestrzeni turystycznej. Przedmiotem rozważań są: natura ontyczna walorów turystycznych, determinizm walorystyczny jako naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej, racjonalne gospodarowanie walorami turystycznymi obejmujące ich typologię, identyfikację, atrakcyjność i jej ocenę oraz stan i nim zarządzanie (to ostatnie głównie w kontekście zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej).

Zarządzanie stanem walorów turystycznych ukazano poprzez udział we wprowadzaniu jego zmian pożądanym oraz w przeciwdziałaniu jego zmianom szkodliwym (ich czynnikom i skutkom).

Infrastrukturę turystyczną – drugi podażowy, reprezentujący usługi turystyczne element w przestrzeni turystycznej i zarazem jej materialny składnik przedstawiono poprzez definicje z komentarzem jej typów funkcjonalnych oraz charakterystykę jej trendu globalnego.

Usługi turystyczne przynależą do domeny ekonomiki usług turystycznych. Nie stanowią składnika przestrzeni turystycznej i z tego powodu w zasadzie leżą poza dziedziną zainteresowania ekonomiki przestrzeni turystycznej. Jednak z racji ich istotnego związku funkcjonalnego i przestrzennego z reprezentującymi je w przestrzeni turystycznej obiektami infrastruktury turystycznej, w których są one świadczone, stanowią one w pracy przedmiot uwagi, ale w takim tylko ich ograniczonym aspekcie relacyjnym.

Terytorialny produkt turystyczny jako kwestia ekonomiki przestrzeni turystycznej, ukazany jest poprzez takie zagadnienia, jak: definicja, czynniki

popytu, atrakcyjność immanentna (niezależna od czynników zewnętrznych) z jej spiralą ewolucji w czasie i atrakcyjność względna – konkurencyjność oraz specyficzna forma przestrzennej organizacji takiego produktu – klaster turystyczny.

Rozdział 6 konkluduje prezentację teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej rozważeniem jej fundamentalnego problemu – bilansu równowagi: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej – ściślej: w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów. Omówiono kryteria optymalizacji takiego bilansu, jakimi są determinizm walorystyczny oraz zrównoważony i trwały rozwój gospodarki turystycznej. Następnie przedstawiono ekonomiczne, planistyczne i prawne instrumenty ustalenia bilansu równowagi gospodarki turystycznej w obszarze turystycznym, przez co rozumie się ustalenie jej zrównoważonego i trwałego rozwoju. Rozdział wieńczy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Pracę zamykają: posłowie, literatura przedmiotu, spis rycin, spis tabel oraz streszczenie angielskie.

* * *

Dziękuję memu przyjacielowi Thierry COLTIER, Prezesowi HORWATH HTL France (Paris) gabinet inżynierii: hotelarstwa, ekonomiki turystycznej i czasu wolnego za udostępnienie niepublikowanych, wykonanych w odniesieniu do licznych regionów świata, wysokiej wartości metodycznej dokumentów: studiów, planów i projektów. Wymienione dokumenty dały mi podstawę do pogłębionej refleksji nad teorią ekonomiki przestrzeni turystycznej.

2. Ekonomia przestrzeni turystycznej – podstawy metodologiczne

Metodologiczne podstawy ekonomiki przestrzeni turystycznej są ukazane poprzez następujące zagadnienia: metodologię zagospodarowania turystycznego rozumianą jako przestrzenny (urbanistyczny) punkt wyjścia do tworzenia metodologii ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz metodologię ekonomiki przestrzeni turystycznej.

2.1. ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE³³

Przestrzenną podstawą do tworzenia metodologii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest oparte zasadniczo na przesłankach podażowych planowanie i projektowanie urbanistyczne tej przestrzeni, realizowane w ramach czynności zagospodarowania turystycznego, zwane inaczej urbanistyką turystyczną albo turystycznym planowaniem przestrzennym.

Nazwa „zagospodarowanie turystyczne” pojawia się coraz częściej od połowy XX w., gdy wcześniej niespotykany wzrost liczby podróży turystycznych i znaczenia gospodarki turystycznej stały się problemem globalnym i poważnym. Zaczęto wówczas interesować się zracjonalizowaną gospodarką turystyczną, w tym i gospodarowaniem przestrzenią turystyczną – kształtowaniem przestrzeni geograficznej do potrzeb podróżującego w celach turystycznych człowieka³⁴.

Zastanawiające jest to, że pomimo względnie długiego upływu czasu pojęcie zagospodarowania turystycznego w polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu pozostaje zróżnicowane, wieloznaczne i nie doczekało się porozumienia środowiska nauki w wyjściowej dla każdej dyscypliny naukowej kwestii metodologicznej – jej jednolitego pojmowania. Prowadzi to często do

³³ Treść rozdz. 2.1 została już w znacznej jej części i postaci opublikowana: S.S. Szadziński, 2015, *O pojmowaniu zagospodarowania turystycznego*, [w:] *Geograficzne aspekty rozwoju turystyki*, J. Michniewicz, J. Piekarczyk (red.), seria: Studia i Prace z Geografii nr 51, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 29-44.

³⁴ Funkcjonalnym celem – motywem podróży turystycznej człowieka jest zaspokojenie takich jego specyficznych potrzeb zwanych potrzebami motywacyjnymi turysty, jak wypoczynek, poznanie i emocje w sytuacji, gdy nie może on ich – w oczekiwanych przezeń rodzaju i jakości – zaspokoić w miejscu swego stałego zamieszkania. Taka racja „czyni z człowieka turystę”.

daleko idących w skutkach konfuzji i nieporozumień, czyli zjawisk szkodliwych dla rozwoju nauki. Wymaga to usunięcia takiego metodologicznego braku.

2.1.1. DEFINICJE SPRAWOZDAWCZE: TYPOLOGIA, KRYTYCZNA ANALIZA

Każda ze znanych w literaturze przedmiotu – więc sprawozdawczych – definicji zagospodarowania turystycznego (*definiendum*) daje się zaliczyć według kryterium klasy (rodzaju) przedmiotu występującego w jej *definiensie* do jednego z trzech typów³⁵ definicji, a mianowicie:

Typ 1: *definiens* wskazuje na czynności (definicje „czynnościowe”).

Zagospodarowanie turystyczne jest tutaj rozumiane jako akt sprawczy, czynności mające na celu kreowanie (stworzenie) i kształtowanie przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów. Autorami, których stanowisko można zaliczyć do takiego typu definicji zagospodarowania turystycznego są np. O. Rogalewski 1974, s. 7; L.A. Dębski 1978, s. 13; S.S. Szadziński 1984, s. 31; K. Naumowicz 1990, s. 214 – (za Kowalczyk A., Derek M., 2010, s. 13) i A. Pawlikowska-Piechotka 2009, s. 15;

Typ 2: *definiens* wskazuje na rzeczy – wytwory czynności (definicje „rzeczowe”).

W tym typie definicji, zagospodarowanie turystyczne to rzeczy, zawężona do infrastruktury turystycznej³⁶ dziedzina jednego ze zmaterializowanych (obok materialnych walorów turystycznych) rezultatów aktu sprawczego mającego na celu kształtowanie przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów. Pojęcie „zagospodarowanie turystyczne” jest w tym przypadku znaczeniowo utożsamiane z funkcjonującym powszechnie pojęciem „infrastruktura turystyczna” (albo „urządzenia turystyczne”), zazwyczaj ograniczanym zakresowo do turystycznej infrastruktury egzystencjalnej (bytowej: noclegowej, żywieniowej, towarzyszącej) i transportowej.

Infrastruktura organizacji podróży oraz infrastruktura motywacyjna, czyli infrastruktura zbudowanych na walorach turystycznych ich funkcji – atrakcji turystycznych (wchodząca w ujęciu O. Rogalew-

³⁵ „Typ – 1, wzór, któremu odpowiada pewna seria przedmiotów, ludzi, zjawisk itp.” *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

³⁶ Infrastruktura turystyczna to budynki, budowle i urządzenia techniczne służące – zazwyczaj poprzez świadczone w nich usługi turystyczne – zaspokojeniu potrzeb turysty: organizacji podróży, motywacyjnych, egzystencjalnych i transportowych. Obszerniejszą prezentację kwestia znalazła w rozdz. 5.3. Infrastruktura turystyczna.

skiego 1974, w zakres zwanej przez niego „turystycznej infrastruktury towarzyszącej”) są w tego rodzaju definicjach często pomijane. Taki typ definicji przyjęli np. J. Warszńska i A. Jackowski 1978, s. 28 i 252; J. Kruczała 1986, s. 5; J. Kaczmarek, A. Stasiak i B. Włodarczyk 2005, s. 53; D. Matuszewska 2008, s. 65;

Typ 3: *definiens* wskazuje zarówno na czynności, jak i na rzeczy (definicje „czynnościowo-rzeczowe”). W tym typie definicji, pojęcie zagospodarowania turystycznego to hybryda pojęć. *Definiens* wskazuje rozłącznie lub łącznie na różne klasy przedmiotów: niematerialne – różne rodzajowo czynności i materialne – rzeczy, co pociąga za sobą logiczny błąd wieloznaczności. Ten typ definicji występuje w dwóch odmianach:

Typ 3a – zagospodarowanie turystyczne jest rozumiane łącznie jako akt sprawczy (czynności) kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów i jako rzeczy – jeden z materialnych rezultatów tego aktu sprawczego, jako infrastruktura turystyczna. Między czynnościami kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej oraz ich materialnym rezultatem rzeczą – infrastrukturą turystyczną zachodzi genetyczny związek przyczynowo-skutkowy. Tak istotę zagospodarowania turystycznego ujmuje J. Płocka 2009, cz. 1, s. 15;

Typ 3b – zagospodarowanie turystyczne jest rozumiane zarazem:

- łącznie, jako infrastruktura turystyczna (należąca do klasy rzeczy) i jako usługi turystyczne³⁷ (należące do klasy czynności),
- rozłącznie, w alternatywie: albo jako infrastruktura turystyczna albo jako usługi turystyczne. Co istotne, odmienne aniżeli w definicji typu 3a, występujące w niej rzeczy (infrastruktura turystyczna) nie są rezultatem zawartych w jej *definiensie* czynności – w tym przypadku usług turystycznych. Nie ma między nimi genetycznego związku przyczynowo – skutkowego. Tak rozumieją zagospodarowanie turystyczne A. Kowalczyk i M. Derek 2010, s. 18³⁸.

³⁷ Uwaga: w niniejszej pracy, nazwy: „usługa turystyczna” (semantycznie właściwsza) i rozumiany niematerialnie „produkt turystyczny” są – zgodnie z powszechnym zwyczajem w nauce ekonomiki turystycznej – używane jako nazwy synonimiczne.

³⁸ „... termin „zagospodarowanie turystyczne” należy rozumieć jako system połączonych ze sobą funkcjonalnie urządzeń turystycznych i usług (w niektórych przypadkach mogą to być jednak same urządzenia lub też same usługi), które występują na określonym obszarze, powstały w celu udostępnienia turystom walorów przestrzeni geograficznej (środowiska geograficznego), i które służą zaspokojeniu szeroko rozumianych potrzeb turystyczno-rekreacyjnych człowieka.” (cytat: A. Kowalczyk, M. Derek 2010, s. 18).

Warto zauważyć, że definicja ta zawiera kumulację kilku błędów metodologicznych, a mia-

Problem wielości znaczeń i nieostrości pojmowania zagospodarowania turystycznego najlepiej wyraża się w definicji typu 3b. Pozwala ona rozumieć zagospodarowanie turystyczne dowolnie (bez wskazania warunków wyboru opcji) w granicach dopuszczanej w niej trójskładnikowej alternatywy. Zagospodarowanie turystyczne jest tutaj utożsamiane z funkcjonującymi już w swoich różnych rodzajowo zakresach denotacyjnych pojęciami: infrastruktura turystyczna (materialne rzeczy) i usługi turystyczne (niematerialne czynności), tkwiącymi w zupełnie odmiennych dyscyplinach nauki i praktyki. Infrastruktura turystyczna – w ekonomice przestrzeni turystycznej (w tym, w jej pierwiastku urbanistycznym – w zagospodarowaniu turystycznym pojętym czynnościowo), jako przedmiot planowania oraz w ekonomice usług turystycznych, jako przedmiot inwestycji budowlanej i zbiór obiektów do świadczenia usług turystycznych. Usługi turystyczne – w ekonomice usług turystycznych³⁹.

nowicie np.:

- utożsamia pojęcie „przestrzeń geograficzna” z pojęciem „środowisko geograficzne”. Środowisko geograficzne to byt odmienny aniżeli przestrzeń geograficzna. Środowisko geograficzne stanowi treść przestrzeni geograficznej.
- dopuszcza świadczenie usług turystycznych w przestrzeni geograficznej bez udziału materialnych warunków ich świadczenia – obiektów infrastruktury turystycznej. Np. trudno sobie wyobrazić w materialnej przestrzeni geograficznej profesjonalne świadczenie usług noclegowych poza obiektami turystycznej infrastruktury noclegowej (bez obiektu hotelowego, schroniska turystycznego itp.). Skądinąd prawdą jest, że istnieją i dynamicznie rozwijają się określone usługi turystyczne, które nie wymagają materialnej infrastruktury turystycznej. Są to głównie usługi z zakresu organizacji podróży, w tym usługi przewodnickie oraz usługi sprzedaży produktów turystycznych – te ostatnie świadczone w przestrzeni wirtualnej tj. poza materialną przestrzenią geograficzną (tzw. e-tourism, m-tourism).
- w sposób nieuzasadniony zawęża pojęcie walorów turystycznych jako przedmiotu udostępnianego turystom przez zagospodarowanie turystyczne (rozumiane tutaj jako *system połączonych ze sobą funkcjonalnie urządzeń turystycznych i usług*) do walorów *przestrzeni geograficznej (środowiska geograficznego)*. Definicja pomija w ten sposób walory turystyczne należące do motywacyjnego typu walorów emocjonalnych: kulturowe, religijne, sportowe i silnej więzi społecznej. Nie są one materialnymi składnikami środowiska geograficznego przestrzeni geograficznej, ale w tej przestrzeni występują (mają w niej swój adres) i są dla turystów – w tym frekwencyjnie – znaczące.
- zawiera błąd logicznego podziału zbioru twierdząc mało refleksyjnie o „potrzebach turystyczno – rekreacyjnych”. Wszystkie potrzeby turysty są ze swej natury turystyczne, w tym jego potrzeby rekreacyjne (wypoczynkowe), ale nie wszystkie potrzeby rekreacyjne człowieka są potrzebami turystycznymi. Istnieją bowiem rekreacyjne potrzeby człowieka zaspokajane poza podróżą turysty, ale wówczas nie są potrzebami turystycznymi i jako takie nie są przedmiotem zagospodarowania turystycznego rozumianego jako czynności.

³⁹ Na marginesie: „ekonomika usług turystycznych” bywa w literaturze zwana nieadekwatnie „ekonomiką turystyki”. Rodzi to nieporozumienia. Po pierwsze, ekonomika turystyki, ściślej – ekonomika turystyczna – obejmuje obok ekonomiki usług turystycznych również ekonomikę przestrzeni turystycznej (ale, np. G. Guibilato 1983, w swej pracy „*Économie touristique*”

Podobnie, jak w definicji typu 3a to samo *definiendum* odnoszone jest zamiennie do różnych pojęć (różnych *definiens*). Jest oczywiste, że wywołuje to konfuzję pojęciową, co przeczy postulatowi tworzenia definicji wolnych od wieloznaczności i nieścisłości.

To, co mieści się w zakresie pojmowanego jak w definicji typu 3b zagospodarowania turystycznego, a więc turystyczne: infrastruktura i usługi, służące łącznie zaspokajaniu potrzeb turystów należałoby zaliczyć – obok walorów turystycznych z ich atrakcjami – do systemu warunków zaspokajania potrzeb turystów na danym obszarze ich recepcji (obszarze turystycznym). Takie rozumienie zagospodarowania turystycznego jest więc bliskie pojęciu „terytorialnego produktu turystycznego”.

W konkluzji należy stwierdzić, że definicje typów 2 i 3 są trudne do zaakceptowania na gruncie nauki. Niewłaściwe bowiem jest tworzenie definicji znaczeniowo nieostrych, dopuszczających oboczne i rodzajowo sprzeczne rozumienia nazwy, a w przypadku typu 3 ponadto ich nie poddane jakimkolwiek regułom, dowolne kontekstowo stosowanie. Rodzi to konfuzję pojęć, prowadzi do niespójności wiedzy w danej dyscyplinie. W takich warunkach nie jest możliwe tworzenie spójnej – rozumianej jako system – teorii określonej dyscypliny naukowej, spójnej zarówno na gruncie jej pojęć i – konsekwentnie – jej tez, koncepcji i teorii cząstkowych⁴⁰.

Można przypuszczać, że źródła rodzącego konfuzję podejścia do pojmowania zagospodarowania turystycznego są rozmaitego rodzaju, a mianowicie: pomieszczenie przedmiotów i celów geografii i zagospodarowania turystycznego oraz pomieszczenie pojęć: przestrzeń turystyki – przestrzeń turystyczna – środowisko geograficzne.

Pomieszczenie przedmiotów i celów: geografii i zagospodarowania turystycznego

zawęża pojęcie całej ekonomiki turystycznej do ekonomiki usług turystycznych).

Po wtóre, jeśli przez „turystykę” rozumieć aktywność turysty – „ekonomikę turystyki” należałoby interpretować jako „ekonomikę aktywności turysty”. Tak rozumiana ekonomika turystyki ogniskowałaby się na ekonomizacji przez turystę jego podróży turystycznej (zwłaszcza relacji: jakość – cena nabywanej przezeń usługi turystycznej) a nie na świadczeniu usług przez gospodarujący podmiot. Nie byłaby ona ekonomiką usług turystycznych.

Po trzecie, jeżeli – tak, jak to czyni i autor niniejszej pracy – przez „turystykę” rozumieć ogół zespolonych funkcjonalnie wokół turysty, rozmaitych w ich charakterze zjawisk (ekonomicznych, społecznych, psychologicznych, przestrzennych, ekologicznych itd.), to ekonomika tak pojętej turystyki – ze względu na nieusuwalne problemy metodologiczne – traci sens.

⁴⁰ „Teoria naukowa, metodologiczny system twierdzeń logicznie i rzeczowo uporządkowanych, powiązanych określonymi stosunkami log. występującymi w danej nauce, oraz spełniający przyjęte w niej kryteria naukowości i poprawności metodologicznej”, *Nowa Encyklopedia Powszechna PWN*, 1997, tom 1, s. 361.

Autorami definicji zagospodarowania turystycznego obciążonych błędami nieostrości, konfuzji pojęciowej są najczęściej badacze zajmujący się zagospodarowaniem turystycznym z pozycji geograficznych (np. Kowalczyk A., Derek M., 2010, s. 11).

Przedmiotem geografii jest materialna i obiektywna przestrzeń geograficzna (wypełniona środowiskiem geograficznym: przyrodniczym i cywilizacyjnym) oraz człowiek z jego w niej działalnością. Jej celem – opis i wyjaśnianie przestrzennego zróżnicowania i wzajemnych relacji funkcjonalno-przestrzennych składników jej przedmiotu. Przedmiotem geografii turystycznej jest ta część przestrzeni geograficznej, którą określa się mianem przestrzeni turystycznej.

Jednak, przedmiotem zagospodarowania turystycznego w ujęciu cytowanych geografów nie jest, inaczej jak należało się spodziewać, przestrzeń geograficzna, ni jej specyficzna część – przestrzeń turystyczna. Są nim tylko występujące w tych przestrzeniach rzeczy – infrastruktura turystyczna (jak w definicji typu 2) albo także rzeczy w połączeniu lub w alternatywie z leżącymi poza zakresem materialnego bytu takiej przestrzeni czynnościami (jak w definicjach typu 3). Mogą to być czynności przestrzeni kształtujące (czynności planistyczne i projektowe – jak w definicji typu 3a) albo jej nie kształtujące (np. usługi – jak w definicji typu 3b).

Celem zagospodarowania turystycznego według cytowanych geografów nie są czynności planistyczne, projektowe oraz realizacyjne – inwestycyjne tworzenia i kształtowania przestrzeni turystycznej, a właściwe geografii badanie rekonstruuje i wyjaśniające *ex post* takie czynności. Dotyczy to badania procesu ewolucyjnego przestrzeni turystycznej, występujących w niej zmaterializowanych pośrednich rezultatów takich czynności – infrastruktury turystycznej, a nawet – jak w przypadku definicji typu 3b – nie pozostających w bezpośrednim genetycznym związku przyczynowym z kreowaniem i kształtowaniem przestrzeni turystycznej – usług turystycznych.

Geografia turystyczna próbuje wkraczać w problematykę teorii (metodologii) kreacji i kształtowania przestrzeni turystycznej, co do której nie ma *ex definitione* misji, ani nie dysponuje stosownymi instrumentami (metodologią)⁴¹.

⁴¹ Podobny błąd przekroczenia kompetencji geografa, nierozróżnienia – z jednej strony – misji i metodologicznej istoty geografii badającej *ex post* przestrzeń geograficzną i nie biorącej wprost udziału w jej kształtowaniu oraz – z drugiej strony – istoty interweniującej w przestrzeń, biorącej wprost udział w jej kształtowaniu tzw. gospodarki przestrzennej – jakkolwiek rozumianej: albo jako gospodarka przestrzenią geograficzną – planowanie i projektowanie przestrzeni geograficznej, albo jako gospodarka w takiej przestrzeni – realizacja inwestycji budowlanych i prowadzenie działalności gospodarczej (np. świadczenie usług turystycznych) w takiej przestrzeni popełnia ekonomista, autor tak modnej obecnie koncepcji „nowej geografii ekonomicznej” P. Krugman. Według R. Domańskiego 2006, s. 171, „w jego ujęciu geografia staje się gospodarką przestrzenną”. Wynikałoby z tego, że P. Krugman jako ekonomista ma kłopot z metodologiczną istotą zarówno geografii, jak i tzw. gospodarki przestrzennej.

Geografowie mający problem metodologiczny z kształtowaniem przestrzeni turystycznej chcą jednak ze swej perspektywy definiować zagospodarowanie turystyczne, jego przedmiot i cel. Pragną geografie przestrzeni turystycznej, tj. geografie opisującą i wyjaśniającą zastaną przez nich przestrzeń turystyczną lub tylko same antropogenne elementy składowe jej środowiska geograficznego (jak np. infrastruktura turystyczna) i realizowane w tej przestrzeni funkcje (jak usługi turystyczne) nazywać zagospodarowaniem turystycznym⁴².

W odniesieniu do relacji: rozumiane czynnościowo zagospodarowanie turystyczne – geografia przestrzeni turystycznej stanowisko autora niniejszej pracy jest następujące:

- w kwestii przedmiotu: geografia przestrzeni turystycznej i zagospodarowanie turystyczne mają wspólny przedmiot. Jest nim przestrzeń turystyczna;
- w kwestii celu: geografia przestrzeni turystycznej i zagospodarowanie turystyczne mają różne cele.

Celem geografii przestrzeni turystycznej jest opis i objaśnianie *ex post* procesu kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej, w tym w postaci ich zmaterializowanych w przestrzeni turystycznej rezultatów (turystycznych struktur funkcjonalno-przestrzennych). Geografia nie uczestniczy bezpośrednio w tworzeniu przestrzeni turystycznej. Píše jej geografie historyczną. Sporządza ona „inwenturę” przestrzeni turystycznej już po procesie jej kreacji i kształtowania interwencją planistyczną i projektową zagospodarowania turystycznego oraz budowlaną interwencją inwestycyjną ekonomiki usług turystycznych w postaci realizacji w tej przestrzeni – w zgodzie z planami zagospodarowania turystycznego – nowych walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej⁴³. Jednak, geografia przestrzeni turystycznej może

⁴² Z powyższego względu i przyjętej przez jej autorów definicji zagospodarowania turystycznego, monografia zatytułowana przez A. Kowalczyka i M. Dereka *Zagospodarowanie turystyczne* 2010, powinna nosić tytuł *Geografia turystycznych: infrastruktury i usług*. Nie mogłaby ona nosić nawet tytułu *Geografia przestrzeni turystycznej* bowiem nie leży w przedmiocie owej publikacji pełne spektrum turystycznych elementów występujących w tej przestrzeni. Np. brak w niej prezentacji (brak stosownego rozdziału pracy) nt. walorów turystycznych, elementu genetycznie i egzystencjalnie krytycznego znaczenia dla powstania i ewolucji obszaru turystycznego i gospodarki turystycznej. Praca skupia się głównie na jednym tylko turystycznym elemencie – infrastrukturze turystycznej (urządzeniach turystycznych).

⁴³ Należy podkreślić, że tym, co faktycznie zmienia przestrzeń geograficzną (i turystyczną) jest realizacja w niej – w zgodzie z planem ogólnym zagospodarowania przestrzennego jako aktem prawa – inwestycji budowlanych: tworzonych walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej. Same tylko: planowanie i projektowanie tej przestrzeni – jakkolwiek nieodzowne – jedynie stwarzają wieloaspektowo najkorzystniejsze (funkcjonalnie-systemowo, przestrzennie-strukturalnie, społecznie, ekonomicznie i ekologicznie) – w postaci ładu przestrzennego – warunki do potencjalnej lokalizacji w tej przestrzeni nowych walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej (wraz ze świadczonymi w tych ostatnich usługami turystycznymi).

pośrednio uczestniczyć w kształtowaniu przestrzeni turystycznej wówczas, gdy spełnia zadania z dziedziny tzw. fizjografii urbanistycznej (w tym: ukierunkowanej celowo oceny środowiska geograficznego) lub np. pewne adaptowalne geograficzne modele i metody opisu i wyjaśniania przestrzeni geograficznej i przestrzeni turystycznej (np. modele jej systemu, struktury, ewolucji) byłyby pożytkowane w teorii i inżynierii zagospodarowania turystycznego w funkcji przesłanek do kształtowania takich przestrzeni⁴⁴.

Celem zagospodarowania turystycznego jest urbanistyczny (poprzez tworzenie modeli – planów przestrzeni turystycznej) i realizacyjny (poprzez inwestycje budowlane) udział w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów. Nauka zagospodarowania turystycznego wypełnia ten cel poprzez tworzenie teorii (metodologii) takich czynności, a jego praktyka (inżynieria) – poprzez stosowanie tej teorii w planowaniu i projektowaniu przestrzeni turystycznej oraz w realizacji w niej turystycznych inwestycji infrastrukturalnych.

Pomieszczenie pojęć: przestrzeń turystyczna – przestrzeń turystyki (turyzmu) – środowisko geograficzne

Konfuzja pojęć „przestrzeń turystyczna” i „przestrzeń turizmu”.

By przypomnieć: w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej, przestrzeń turystyczna to część wypełniona środowiskiem geograficznym (przyrodniczym i cywilizacyjnym) przestrzeni geograficznej – więc jak i ona byt materialny i obiektywny – wyróżniająca się trwałą w czasie obecnością turystów. Przestrzeń turystyczna stanowi wspólny przedmiot geografii przestrzeni turystycznej oraz rozumianego czynnościowo zagospodarowania turystycznego.

Jeżeli turystyka (turizm), to zespół różnorodnych w charakterze zjawisk społecznych (socjologicznych, psychologicznych, politycznych itp.), gospodarczych (w tym: turystyczna gospodarka przestrzenna reprezentowana przez zagospodarowanie turystyczne i szerzej – ekonomikę usług turystycznych), przyrodniczych i przestrzennych zogniskowanych funkcjonalnie wokół turysty i jego podróży, to „przestrzeń turystyki (turizmu)” obejmuje materialną i obiektywną przestrzeń turystyczną oraz szeroko pojętą turystycznie zorientowaną „przestrzeń” niematerialną. Ta ostatnia, to „przestrzeń” zjawisk niematerialnych, w części obiektywnych (np. zjawiska ekonomiczne, społeczne) i w części subiektywnych (jak np. związane z turystami zjawiska psychologiczne: sensualne, mentalne i emocjonalne)⁴⁵. Przestrzeń turystyki (turizmu) stanowi przedmiot np. geografii turystyki.

⁴⁴ Kwestia jest rozważona w rozdz. 2.2.2.2.2.3. Teorie i metody geograficzne.

⁴⁵ Problem „turystycznych przestrzeni niematerialnych i subiektywnych” podejmuje np. B. Włodarczyk 2009. Przykładem relacyjnego: turysta – przestrzeń środowiska geograficzne-

W świetle powyższego, odnosząc wzajemnie przedmioty: geografii turystyki – jakim jest przestrzeń geografii turystyki rozumiana jako zbiór jednej materialnej i wielu (w liczbie równej liczbie turystów) niematerialnych, obiektywnych i subiektywnych przestrzeni, oraz geografii przestrzeni turystycznej, zagospodarowania turystycznego i ekonomiki przestrzeni turystycznej – jakim jest jedna materialna, obiektywna przestrzeń turystyczna należy stwierdzić, że nie są one ani ontycznie (bytowo, rodzajowo), ani zakresowo tożsame. Przestrzeń turystyki nie może w sposób oczywisty być przedmiotem rozumianego czynnościowo zagospodarowania turystycznego oraz ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Badający przestrzeń z pozycji geografii usiłuje jednak w imię jedności przedmiotu geografii umieścić cały obszerny zakres przedmiotu geografii turystyki – przestrzeń turystyki w węższy zakresowo przedmiot – w przestrzeń turystyczną. Dokonuje więc on nieuzasadnionej metodologicznie paradoksalnej inwersji relacji zakresów tych pojęć („mniejsze – przestrzeń turystyczna zawiera w sobie większe – przestrzeń turystyki, którego jest częścią”). W ten sposób, przestrzeń turystyki staje się dlań przestrzenią turystyczną, a jako taka wspólnym przedmiotem geografii przestrzeni turystycznej i rozumianej czynnościowo zagospodarowania turystycznego i – konsekwentnie – ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Konfuzja pojęć: „przestrzeń turystyczna” i „środowisko geograficzne”.

Bywa, że nazwy „przestrzeń turystyczna” i „środowisko geograficzne” są traktowane synonimicznie i stosowane zamiennie⁴⁶. Nie jest to stanowisko metodologicznie uprawnione.

Materialną treścią wypełniającą przestrzeń geograficzną, jej część – przestrzeń turystyczną oraz przestrzeń turystyki w jej podprzestrzeni jaką jest materialna przestrzeń turystyczna, jest mające charakter atrybutu tych przestrzeni środowisko geograficzne. Skoro środowisko geograficzne istnieje i w przestrzeni turystycznej, jak i poza nią, to „przestrzeń turystyczna” i „środowisko geograficzne” są bytami różnymi nie tylko co do ich rodzaju, ale i co do zakresu występowania w przestrzeni geograficznej.

go rozumienia przestrzeni turystycznej jako przestrzeni istniejącej subiektywnie jest u niego pojęcie: „indywidualna przestrzeń turystyczna” (B. Włodarczyk 2009, s. 8). Nie ma ono żadnej wartości użytecznej w nauce i praktyce zagospodarowania turystycznego i – konsekwentnie – ekonomiki przestrzeni turystycznej. Wynika to – w kontekście tych dyscyplin – z mankamentów metodologicznych takiego pojęcia. Głównie dlatego, że rodzi to pytanie: zagospodarowanie turystyczne i ekonomika przestrzeni turystycznej – poza tworzeniem modelu (planu i projektu) potencjalnej przestrzeni turystycznej rozumianej jako byt obiektywny i materialny – miałyby planować indywidualną, subiektywną i niematerialną przestrzeń turysty, rezultat jego imaginacji czy emocji? Szersze rozważenie kwestii ma miejsce w rozdz. 3.2 nt. ontycznej natury przestrzeni turystycznej.

⁴⁶ Przykład takiego stosowania tych nazw można znaleźć np. w już cytowanej definicji zagospodarowania turystycznego zaproponowanej przez A. Kowalczyka i M. Dereka 2010, s. 18.

2.1.2. DEFINICJA PROJEKTUJĄCA

Wolna od mankamentów, jakie przedstawiono w odniesieniu do niektórych sprawozdawczych definicji zagospodarowania turystycznego, zarówno tych typu „rzeczowego”, jak i „rzeczowo-czynnościowego”, jest przyjęta przez autora niniejszej pracy projektująca, zmodyfikowana regulacyjnie definicja typu „czynnościowego”⁴⁷. Jest ona następująca.

Zagospodarowanie turystyczne – to nauka i praktyka (inżynieria), których celem jest przystosowanie operacyjnej przestrzeni turystycznej – poprzez jej kreowanie i kształtowanie – do zaspokojenia pełnego spektrum potrzeb turysty.

Czynnościami zagospodarowania turystycznego są planowanie i projektowanie przestrzeni turystycznej oraz projektowanie i realizacja turystycznych obiektów inwestycyjnych. W aspekcie czynnościowym, pojęcie zagospodarowania turystycznego (ZT) jest więc zakresowo szersze od pojęcia ekonomiki przestrzeni turystycznej (EPT). Angażuje ono zarazem czynności: EPT (urbaniści) oraz EUT (ekonomiki usług turystycznych, inwestora – biznesmena).

Taka autorska definicja zagospodarowania turystycznego została zainspirowana definicją sformułowaną przez Olafa Rogalewskiego: „Działalność mająca na celu przystosowanie środowiska geograficznego do potrzeb turystyki nazywa się zagospodarowaniem turystycznym”, (Rogalewski O. 1974, s. 7).

Regulacja dokonana przez autora niniejszej pracy polegała na tym, że zachowując istotę definicji w ujęciu O. Rogalewskiego, jaką jest jej przynależność do typu „czynnościowego”:

- utrzymał wypływającą z definicji O. Rogalewskiego sugestię, że zawartą w niej „działalność” należy rozumieć jako obejmującą całość czynności kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Składają się na nią zarówno czynności gospodarowania przestrzenią turystyczną – tworzenia planów i projektów przestrzeni turystycznej, jak też czynności gospodarowania w tej przestrzeni – projektowania i realizacji turystycznych obiektów inwestycyjnych (walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej).

⁴⁷ Pojmowanie zagospodarowania turystycznego – tj. zagospodarowania przestrzennego sprofilowanego na zaspokojenie potrzeb turysty – jako czynności jest zgodne z rozumieniem zagospodarowania przestrzennego w całym tekście polskiej *Ustawy z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*. Jest tak – pomimo braku w Ustawie wprost definicji zagospodarowania przestrzennego – np. gdy mowa o prawie do zagospodarowania terenu zgodnie z warunkami ustalonymi w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego (Art. 6.2 ust. 1), o lokalnych zasadach zagospodarowania przestrzennego (Art. 9.1), o kierunkach i wskaźnikach dotyczących zagospodarowania przestrzennego (Art. 10.2 ust. 2), o sposobach zagospodarowania terenu (Art. 4, Art. 15.2 ust. 7) itp. Nie jest logicznie możliwym odnieść takich sformułowań Ustawy do zagospodarowania przestrzennego rozumianego nie jako czynności, a jako rzeczy.

- wprowadził pojęcia: „nauka” i „praktyka (inżynieria)”. Na ówczesnym etapie rozwoju teorii zagospodarowania turystycznego (rok 1974) O. Rogalewski nie odważył się definiować zagospodarowania turystycznego jako specyficznej teorii (nauki).
- wyrażenie „przystosowanie” doprecyzował znaczeniowo pojemniejszym i bardziej właściwym w kontekście całości definicji wyrażeniem „kreowanie i kształtowanie”. „Przystosowanie” rozumiane jako czynność na przedmiocie jaki już istnieje, zawęża misję zagospodarowania turystycznego jedynie do kształtowania (planowania) istniejącej przestrzeni turystycznej. Nie obejmowałaby ona kreowania takiej przestrzeni.
- neutralne funkcjonalnie pojęcie „środowisko geograficzne” zastąpił funkcjonalnie (turystycznie) zorientowanym pojęciem „przestrzeń turystyczna”, przez którą rozumie się część wypełnionej środowiskiem geograficznym przestrzeni geograficznej wyróżniającą się realną lub projektowaną trwałą w czasie obecnością turystów. W pierwszej sytuacji mówimy o kształtowaniu już istniejącej (realnej, zastanej) przestrzeni turystycznej (powstałej w rezultacie ewolucyjnego procesu spontanicznego albo zracjonalizowanego). W drugiej – o przestrzeni turystycznej *in spe*, projektowanej, tworzonej częstokroć *ex nihilo*, tj. bez uprzedniej (zastanej) obecności walorów turystycznych (tj. o przestrzeni, jaka ma powstać z udziałem zracjonalizowanego, planowanego i projektowanego procesu ewolucyjnego zapoczątkowanego stworzeniem czynnika krytycznego dla egzystencji przestrzeni turystycznej i gospodarki turystycznej – walorów turystycznych).

Przy okazji: użycie dla tak pojętej dyscypliny naukowej nazwy „zagospodarowanie przestrzeni turystycznej” byłoby niewłaściwe, gdyż nie obejmowałoby ono inicjalnego w scenariuszu zracjonalizowanym etapu zagospodarowania „przedturystycznej” przestrzeni geograficznej, czyli kreacji przestrzeni turystycznej.

- w miejsce pojęcia „turystyka”, przez co w niniejszej pracy rozumie się ogół różnych w charakterze zjawisk związanych z turystą i jego podróżą, autor stosuje pojęcie „turysta”. Potrzeby są bowiem właściwością osobową, właściwością turysty (np. gdy mówimy „potrzeby powstają w funkcji świadomości człowieka”), a nie właściwością bezosobowego (nie podmiotowego) zespołu zjawisk turystycznych.

2.2. EKONOMIKA PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Punktem wyjścia do przedstawienia metodologii nauki i praktyki (inżynierii) ekonomiki przestrzeni turystycznej jest definicja, przedmiot i cel tej dyscypliny nauki.

Metodologia nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej jest ukazana poprzez takie zagadnienia, jak: miejsce tej dyscypliny w systemie nauk oraz jej złożoną metodologię obejmującą metodologię ogólną, adaptowalne teorie i metody innych dyscyplin nauki oraz jej metody własne.

Prezentacja metodologii praktyki – inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej zawiera jej definicję, przedmiot, cel oraz jej związek z nauką rozumiany jako proces metodologiczny nauka – praktyka.

2.2.1. DEFINICJA, PRZEDMIOT I CEL

Jak stwierdzono we Wprowadzeniu do niniejszej pracy, dyscypliną nauki i praktyki (inżynierii), która może zadowalająco odpowiedzieć na pytanie o cel i zespół kryteriów oraz warunków kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej jest ekonomika przestrzeni turystycznej.

Ekonomika przestrzeni turystycznej – to nauka i praktyka (inżynieria), których celem jest udział planistyczny i projektowy w kreowaniu i kształtowaniu z udziałem bilansu równowagi popyt turystyczny – podaż turystyczna optymalnej operacyjnej przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turysty.

Przedmiotem ekonomiki przestrzeni turystycznej jest przestrzeń turystyczna, obiektywna i materialna. Ściślej, jest nim jej część – operacyjna przestrzeń turystyczna, tj. poddająca się metodologicznie planistycznym i projektowym czynnościom jej kreacji i kształtowania – w dwu jej przejawach:

- przestrzeń turystyczna *in spe*, tj. określony fragment przestrzeni geograficznej, jako przedmiot kreowania do zaspokajania potrzeb przyszłych, trwale obecnych w nim turystów;
- istniejąca przestrzeń turystyczna, tj. określony fragment przestrzeni geograficznej z trwałą obecnością w niej turystów jako przedmiot kształtowania do zaspokajania ich potrzeb⁴⁸.

Czy nazwa „ekonomika przestrzeni turystycznej” jest uprawniona? W zupełności tak. Dowodzą tego następujące argumenty:

a) argument z przedmiotu

Ekonomia to „nauka badająca społeczny proces gospodarowania”⁴⁹. Jeżeli przez gospodarowanie rozumieć racjonalne z punktu widzenia korzyści człowieka rozporządzanie jakimś istotnym dla niego dobrem, to przedmiotem

⁴⁸ Por. rozdz. 3. Przestrzeń turystyczna – przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej.

⁴⁹ Nowa Encyklopedia Powszechna PWN, 1995, s. 212.

gospodarowania może być w równym stopniu dobro – rzecz, jak i dobro – czynność.

Ekonomikę rozumie się powszechnie jako ekonomię w zastosowaniu do szczególnej działalności wytwórczej człowieka czy też szczególnego dobra (materialnego, niematerialnego) stanowiącego jej rezultat (dobro antropogenne) bądź jej rezultatu nie stanowiącego (dobro naturogenne). Przestrzeń turystyczna to dobro o mieszanej genezie naturo- i antropogennej⁵⁰.

Przedmiotowy zakres nazwy „ekonomika” jest szeroki. Zależnie od jej przedmiotu, wyróżnia się liczne ekonomiki szczegółowe. W obrębie typu „ekonomika dobra – czynności” wymienić można takie, jak np. ekonomika: przemysłu, rolnictwa, usług, bankowości, gospodarki żywnościowej, informacji, kultury, logistyki, turystyczna, transportu, a nawet – jak przytoczona w tej pracy i wywodząca się od W. Ockhama – ekonomia (ekonomika) myślenia. W przedmiotowym typie „ekonomika dobra – rezultatu czynności” znajdują się ekonomiki dóbr materialnych i niematerialnych przynależnych do nadzwyczaj różnorodnych dziedzin nauki i praktyki (np. rolnictwo, gospodarstwo domowe, ekologia, technika, komunikacja, socjologia, język, sport, polityka, religia), szczególnie tych znajdujących się – jak przestrzeń turystyczna – w procesie zmian. Tytułem przykładów można przytoczyć, bez ich tematycznego porządkowania, nazwy takich „ekonomik dóbr” obecne w publikacjach światowych i referowanych w Internecie w ich wersji polskojęzycznej, odniesione do ich materialnego lub niematerialnego przedmiotu: pieniądza, języka, gospodarstwa domowego, przemian, problemowych obszarów, Igrzysk Olimpijskich, religii, ekosystemów i bioróżnorodności, polityki i bezpieczeństwa publicznego, rynków finansowych, genetycznie modyfikowanych roślin, prywatności, zaufania, Internetu, „spamów” etc. Przykład zastosowania ekonomii do rozważań nad przestrzenią znaleźć można w postaci *space economy* rozumianej jako ekonomika przestrzeni kosmicznej.

W takim kontekście, przestrzeń turystyczna – w swej genetycznej istocie dobro materialne zarazem naturo- i antropogenne – w sposób oczywisty jest przedmiotem ekonomiki i stosowanie nazwy „ekonomika przestrzeni turystycznej” jest w zupełności uprawnione.

b) argument z celu

Celem ekonomii jest zaspokojenie potrzeb człowieka poprzez wytwórczość i dystrybucję dóbr oraz usług. Celem kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej jest udział intelektualny (planistyczny i projektowy) w zaspokajaniu potrzeb człowieka – turysty. Zatem, ekonomika przestrzeni turystycznej jest z racji swego celu ekonomią.

⁵⁰ Por. poświęcony przestrzeni turystycznej rozdz. 3.2. Natura ontyczna.

c) argument z charakteru czynności

Jeżeli przyjąć definicję następującą: „Ekonomia – 1. (...); też: nauka o racjonalnym gospodarowaniu; 2. umiejętność racjonalnego użytkowania czegoś.”⁵¹, to mająca w swej definicji optymalizację przestrzeni turystycznej – czyli możliwie najlepszą w danych warunkach racjonalizację gospodarowania nią – ekonomika przestrzeni turystycznej jest ekonomią. Jeżeli jednym z cząstkowych problemów ekonomiki przestrzeni turystycznej w odniesieniu do przestrzeni turystycznej nie jest tylko odpowiedź na pytanie „jak jest?” (właściwe ekonomii pozytywnej), ale ponadto i głównie na pytanie „jak być powinno?”, to ekonomika ta sytuuje się w nurcie ekonomii normatywnej.

d) argument z głównego instrumentu metodologicznego

Fundamentalnym instrumentem optymalizacji przestrzeni turystycznej jest instrument makroekonomii, jakim jest ujmowany fizycznie bilans funkcjonalnej (systemowej) i przestrzennej (strukturalnej) równowagi obecnych w niej składników popytu turystycznego i podaży turystycznej. Dyscyplina stosująca instrument ekonomiczny należy do nauk ekonomicznych. *Ergo*, ekonomika przestrzeni turystycznej jest ekonomią.

Celem ekonomiki przestrzeni turystycznej jest udział planistyczny i projektowy w kreowaniu i kształtowaniu operacyjnej przestrzeni turystycznej do zaspokojenia potrzeb turysty optymalizowanej bilansem równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna, z respektem dla determinizmu walorystycznego oraz postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

Osiąganie takiego bilansu równowagi jest możliwe poprzez zintegrowany w tym celu – pod organizującą, integrującą rolę metodologii ekonomii – zespół metod następujących dyscyplin nauki: urbanistyki, ekonomii i geografii.

Nie jest celem ekonomiki przestrzeni turystycznej realnie zmieniające tę przestrzeń wykonawstwo turystycznego obiektu inwestycyjnego (budowlanych inwestycji turystycznych): nowego waloru turystycznego albo obiektu infrastruktury turystycznej, reprezentującego w przestrzeni turystycznej materialne warunki do świadczenia usług turystycznych. Takie czynności wchodzą w zakres ekonomiki usług turystycznych i pojętego czynnościowo zagospodarowania turystycznego.

Konsekwentnie, nie jest również celem ekonomiki przestrzeni turystycznej udział w tworzeniu – z wyjątkiem części walorów turystycznych – obecnych w niej niematerialnych warunków do zaspokajania potrzeb turystów np. takich, jak organizacja usług turystycznych i zarządzanie ich świadczeniem. Niematerialne w swej istocie usługi turystyczne, chociaż położone (mając adres) w przestrzeni turystycznej, ontycznie leżą poza zakresem nazwy

⁵¹ Słownik języka polskiego PWN, edycja internetowa

„przestrzeń turystyczna” i – obok turystycznych inwestycji budowlanych – stanowią domenę przedmiotową ekonomiki usług turystycznych.

Celem ekonomiki przestrzeni turystycznej nie jest również wycena rynkowej wartości przestrzeni turystycznej. Na użytek jej teorii i praktyki, głównie planowania i projektowania przestrzeni turystycznej, wystarcza określenie jej wartości użytecznej dla gospodarki turystycznej głównie poprzez ocenę stanowiącej o takiej wartości atrakcyjności walorów turystycznych⁵². Wartość użyteczna określonego fragmentu przestrzeni geograficznej dla funkcji turystycznej jest stawiana w planowaniu ogólnym (w sytuacji aktualnego prawa polskiego – przy sporządzaniu miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego) w stosunek konkurencyjności, harmonii, kolizji albo neutralności z wartościami użytecznymi tego fragmentu przestrzeni dla innych funkcji społeczno-gospodarczych (to także problem tzw. „zewnętrznych” relacji funkcji turystycznych obszaru⁵³).

Wycena rynkowej wartości (ceny) określonego fragmentu przestrzeni turystycznej to problem ekonomiki usług turystycznych, gdzie rynkowa cena zakupu nieruchomości pod realizację turystycznego obiektu inwestycyjnego jest kosztem w rachunku ekonomicznym takiej inwestycji budowlanej i w takim charakterze także elementem w kalkulacji zwrotu inwestowanego kapitału.

W zależności od możliwych scenariuszy powstania i ewolucji obszaru turystycznego (obszaru recepcji turystów) różnie przedstawia się rola ekonomiki przestrzeni turystycznej. Jak stwierdzono, definicyjnym warunkiem powstania przestrzeni turystycznej w określonym fragmencie przestrzeni geograficznej jest pojawienie się i trwała obecność turystów.

Ekonomika przestrzeni turystycznej uczestniczy w kreowaniu przestrzeni turystycznej (przestrzeni turystycznej *in spe*) poprzez udział intelektualny, planistyczny w tworzeniu w przestrzeni geograficznej warunków materialnych do recepcji turystów. Dotyczy to tworzenia nowych walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej: organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej (infrastruktury atrakcji walorów turystycznych⁵⁴) i egzystencjalnej. Jest tak w przypadku powstania i ewolucji przestrzeni turystycznej wg scenariusza w całości zracjonalizowanego.

Ekonomika przestrzeni turystycznej uczestniczy w kształtowaniu już istniejącej przestrzeni turystycznej powstałej w następstwie czy to procesu

⁵² Por. poświęcony racjonalnemu gospodarowaniu walorami turystycznymi rozdz. 5.2.3.3. Atrakcyjność i jej ocena.

⁵³ Por. rozdz. 6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu.

⁵⁴ Atrakcja waloru turystycznego (inaczej: atrakcja turystyczna) – to użyteczna dla turysty, służąca zaspokojeniu jego potrzeb motywacyjnych (poznania, wypoczynku, emocji) funkcja waloru turystycznego. Kwestia jest szerzej przedstawiona w rozdz. 5.2. Walory turystyczne.

spontanicznego, zainicjowanego samorzutnym pojawieniem się turystów w określonym fragmencie przestrzeni geograficznej, czy też procesu częściowo zracjonalizowanego działaniem planistycznym inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej w późniejszych jego fazach.

Definicja ekonomiki przestrzeni turystycznej wprowadza kryterium optymalizacji wartościujące rezultat czynności planowania przestrzeni turystycznej. Samo tylko: „kreowanie” i „kształtowanie” przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów może bowiem sugerować dowolność w jakości metodyki i rezultatów takich działań (najlepsze albo „byle jakie”). Może tak być np. w przypadku kierowania się w tworzeniu i modelowaniu przestrzeni turystycznej jedynie potrzebami turystów z pominięciem innych celowo istotnych uwarunkowań – ekonomicznych, społecznych, urbanistycznych i sozologicznych.

Tworzenie i kształtowanie przestrzeni turystycznej ze względu na potrzebę respektu dla determinizmu walorystycznego oraz równowagi i trwałości jej gospodarki turystycznej oznacza więc kierowanie się w tym działaniu wieloaspektową racjonalnością gospodarowania. Narzędziem takiego działania jest proponowany w tej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

2.2.2. NAUKA

Jeżeli wziąć pod uwagę specyfikę przedmiotu i celu ekonomiki przestrzeni turystycznej i zgodzić się z definicją nauki, przez którą rozumie się „dyscyplinę badawczą odnoszącą się do pewnej dziedziny rzeczywistości”⁵⁵, to niewątpliwie ekonomika przestrzeni turystycznej jest dyscypliną nauki.

Podstawowe racje do uznania ekonomiki przestrzeni turystycznej jako nauki dostarczają ponadto jej metodologia oraz istniejąca, pokaźna w skali globalnej społeczność badaczy składników jej struktury problemowej.

2.2.2.1. MIEJSCE W SYSTEMIE NAUK

Miejsce dyscypliny naukowej w systemie nauk zależy od przyjętego w nim kryterium klasyfikacyjnego. Opierając się na współczesnej klasyfikacji nauk⁵⁶ należy stwierdzić, że ekonomika przestrzeni turystycznej należy:

⁵⁵ *Słownik języka polskiego PWN*, 1979, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, tom II, s. 300.

⁵⁶ Ustęp tekstu dotyczący miejsca ekonomiki przestrzeni turystycznej we współczesnej klasyfikacji nauk został zredagowany na podstawie: W. Marciszewski, 1970, *Mała encyklopedia logiki*; hasło: „Współczesna klasyfikacja nauk”, s. 104-106.

- ze względu na sposób uzasadniania twierdzeń pierwotnych – do nauk aposteriorycznych. Zdania wyprowadzone są tutaj na podstawie uprzedniego doświadczenia – obserwacji (zdania *a posteriori*). Nauka ekonomiki przestrzeni turystycznej nie zna zdań formułowanych *a priori*, przed doświadczeniem (jak to jest w np. w matematyce i logice, czyli tzw. naukach formalnych).
- ze względu na sposób uzasadniania twierdzeń pochodnych (wywnioskowanych z innych) do nauk indukcyjnych (empirycznych). Zdania nauki indukcyjnej (empirycznej) uzasadniane są głównie metodą indukcji enumeracyjnej. Polega ona na tym, że zdanie ogólne (wniosek) jest wyprowadzane ze zdań jednostkowych pochodzących z obserwacji (odmiennie aniżeli w naukach dedukcyjnych, gdzie zdania pochodne są wyprowadzane z twierdzeń pierwotnych już uprzednio uznanych za prawdziwe).
- ze względu na naturę bytu przedmiotu badań do nauk realnych, które zajmują się badaniem rzeczywistości materialnej, realnej (nauki formalne to np. matematyka, logika, gdzie bada się twory formalne). Taką bowiem materialną rzeczywistością jest przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej – przestrzeń turystyczna.
- ze względu na zadania stawiane naukom realnym, ekonomika przestrzeni turystycznej jest nauką nomotetyczną (nomologiczną), co oznacza, że jej zadaniem jest formułowanie praw.

Problem klasyfikacyjny powstaje, gdy bardziej analitycznie rozważać realną naukę ekonomiki przestrzeni turystycznej w kontekście podziału nauk według kryterium charakteru ich przedmiotu badań. Wyróżnia się nauki przyrodnicze badające wytwory przyrody (np. fizyka, chemia, geografia fizyczna, geologia, geodezja, biologia, medycyna, ekologia) oraz nauki humanistyczne, których przedmiotem badań jest człowiek i jego wytwory (np. urbanistyka, ekonomia, prawo, socjologia, psychologia, historia, nauki o sztuce, geografia społeczno-ekonomiczna, w tym geografia przestrzeni turystycznej).

Jednak, przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej – przestrzeń turystyczna wypełniona jest treścią środowiska geograficznego obejmującego zarazem wytwory natury (środowisko przyrodnicze, jak np. walory turystyczne środowiska przyrodniczego), jak też wytwory człowieka (środowisko cywilizacyjne, jak np. materialne i niematerialne walory turystyczne środowiska kulturowego, infrastruktura turystyczna oraz usługi turystyczne w ich aspekcie przestrzennym). Zatem, nauka ekonomiki przestrzeni turystycznej – podobnie jak geografia (fizyczna i społeczno-ekonomiczna, w tym: przestrzeni turystycznej) i urbanistyka – byłaby zarazem nauką przyrodniczą i humanistyczną.

Dyscyplinę naukową definiują głównie jej specyficzne: przedmiot i cel. Jeżeli kryterium przedmiotu – wypełniona środowiskiem geograficznym przestrzeń turystyczna – nie wystarcza do jednoznacznego zaliczenia ekonomiki przestrzeni turystycznej do nauk przyrodniczych albo humanistycznych, takim kryterium może być jej cel. Skoro jest nim udział planistyczny i projektowy w tworzeniu w przestrzeni turystycznej odpowiednich warunków do zaspokajania potrzeb turystów (popytu turystycznego), to taki cel, jak i sposób działania zmierzający do jego osiągnięcia mają charakter ekonomiczny. Ekonomia należy do nauk humanistycznych, zatem ekonomika przestrzeni turystycznej jest nauką humanistyczną.

Z uwagi na zbieżność przedmiotu, jakim jest przestrzeń geograficzna (w przypadku ekonomiki przestrzeni turystycznej jej część – przestrzeń turystyczna) oraz celu zorientowanego na zrationalizowane kształtowanie tej przestrzeni do zaspokajania potrzeb człowieka (w przypadku ekonomiki przestrzeni turystycznej – specyficznych potrzeb człowieka – turysty) ekonomika przestrzeni turystycznej mogła być uważana za „tematyczną” dziedzinę tzw. gospodarki przestrzennej czy urbanistyki. Kwestia wymaga rozważenia.

Ekonomika przestrzeni turystycznej a tzw. gospodarka przestrzenna

W nauce polskiej istnieje wieloletni, niezakończony spór o definicję gospodarki przestrzennej. Zdaniem S.M. Komorowskiego 1977, u źródeł konfuzji definicyjnej leży fakt „bezkrytycznego przyjęcia przez środowisko naukowe tłumaczenia tytułu pracy A. Lösch *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*”⁵⁷, tłumaczenia na język polski dokonanego przez K. Dziewońskiego i W. Lisowskiego. Ów tytuł należało przetłumaczyć wprost i wiernie jako *Ład (porządek) przestrzenny gospodarki*. Polscy tłumacze nadali jednak pracy tytuł *Gospodarka przestrzenna: teoria lokalizacji*.

Struktura polskiego tytułu pracy A. Lösch rodzi dwa problemy definicyjne: pojęcie tzw. gospodarki przestrzennej i jego odniesienie do teorii lokalizacji.

Po pierwsze, sama nazwa „gospodarka przestrzenna” wprowadzona w ten sposób do nauki polskiej jest – jako dopuszczająca jej wieloznaczność – niefortunna. Nazwa „gospodarka przestrzenna” (gospodarka o właściwości przestrzennej) może bowiem oznaczać zarówno alternatywę jej desygnatów: albo gospodarka przestrzeni albo gospodarka w przestrzeni, jak też ich koniunkcję: gospodarka przestrzeni i gospodarka w przestrzeni traktowane

⁵⁷ A. Janiszewska, 2009, s. 12; A. Lösch, 1940, *Die räumliche Ordnung der Wirtschaft*, Jena.

łącznie w ich wzajemnym powiązaniu (w każdym przypadku „przestrzeń” oznacza „przestrzeń geograficzną”)⁵⁸.

Gospodarka przestrzeni geograficznej to problem naukowy i praktyczny – jak dotychczas – urbanistyki polegający na planowaniu przestrzeni geograficznej. Rezultatem rozwiązania takiego problemu jest plan określonego fragmentu przestrzeni geograficznej.

Gospodarka w przestrzeni geograficznej, to problem naukowy i praktyczny gospodarującego podmiotu polegający na poszukiwaniu wieloaspektowo najlepszej, głównie w kryteriach ekonomicznych – ale zgodnej ze wskazaniem gospodarki tą przestrzenią zawartymi w planie przestrzennym jako akcie prawa – lokalizacji w przestrzeni geograficznej dla jego działalności gospodarczej.

Z powyższego jasno wynika, że gospodarka przestrzeni (planowanie przestrzeni) ma uprawnienia władcze wobec gospodarki w przestrzeni (lokalizacji działalności gospodarczej). Wybór lokalizacji przez gospodarujący podmiot nie jest wyborem absolutnie suwerennym, a plan zagospodarowania przestrzeni geograficznej jako akt prawa jest takiego wyboru czynnikiem dyrektywnym.

Po wtóre, wymieniona w polskim tytule pracy A. Lösch – obok „gospodarki przestrzennej” – „teoria lokalizacji” nie da się odnieść w równej mierze do obydwu wymienionych możliwych rozumień nazwy „gospodarka przestrzenna”. Zasadniczo, „teoria lokalizacji” należy do problematyki gospodarki (gospodarowania) w przestrzeni geograficznej. Zatem, tak tłumaczony tytuł pracy zawiera wewnętrzną sprzeczność semantyczną.

⁵⁸ Gospodarowanie przestrzeni i gospodarowanie w przestrzeni różni J.J. Parysek. Stwierdza ich silne powiązanie, a gospodarke przestrzenną rozumie w koniunkcji, jako aktywność naukową i praktyczną łączącą obydwie zespoły wymienionych czynności. Finalnym rezultatem tak rozumianej gospodarki przestrzennej jest tzw. zagospodarowanie przestrzenne, przez co rozumie on ustrukturyzowany (uporządkowany) w przestrzeni geograficznej zespół powiązanych funkcjonalnie obiektów (dosłownie: elementów) najszerzej pojętej infrastruktury społeczno-gospodarczej. (J.J. Parysek 2007, s. 16-21).

Pojmowana jako synteza obu grup czynności gospodarka przestrzenna wykracza więc swoim zakresem znaczeniowym poza tradycyjnie pojętą urbanistykę (samą gospodarke przestrzeni geograficznej). Zdaniem J.J. Paryska, nadrzędnym celem gospodarki przestrzennej jest ład przestrzenny (J.J. Parysek 2007, s. 66), przez który rozumie on porządek przestrzenny systemu przyrodniczo-społeczno-ekonomicznego (J.J. Parysek 2007, s. 76).

Uwagi na marginesie. Zarówno gospodarowanie w przestrzeni, jak i gospodarowanie przestrzenią można odnieść do obydwu ontycznych rodzajów przestrzeni – materialnej (geograficznej) i wirtualnej (e-przestrzeni). Banalem jest twierdzenie o gospodarce w przestrzeni. Nie ma bowiem gospodarowania poza przestrzenią jakkolwiek by ona była. Obojętne czy materialną – wypełnioną treścią środowiska geograficznego – przestrzenią geograficzną, czy niematerialną, wirtualną e-przestrzenią, jak w przypadku dynamicznie rozwijającej się i przejmującej znaczący udział w rynku tzw. e-gospodarki (np. w postaci e-commerce, sklepów internetowych), także w gospodarce turystycznej.

Skutkiem tak zróżnicowanego pojmowania „gospodarki przestrzennej” w polskiej literaturze naukowej jest wielość niezgodnionych – a nawet sprzecznych – definicji „gospodarki przestrzennej” dających się zaliczyć do jednego z trzech wymienionych typów rozumienia tej nazwy (dwa rozumienia w alternatywie, jedno – w koniunkcji)⁵⁹.

Zestawiając typy pojęciowe definicji „gospodarki przestrzennej” z definicją „ekonomiki przestrzeni turystycznej” dochodzi się do wniosku, że nie jest zasadnym utożsamiać te dwie nazwy. Ekonomikę przestrzeni turystycznej należy traktować jako zorientowaną na zaspokojenie potrzeb turysty „gospodarkę przestrzeni turystyczną”. Instrumentem tak rozumianej turystycznej „gospodarki przestrzennej” jest planowanie (na terytorialnych poziomach turystycznych: regionu i obszaru) i projektowanie przestrzeni turystycznej (na terytorialnym poziomie miejsca – turystycznego obiektu inwestycyjnego) w powiązaniu z planowaniem ogólnym przestrzeni geograficznej (poziom krajowy, wojewódzki i gminny – głównie z planem ogólnym gminy i miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego, mającymi w polskim systemie prawnym jako jedyne z planów status aktów prawa)⁶⁰.

*

Istotną cechą teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest jej integralność funkcjonalna, wewnętrzna i zewnętrzna. Wewnętrzna integralność ekonomiki przestrzeni turystycznej wyraża się w powiązaniu funkcjonalnym jej nauki (metodologii) i praktyki (inżynierii):

$$\text{ekonomika przestrzeni turystycznej} = \text{jej nauka (metodologia)} + \text{jej praktyka (inżynieria)}$$

Zewnętrzna integralność funkcjonalna teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej polega na tym, że poprzez planowanie i projektowanie turystyczne uczestniczy ona w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej zmierzającym do tworzenia w tej przestrzeni materialnych warunków – w postaci nowych walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej – do zaspokajania potrzeb turysty. Realizacja takich obiektów i świadczenie w obiektach infrastruktury turystycznej usług turystycznych to domena drugiego działu ekonomiki turystycznej – ekonomiki usług turystycznych. Ujmuje to następujący zapis:

⁵⁹ A. Janiszewska 2009, wymienia – wg stanu nauki polskiej w roku publikacji jej pracy – kilkanaście różnych, mających różnych autorów definicji „gospodarki przestrzennej”.

⁶⁰ Propozycja koordynacji systemu planów przestrzennych: ogólnych i turystycznych, w aktualnym stanie prawa polskiego jest zawarta w wieńczącym niniejszą pracę modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

*ekonomika turystyczna =
ekonomika przestrzeni turystycznej + ekonomika usług turystycznych*

W aspekcie cyklu życia terytorialnego produktu turystycznego (całościowego produktu turystycznego regionu i obszaru), obydwie dyscypliny ekonomiki turystycznej są powiązane warunkująco i sekwencyjnie, a mianowicie:

- interwencja ekonomiki przestrzeni turystycznej mającej za cel udział planistyczny i projektowy w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej ma miejsce głównie w fazie przedrynkowej cyklu życia terytorialnego produktu turystycznego⁶¹.
- interwencja ekonomiki usług turystycznych rozpoczyna się w późniejszej części fazy przedrynkowej cyklu życia produktu turystycznego, zarówno jednostkowego, jak i terytorialnego. Następuje to wtedy, gdy inwestor (aktor ekonomiki usług turystycznych) sporządza studia do podjęcia decyzji o przystąpieniu do realizacji turystycznego obiektu inwestycyjnego⁶². Uwzględniają one powstałe z udziałem planowania turystycznego (interwencji ekonomiki przestrzeni turystycznej) planistyczne akty prawne, jakimi aktualnie w Polsce są: plan ogólny gminy i miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego, a ponadto – projekt zagospodarowania terenu inwestycji. W warunkach przygotowanego projektu architektoniczno-wykonawczego inwestycji budowlanej i uzyskanej decyzji „pozwolenie na budowę”⁶³) inwestor przeprowadza budowlany proces inwestycyjny. Finalnie – już w rynkowej fazie cyklu życia produktu turystycznego w tak powstałym obiekcie (takim, jak walor turystyczny – np. sztuczny akwen albo obiekt infrastruktury turystycznej np. hotel) prowadzi on działalność gospodarczą polegającą na świadczeniu usług turystycznych.

Z powyższego jasno wynika, że interwencja ekonomiki przestrzeni turystycznej warunkuje interwencję ekonomiki usług turystycznych (finalnie: świadczenie usług turystycznych) i poprzedza tę drugą w chronologicznej sekwencji turystycznej działalności gospodarczej. Znajduje to odzwierciedlenie we wszystkich znanych dotychczas teoriach ewolucji przestrzeni turystycznej, w szczególności – obszaru turystycznego (np. w modelu II ewolucji

⁶¹ Pojęcia i związane z nimi problemy: produktów turystycznych – jednostkowego i terytorialnego – są omówione w rozdz. 5.5. Terytorialny produkt turystyczny.

⁶² Zespół projektowych studiów przeddecyzyjnych obejmuje m. in. studia: lokalizacji, zagospodarowania terenu, rynku, zwrotu inwestowanego kapitału i wykonalności projektu.

⁶³ Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami

obszaru turystycznego J.-M. Miosseca 1976, 1977 i w koncepcji cyklu ewolucji obszaru turystycznego R.W. Butlera 1980), jak również w zaproponowanym w tej pracy modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

Obydwie dyscypliny ekonomiki turystycznej spinają całość turystycznych działań gospodarczych służących łącznie najlepszemu zaspokajaniu pełnego spektrum potrzeb turystów: gospodarowanie przestrzenią turystyczną (jej planowanie i projektowanie) i gospodarowanie w przestrzeni turystycznej (realizacja w niej turystycznych inwestycji budowlanych i świadczenie usług turystycznych). W takim kontekście, obydwie dyscypliny ekonomiki turystycznej są integralne, wzajemnie siebie warunkujące i sekwencyjne.

Jako składnik ekonomiki turystycznej, ekonomika przestrzeni turystycznej należy do kompleksu nauk turystycznych obejmującego również takie dyscypliny, jak np. ekonomika usług turystycznych, zagospodarowanie turystyczne (urbanistyka turystyczna), geografia przestrzeni turystycznej, geografia turystyki, socjologia turystyczna, ekologia turystyczna, prawo w gospodarce turystycznej.

2.2.2.2. METODOLOGIA

Teorią nauki jest jej metodologia. Tworzą ją: analiza właściwych danej dyscyplinie nauki czynności (procedur, metod) badawczych oraz analiza ujętych tekstem ich rezultatów, takich jak definicje pojęć, tezy, twierdzenia, koncepcje, teorie cząstkowe i teoria całościowa.

Respektując właściwą wszystkim naukom metodologię ogólną rozumianą jako dziedzina logiki, metodologia ekonomiki przestrzeni turystycznej należy do metodologii nauk szczegółowych.

Szczegółowa dyscyplina nauki nie jest ograniczona w swobodzie doboru metod, o ile tylko są one metodami adekwatnymi i efektywnymi względem rozwiązywanych w jej obrębie problemów badawczych.

By przypomnieć: materialna treść przedmiotu ekonomiki przestrzeni turystycznej jest dwoistej natury genetycznej. Stanowi ją przestrzeń turystyczna wypełniona środowiskiem geograficznym w dwu jego składowych pochodzeniowych: środowiskiem przyrodniczym i środowiskiem cywilizacyjnym. Dwoistej naturze przedmiotu odpowiada podobny charakter problemu naukowego w teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej. Łączy on w sobie aspekty przyrodnicze i humanistyczne.

Złożona natura problemu teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej rządzi złożoną naturą jej metodologii, zespołu metod służących rozwiązaniu takiego problemu. Składają się nań zarówno metody nauk przyrodniczych,

jak i humanistycznych. Wymaga to stosowania – oprócz metodologii ogólnej i metodologii własnej – metodologii zapożyczonych z obydwu grup nauk: humanistycznych i przyrodniczych. Inaczej rzecz ujmując należy stwierdzić, że interdyscyplinarny charakter problemu badawczego ekonomiki przestrzeni turystycznej wymaga zastosowania w jego rozwiązywaniu adekwatnego interdyscyplinarnego zespołu metod badawczych.

Stanowi to przesłankę do wniosku, że naukę ekonomiki przestrzeni turystycznej należy zaliczyć do systemów interdyscyplinarnych. Systemy interdyscyplinarne charakteryzują się tym, że do rozwiązania celowościowo spójnego, ale aspektowo złożonego problemu naukowego danej dyscypliny naukowej stosuje się metodologię różnych dyscyplin naukowych (tytułu dyscyplin, ile jest aspektów problemu badawczego wymagających wyjścia poza metodologię własną rozważanej dyscypliny)⁶⁴.

Jest więc koniecznością, aby pewne problemy ekonomiki przestrzeni turystycznej, naukowe czy praktyczne, rozwiązywane były przez interdyscyplinarne zespoły badawcze (naukowe) lub inżynierskie (planistyczne i projektowe) obejmujące – zależnie od humanistycznej i przyrodniczej specyfiki problemu – specjalistów z kilkunastu, a nawet kilkudziesięciu rozmaitych dziedzin nauki i praktyki⁶⁵.

W procesie badawczym, zmierzającym do rozwiązania określonego problemu naukowego etap badań poprzedzony jest etapem ustalenia metod badawczych. W sytuacji ekonomiki przestrzeni turystycznej odbywa się to w warunkach krytycznej z punktu widzenia specyfiki problemu badawczego oceny istniejących metod własnych tej dyscypliny, metodologii ogólnej oraz dających się zastosować *per analogiam* i poprzez adaptację metod innych dyscyplin naukowych. W przypadku nieadekwatności i zawodności zespołu takich genetycznie zróżnicowanych metod do rozwiązania specyficznego problemu badawczego należy uciec się do budowy nowych, własnych metod ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Z powyższego wynika, że ze względu na interdyscyplinarność problemową ekonomiki przestrzeni turystycznej ambitny postulat stworzenia w całości jej własnej, homogenicznej metodologii szczegółowej jest niewykonalny. Wbrew potocznemu sądowi, nie jest to zła wiadomość dla nauki i praktyki ekonomiki przestrzeni turystycznej. Jak to bowiem zostanie wykazane w następnych rozdziałach, problem metodologiczny nie stanowi obecnie istot-

⁶⁴ Naukami, których metodologia należy do systemu interdyscyplinarnego nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej są np. urbanistyka, ekonomia, geografia, socjologia, ekologia. Pogląd autora w kwestii sytuacji metodologicznej nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej w systemie nauk (interdyscyplinarność, systemowość) jest doskonale spójny z poglądem Z. Chojnickiego (2005) w tej samej kwestii, w odniesieniu do tzw. nauki o turystyce.

⁶⁵ Celnym przykładem takiej sytuacji jest tworzenie *ex nihilo* parków rekreacyjnych (np. wg formuły Disneyland) i parków poznawczych (np. z dziedziny nauka – technika).

niejszej przeszkody w skutecznym realizowaniu celów tej nauki i dziedziny praktycznej.

Podsumowując powyższy wywód należy stwierdzić, że metodologię szczegółową ekonomiki przestrzeni turystycznej tworzą trzy grupy metod: metodologia ogólna, adaptowalne metody innych dyscyplin nauki (głównie: ekonomii, urbanistyki i geografii) oraz metodologia własna. W takim porządku zostaną one tutaj przedstawione.

2.2.2.2.1. Metodologia ogólna

Należy zważyć, że w naukach empirycznych – do których ekonomika przestrzeni turystycznej należy – twierdzenia są:

- z reguły prawdziwe, gdy są uzasadnione bezpośrednio (wprost z obserwacji) i pośrednio z prawdziwych przesłanek za pomocą wnioskowania dedukcyjnego i niezawodnego wnioskowania poprzez indukcję zupełną (rzadkie przypadki),
- prawdopodobne, gdy twierdzenia w swej znaczącej części są wyprowadzane w oparciu o wnioskowania zawodne: redukcję albo indukcję niepełną. Jako takie, są one – zależnie od sposobu wyboru próby i jej liczności – jedynie mniej lub bardziej prawdopodobne. Dotyczy to również tych twierdzeń, które zostały wyprowadzone dedukcyjnie z tylko prawdopodobnych przesłanek.

Twierdzenia nauki empirycznej są falsyfikowalne (więcej – wg Karla Poppera 1934 – falsyfikowalność jest kryterium naukowości⁶⁶), co sprawia, że poddanie twierdzenia falsyfikacji może być jednym ze sposobów niejako „automatycznego” znajdowania problemu naukowego (badawczego).

Twierdzenia mogą mieć charakter jednostkowy lub ogólny. Charakter jednostkowy twierdzenia przybierają wtedy, gdy orzekają o pojedynczym przypadku. Mają one charakter ogólny, gdy orzekają o zbiorze przypadków określonej klasy. W drugiej sytuacji mówimy o twierdzeniach, że są one prawami nauki, gdy mają szczególną rolę w teorii. Prawa nauki jako twierdzenia ogólne mogą być uzasadnione tylko pośrednio (poprzez wnioskowanie; nie wprost z obserwacji).

W odniesieniu do generalnej metody nauk empirycznych (sposobu formułowania praw nauki) istnieją dwa stanowiska: indukcjonizm i hipotetyzm.

W pierwszym przyjmuje się, że twierdzenie nauki powstaje w wyniku wnioskowania indukcyjnego. W drugim – że twierdzenie nauki powstaje w procesie weryfikowania i falsyfikowania postawionej uprzednio hipotezy. W tworzeniu teorii nowej dyscypliny naukowej – jak to jest w przypadku ekonomiki przestrzeni turystycznej – autor łączy obydwa stanowiska.

⁶⁶ K. Popper, 1934, *Logik der Forschung*.

Podjęcie indukcyjnistyczne stosuje on wówczas, gdy wyprowadza twierdzenia ogólne na podstawie przedstawionych w literaturze przypadków, np. gdy formułuje *a posteriori*: fenomen „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej czy model spirali atrakcyjności immanentnej terytorialnego produktu turystycznego.

Podjęcie o cechach hipotetyzmu autor niniejszej pracy stosuje wówczas, gdy formułuje *a priori* (postuluje) modele hipotetyczne takie, jak np. model – metoda analizy triady sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych elementów reprezentujących w przestrzeni turystycznej podaż turystyczną i popyt turystyczny czy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów. Będą one przedmiotem weryfikowania i falsyfikowania.

Stosowanie w praktyce inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej twierdzeń jej empirycznej nauki opiera się na wnioskowaniu dedukcyjnym, gdzie wśród przesłanek takiego wnioskowania znajdują się uznane wskutek uzasadnienia pośredniego za prawdziwe twierdzenia ogólne (prawa) używane w nauce ekonomiki przestrzeni turystycznej⁶⁷.

2.2.2.2.2. Adaptowalne teorie i metody innych dyscyplin nauki

Jak tutaj stwierdzono, interdyscyplinarność problemów badawczych ekonomiki przestrzeni turystycznej wymaga interdyscyplinarności metodologii ich rozwiązywania. Metodologia ekonomiki przestrzeni turystycznej może – obok metodologii ogólnej i metod własnych – pożytkować w charakterze przesłanek do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej w aktach jej planowania stosowane *per analogiam* adaptowane w tym celu metody i teorie innych dyscyplin nauki, głównie: ekonomii, urbanistyki oraz geografii⁶⁸.

⁶⁷ Wnioskowanie dedukcyjne stwarza także możliwość pożytkowania w ekonomice przestrzeni turystycznej w charakterze przesłanek do kreowania i kształtowania tej przestrzeni np. uzyskanych indukcyjnie adaptowalnych geograficznych modeli lokalizacji, systemu, struktury i ewolucji przestrzeni turystycznej (por. rozdz. kolejny nt. adaptowalnych teorii i metod innych dyscyplin nauki).

⁶⁸ Wśród metod badawczych innych – poza tutaj wymienionymi – dyscyplin naukowych i dziedzin praktycznych można wymienić stosowane adekwatnie do interdyscyplinarnej złożoności problemu naukowego metody nauk przyrodniczych (np. metody ewaluacji i prognozowania antropopresji na środowisko przyrodnicze, wywodząca się z biologii analiza systemowa), socjologii (metody badań populacji turystów), psychologii (metody badań mechanizmów motywacyjnych turysty decydujących o wyborze motywu i celu przestrzennego jego podróży, metody analizy behawioralnej), kulturoznawstwa, prawa (prawo regulujące ład przestrzenny, prawo budowlane, prawo cywilne, prawo ochrony wartości przyrodniczych i kulturowych), architektury i architektury ogrodów, scenografii itd.

Możliwość wykorzystania w ekonomice przestrzeni turystycznej metod innych dyscyplin nauki wymaga uprzedniej ich oceny (kwalifikacji) dokonanej ze względu na ich użyteczność w optymalizacji tej przestrzeni w respekcie dla determinizmu walorystycznego oraz postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju obecnej w niej gospodarki turystycznej⁶⁹.

Taką oceną autor obejmuje wszystkie, bez względu na moment ich powstania („wiek” teorii nie ma tutaj nic do rzeczy), znane i pozostające ciągle w ich funkcji paradygmatów nauki (tj. nie sfalsyfikowane) te spośród teorii (twierdzeń, koncepcji, modeli) ekonomii, urbanistyki oraz geografii jakie mogą mieć – wprost lub po ich stosownej adaptacji albo służąc jako metodologiczna inspiracja do tworzenia nowej teorii – swoje istotniejsze zastosowanie do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej, inaczej – do budowy teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej.

2.2.2.2.2.1. Metody ekonomiczne

W ekonomice usług turystycznych, bilans popyt turystyczny – podaż turystyczna (ujęty w wymiarze fizycznym – ilościowym i cenowym – wartościowym) ma zastosowanie do jednostkowych produktów turystycznych biorących udział w zaspokajaniu rozmaitych potrzeb turysty, występujących na rynku w określonej ilości, oferowanych przez wielu producentów i mających cenę.

W ekonomice przestrzeni turystycznej jest inaczej. Po pierwsze, w przypadku takiego bilansu w sytuacji obszaru turystycznego (obszaru recepcji turystów) jego podaż turystyczną wyraża terytorialne świadczenie turystyczne obejmujące pośród swoich składników jeden syntetyczny, terytorialny produkt turystyczny mający miarę ilościową (liczba turystów) i nie posiadający ceny rynkowej.

Po drugie, o ile ekonomika usług turystycznych korzysta z zespołu metod makro- i mikroekonomii⁷⁰, to ekonomika przestrzeni turystycznej pożytkuje w zasadzie głównie makroekonomiczną ideę bilansu do występujących w przestrzeni turystycznej i ujętych jedynie fizycznie (ilościowo) reprezen-

⁶⁹ Por. rozdz. 6.1. Kryteria optymalizacji bilansu w podprzestrzeni recepcji turystów.

⁷⁰ Spośród narzędzi mikroekonomicznych swoje zastosowanie na poziomie turystycznego obiektu inwestycyjnego (poziom miejscowy) znajduje np. racjonalizacja rachunku ekonomicznego (koszty – korzyści) inwestycji, uwzględniającego w określonych przypadkach jego aspekt społeczny (tzw. uspołeczniony rachunek ekonomiczny). Ma to miejsce w sytuacji, gdy niekorzystny rachunek *stricte* ekonomiczny (tzw. prywatny rachunek ekonomiczny) staje na przeszkodzie realizacji szczególnie ważkiego społecznie turystycznego projektu inwestycyjnego. Jest to zagadnienie należące do fazy inwestycyjnej kształtowania przestrzeni turystycznej i jako takie nie jest wprost przedmiotem ekonomiki przestrzeni turystycznej, lecz ekonomiki usług turystycznych. Problem uspołecznionego rachunku ekonomicznego inwestycji budowlanych poruszyli w swoich pracach S.S. Szadziński (1984) w odniesieniu do inwestycji turystycznych oraz J.E. Stiglitz (1986) – por. rozdz. 6.3 przypis 357.

tantów jego stron: podaży turystycznej (mierzona liczbą turystów pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej) i popytu turystycznego (liczba turystów wraz z ich potrzebami). Ustalenie tak pojętego bilansu w kierunku bilansu równowagi sprowadza się do ustalenia – z udziałem instrumentów ekonomicznych, planistycznych i prawnych – zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru⁷¹.

Po trzecie, adresowany do konkretnego terytorialnego produktu turystycznego i obszaru jego występowania popyt nie jest w ekonomice przestrzeni turystycznej przedmiotem jedynie kształtująco neutralnego diagnozowania i prognozowania, a głównie jest obiektem kształtowania – planowania i projektowania⁷².

Wynika z tego, że kształtowanie bilansu: popyt turystyczny – podaż turystyczna nie ma w ekonomice przestrzeni turystycznej – a tak jest w przypadku ekonomiki usług turystycznych – charakteru zjawiska rynkowego. Ma charakter kapitałnego znaczenia narzędzia służącego optymalizowaniu gospodarki turystycznej w przestrzeni turystycznej. Należy bowiem zważyć, że ustalenie takiego bilansu w postaci bilansu równowagi obecnych w przestrzeni turystycznej elementów jego stron stanowi cel metodologiczny i fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej⁷³.

2.2.2.2.2. Metody urbanistyczne

Metodami urbanistycznymi są metody (techniki, procedury) planowania i projektowania przestrzennego.

Adaptowalne metody planowania przestrzennego odnoszą się do kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów na terytorialnym poziomie turystycznego regionu i obszaru. Rezultatem planowania jest wskazanie przeznaczenia i sposobu wykorzystania fragmentów przestrzeni turystycznej do zaspokajania pełnego spektrum rodzajowego potrzeb turysty (by przypomnieć, są to potrzeby: organizacji podróży, transportowe, motywacyjne i egzystencjalne). Taki rezultat jest – pod warunkiem jego inwestycyjnej realizacji – materialnie zapisany w tej przestrzeni w postaci stosownej funkcjonalno-przestrzennej struktury regionu i obszaru turystycznego.

Metody (procedury) projektowania przestrzennego mają z kolei zastosowanie na poziomie miejscowym do ustalenia sposobu zagospodarowania

⁷¹ Por. rozdz. 6.2. Instrumenty optymalizacji bilansu równowagi w przestrzeni obszaru turystycznego.

⁷² Kwestia metodologii ustalenia popytu turystycznego powraca w poświęconych popytowi turystycznemu rozdziałach 4.5. Diagnozowanie i prognozowanie oraz 4.6. Planowanie i projektowanie.

⁷³ Por. rozdz. 6. Bilans równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej – fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

terenu do realizacji turystycznego obiektu inwestycyjnego, czy to mającego charakter tworzonego *ex nihilo* nowego waloru turystycznego czy też obiektu infrastruktury turystycznej. Rezultatem zastosowania metod projektowania przestrzeni turystycznej jest struktura funkcjonalno-przestrzenna terenu realizacji turystycznego obiektu inwestycyjnego. Wykonawstwo budowlane takiego obiektu należy do ekonomiki usług turystycznych.

Warto w tym miejscu przypomnieć, że metodologia optymalizacji przestrzeni turystycznej wymaga zastosowania metod urbanistyki (tradycyjnie wąsko pojmowanego fizycznego planowania i projektowania tej przestrzeni) uzupełnionych metodami geografii ekonomicznej pod zwierzchnim reżimem metodologii ekonomii – głównie metody bilansu: popyt turystyczny – podaż turystyczna w takiej przestrzeni.

2.2.2.2.2.3. Teorie i metody geograficzne

Możliwe zastosowania metodologii geografii w ekonomice przestrzeni turystycznej dotyczą metod tzw. geografii stosowanej w postaci metod fizjografii urbanistycznej oraz geograficznych teorii: przestrzeni geograficznej i przestrzeni turystycznej.

Metody fizjografii urbanistycznej mają zastosowanie w planowaniu przestrzeni turystycznej do analizy i oceny przydatności środowiska geograficznego do potrzeb gospodarki turystycznej. Sprowadza się to do diagnozowania i oceny stopnia użyteczności walorów turystycznych obejmującej ich typologię, identyfikację oraz ocenę ich atrakcyjności. Nadające się do zastosowania w ekonomice przestrzeni turystycznej metody fizjografii urbanistycznej są przedstawione w dalszej części niniejszej pracy⁷⁴.

Jak w przypadku adaptowalnych metod pochodzących z innych dyscyplin nauki, by geograficzne teorie przestrzeni turystycznej mogły znaleźć swoje zastosowanie w charakterze przesłanek do modeli kreowania i kształtowania tej przestrzeni muszą spełniać łącznie trzy kryteria:

- nadawać się jako narzędzia racjonalnego kreowania i kształtowania tej przestrzeni w respekcie dla determinizmu walorystycznego oraz postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej,
- odnosić się do operacyjnego poziomu przestrzeni turystycznej (terytorialny poziom turystycznego: regionu, obszaru, miejsca),
- odzwierciedlać zracjonalizowany i pożądaný z punktu widzenia potrzeb gospodarującego przestrzenią geograficzną i turystyczną człowieka stan zdarzeń i zjawisk w tych przestrzeniach.

⁷⁴ Por. poświęcone racjonalnemu gospodarowaniu walorami turystycznymi rozdziały: 5.2.3.1. Typologia, 5.2.3.2. Identyfikacja oraz 5.2.3.3. Atrakcyjność i jej ocena.

Po pierwsze, każda geograficzna teoria i każdy geograficzny model (systemu, struktury, ewolucji) przestrzeni geograficznej i przestrzeni turystycznej czy model lokalizacji działalności gospodarczej musi respektować – wprost lub pośrednio (po adaptacji) – determinizm walorystyczny, tę naczelną zasadę metodologii kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów z jej konsekwencją w postaci postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej⁷⁵.

Po wtóre, zastosowanie do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej mogą mieć tylko geograficzne teorie (modele) przestrzeni geograficznej i turystycznej je opisujące i wyjaśniające na terytorialnym poziomie operacyjnym, tzn. poddającym się czynnościom ekonomiki przestrzeni turystycznej. Takim poziomem jest poziom turystycznego regionu, obszaru oraz obiektu inwestycyjnego (poziom miejscowy). Nie spełniają takiego warunku geograficzne teorie i modele globalnej przestrzeni geograficznej i turystycznej jako przestrzeni nieoperacyjnej.

Po trzecie, teoria empirycznej dyscypliny jaką jest geografia ekonomiczna powstaje z obserwacji zdarzeń i zjawisk w przestrzeni geograficznej i turystycznej, w pewnej tylko części stanowiących rezultat racjonalnego działania człowieka. W znacznej jej części, teoria ta jest odzwierciedleniem zdarzeń i zjawisk powstałych w sposób spontaniczny, przypadkowy, niezależny od woli i racji gospodarującego człowieka. Z tego powodu, zastosowanie w ekonomice przestrzeni turystycznej wniosków z obserwacji takich zdarzeń i zjawisk wprost do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej mogłoby okazać się błędem metodologicznym prowadzącym do szkodliwych skutków w tej przestrzeni. Mówiąc inaczej: należy stosować tylko modele i teorie geografii ekonomicznej ujmujące uprzednio zracjonalizowane i pożądane z punktu widzenia potrzeb gospodarującego człowieka zdarzenia i zjawiska, jakie miały miejsce w przestrzeni geograficznej. Wymaga to uprzedniej oceny modeli i teorii z takiego punktu widzenia.

Wśród podstawowych teorii i metod geografii ekonomicznej, jakie warto zbadać pod kątem ich ewentualnego wykorzystania w ekonomice przestrzeni turystycznej wyróżniają się dwie ich grupy: teorie przestrzeni geograficznej oraz teorie przestrzeni turystycznej.

Teorie przestrzeni geograficznej w ich zdecydowanej większości to odniesione do rolnictwa, przemysłu i osadnictwa teorie i modele lokalizacji działalności gospodarczej oraz modele systemu i struktury tej przestrzeni.

⁷⁵ Problem determinizmu walorystycznego jest szerzej rozważony w rozdz. 5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej.

Teorie lokalizacji działalności gospodarczej odnoszą się do przejawiającej się w postaci inwestycji budowlanych gospodarki w przestrzeni geograficznej. W sytuacji gospodarki turystycznej, same turystyczne inwestycje budowlane wraz z ich problematyką lokalizacyjną jako problem gospodarowania w przestrzeni turystycznej nie stanowią wprost domeny ekonomiki przestrzeni turystycznej (planowania). Należą do ekonomiki usług turystycznych. Z tej racji i co do zasady, teorie lokalizacji działalności gospodarczej są w ekonomice przestrzeni turystycznej bezużyteczne.

Jednakże, wybór lokalizacji dla określonej w charakterze działalności gospodarczej nie jest wyborem w pełni wolnym. Wybór lokalizacji obiektu gospodarczej działalności turystycznej jest zawężony – oprócz ograniczeń wpływających z innych kryteriów decyzyjnych – do wyboru ze sporządzonej w respekcie dla determinizmu walorystycznego i zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej palety wskazań lokalizacyjnych dla takiego rodzaju działalności w ogólnym planie przestrzennym rozumianym jako akt prawa. Taki plan uwzględnia w charakterze przesłanek ustalenia tzw. planów tematycznych, w tym turystycznego planu przestrzennego. Lokalizacja turystycznej działalności gospodarczej jest więc w takim zakresie efektem planowania i projektowania przestrzeni turystycznej – tj. ekonomiki tej przestrzeni. Z uwagi na taki związek i w takim zakresie, lokalizacja turystycznej działalności gospodarczej może być przedmiotem uwagi ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Teorie przestrzeni turystycznej sprowadzają się do modeli jej systemu, struktury i ewolucji.

Istotne naukowo – tj. o cechach paradygmatów współczesnej nauki – geograficzne teorie przestrzeni geograficznej i przestrzeni turystycznej zostaną przedstawione w dużej syntezie i krytycznie z punktu widzenia możliwego, adaptacyjnego lub inspirującego ich wykorzystania w ekonomice przestrzeni turystycznej.

2.2.2.2.2.3.1. Teorie przestrzeni geograficznej

Zasadniczego znaczenia teorie przestrzeni geograficznej są przedstawione w oszczędnym, niezbędnym w kontekście potrzeb tej pracy zarysie i w porządku postępującej chronologii ich publikacji, z jednym wyłamaniem z takiego porządku. Z uwagi na to, że ocena ich możliwej przydatności do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej przeprowadzona zostanie z punktu widzenia kryterium uznanego tutaj za zasadnicze i rozstrzygające – respektu dla determinizmu walorystycznego, leżąca u jego ideowych podwalin teoria determinizmu geograficznego – chociaż chronologicznie nie najstarsza – jest prezentowana w pierwszej kolejności.

Determinizm geograficzny (H. Buckle 1857-61, F. Ratzel 1901-1902)⁷⁶

Szczególnie istotną teorią lokalizacji działalności gospodarczej jaka znajduje zastosowanie *per analogiam* w ekonomice przestrzeni turystycznej jest determinizm geograficzny.

Głosi on, że środowisko geograficzne ze swoimi zmiennymi w przestrzeni i w czasie właściwościami wpływa w sposób zasadniczy (determinizm umiarkowany) albo wyłączny (determinizm skrajny) na charakter życia społecznego – w tym: gospodarczego – oraz jego zróżnicowanie w przestrzeni (lokalizację) i w czasie (ewolucję)⁷⁷.

Na gruncie ekonomiki turystycznej, zarówno w zakresie ekonomiki przestrzeni turystycznej, jak i ekonomiki usług turystycznych, determinizm geograficzny wyraża się w sformułowanej w tej pracy teorii determinizmu walorystycznego (determinizmu warunkowanego walorami turystycznymi).

Należy zwrócić uwagę na różnice pomiędzy determinizmem geograficznym a determinizmem walorystycznym, co do bytu czynnika kształtującego zachowania przestrzenne człowieka i samą przestrzeń, odpowiednio geograficzną i turystyczną. W determinizmie geograficznym czynnikiem kształtującym w sposób zasadniczy szeroko rozumiane zachowania przestrzenne człowieka (społeczne, ekonomiczne, kulturowe itp.) i samą przestrzeń geograficzną jest jej treść – materialne środowisko geograficzne.

⁷⁶ H.T. Buckle, 1857-1861, *History of Civilization in England* (tomy 1-2), London; F. Ratzel, 1901-1902, *Die Erde und das Leben*, Leipzig und Wien.

⁷⁷ Determinizm geograficzny rozwijał się w nauce już od końca XVIII w. Swoje teoretyczne apogeum znalazł w poglądach Henry'ego T. Buckle'a (twórcy kierunku geograficznego w socjologii), a głównie F. Ratzela (twórcy kierunku socjologicznego w geografii – jednego z ojców antropogeografii, autora pojęcia „przestrzeni życiowej”, nm. *Lebensraum*). Determinizm geograficzny w połączeniu z antropogeografią i wprowadzoną do nauki przez Szweda R. Kjelléna (1899) geopolityką został wykorzystany ideologicznie i politycznie w pierwszych dekadach XX w. – głównie w Niemczech – do uzasadniania ideologii oraz polityki narodowościowej (tzw. kwestii rasowej) i ekspansjonistycznej (koncepcji przestrzeni życiowej narodu). Upolitycznienie determinizmu geograficznego doprowadziło po II wojnie światowej do szkodliwej z punktu widzenia nauki marginalizacji tej – jak wskazuje na to determinizm walorystyczny w ekonomice przestrzeni turystycznej – ciągle nośnej metodologicznie teorii. W opozycji do determinizmu geograficznego pojawiły się: nihilizm geograficzny oraz posybilizm geograficzny. Nihilizm geograficzny to antagonistą determinizmu geograficznego głoszący brak jakiegokolwiek wpływu wypełniającego przestrzeń geograficzną środowiska geograficznego na życie społeczności ludzkiej. Mniej radykalną formą determinizmu geograficznego jest posybilizm geograficzny. „Zakłada on, że środowisko przyr. poszczególnych obszarów oferuje wiele możliwości (fr. *possibilités*, stąd nazwa kierunku) rozwoju ludzkiej działalności, spośród których człowiek dokonuje wyboru tych form, które mu odpowiadają.” *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

Wyrazem powrotu we współczesnej myśli geograficznej i ekonomicznej do determinizmu geograficznego jest np. modna koncepcja endogenego rozwoju regionalnego, tj. rozwoju opartego na czynnikach wewnętrznych regionu.

W determinizmie walorystycznym głównym czynnikiem kształtującym przestrzenne zachowania człowieka w zakresie zdefiniowanej w tej pracy turystyki (w tym: gospodarki turystycznej) i samą przestrzeń turystyczną są walory turystyczne z ich atrakcjami (funkcjami). Są to walory turystyczne stanowiące składnik materialnej przestrzeni turystycznej (np. góry, morza, obiekty zabytkowej architektury), jak i walory niematerialne (turystyczne walory zbiorowe, jak np. klimat, krajobraz: wizualny, akustyczny i zapachowy oraz turystyczne walory emocjonalne: kulturalne, religijne i sportowe) chociaż nie stanowiące składnika tej przestrzeni, ale w niej położone.

Jak to wykazano w rozdz. 5.2.2 poświęconym determinizmowi walorystycznemu, spośród wszystkich sektorów i branż gospodarki gospodarka turystyczna wyróżnia się nie mającą sobie równej najbardziej radykalną, konsekwentną i totalną postacią determinizmu geograficznego – determinizmem walorystycznym. Na przykład, determinizm walorystyczny warunkuje lokalizacyjnie – co nie jest spotykane poza gospodarką turystyczną – nie tylko produkcję, ale i konsumpcję dóbr turystycznych.

Teoria kosztów komparatywnych (albo teoria przewagi komparatywnej: R. Torrens 1815, D. Ricardo 1817)⁷⁸

Teoria ta nie może mieć istotniejszego zastosowania w ekonomice przestrzeni turystycznej. Jest tak dlatego, że decydujące w sposób wyłączny o wyborze lokalizacji działalności gospodarczej komparatywne koszty wytworzenia produktu w sytuacji gospodarki turystycznej nie mają zasadniczego znaczenia. O lokalizacji takiej działalności decyduje głównie lokalizacja walorów turystycznych (determinizm walorystyczny), a koszty komparatywne są czynnikiem lokalizacji wtórnym i niższej wagi.

Teoria stref (pierścieni) rolniczych (J.H. von Thünen 1826)⁷⁹

Teoria ta nie ma żadnego znaczenia w ekonomice przestrzeni turystycznej. Wynika to z tego, że przestrzenią turystyczną rządzi determinizm walorystyczny, co w kontekście założeń i tez teorii stref rolniczych nie pozwala na jej zastosowanie w ekonomice przestrzeni turystycznej, gdzie inaczej aniżeli jest to w teorii Thüнена:

- środowisko przestrzeni turystycznej jest anizotropowe. Tak strukturyzuje je anizotropowa lokalizacja walorów turystycznych,

⁷⁸ R. Torrens, 1815, *An Essay on the External Corn Trade*, London; D. Ricardo, 1817, *On the Principles of Political Economy and Taxation*, London.

⁷⁹ J.H. von Thünen, 1826, *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*, Hamburg.

- produkty turystyczne jednego obszaru turystycznego mogą mieć nie jeden, a skończenie wielką liczbę rynków zbytu (w niektórych przypadkach – rynek globalny),
- w sytuacji fenomenu jedności miejsca: waloru turystycznego – produkcji turystycznej – konsumpcji turystycznej, przedmiotem transportu nie jest produkt turystyczny, a jego konsument – turysta; konsumpcja następuje w miejscu produkcji turystycznej;
- głównym czynnikiem lokalizacji produkcji turystycznej nie jest koszt transportu produktu (produkt turystyczny jest przestrzennie immobilny), ani nawet koszt transportu turysty (jest nim tylko w części), a lokalizacja waloru turystycznego. Natomiast, ponoszony przez turystę koszt jego transportu wpływa na lokalizację takiej produkcji w takim stopniu, w jakim jest on jednym z czynników konkurencyjności rynkowej produktu turystycznego i – konsekwentnie – decyzji turysty o wyborze produktu turystycznego i miejsca jego występowania jako funkcjonalnego i przestrzennego celu jego podróży⁸⁰.
- koncepcja stref (pierścieni) intensywności produkcji wokół centrum jakim jest rynek zbytu, a zarazem miejsce konsumpcji, nie ma w gospodarce turystycznej sensu. Centrum układu w przestrzeni turystycznej dla lokalizacji produkcji turystycznej nie stanowi bowiem odmienne od miejsca produkcji miejsce lokalizacji konsumpcji (popytu), a jest nim miejsce współwystępowania: „surowca” – waloru turystycznego, produkcji i konsumpcji turystycznej (wspomniany fenomen jedności miejsca). Poddana determinizmowi walorystycznemu produkcja turystyczna w obszarze turystycznym nie występuje więc poza takim centrum, zatem nie może ona przyjmować koncentrycznej struktury przestrzennej w postaci pierścieni o zróżnicowanej jej intensywności.

Takie kapitalnej wagi metodologiczne mankamenty teorii Thünera z punktu widzenia jej użyteczności do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej nie przeszkodziły jednak geografowi turystyki J.-M. Miossecowi, by ją wykorzystać jako wyjściową ośnowę metodologiczną do budowy jego przedstawionego w dalszej części pracy popytowo zorientowanego modelu I struktury globalnej przestrzeni turystycznej (1976, 1977)⁸¹. W swoim modelu Miossec akceptuje zarazem specyficzny dla gospodarki turystycznej i nie do pogodzenia z teorią Thünera fenomen jedności miejsca produkcji i miejsca

⁸⁰ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność.

⁸¹ Krytyczna prezentacja tego modelu znajduje się w poświęconym geograficznym teoriom przestrzeni turystycznej rozdz. 2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury.

konsumpcji, gdy w tym samym artykule pisze: „(...) oferta turystyczna (tzn. produkt turystyczny – przypis S.S.) nie może się przemieszczać: ona jest konsumowana na miejscu.”⁸²

Teoria lokalizacji przemysłu (A. Weber 1909)⁸³

Teoria lokalizacji A. Webera dotyczy produkcji przemysłowej i zasadza się na twierdzeniu, że najlepsza lokalizacja produkcji przemysłowej (głównie przemysłu przetwórstwa surowców mineralnych), to takie miejsce w przestrzeni geograficznej, w którym osiąga się minimalizację kosztów produkcji przemysłowej, a głównie kosztów transportu w układzie: miejsce (miejsca) położenia surowca – miejsce produkcji – miejsce konsumpcji produktu (tzw. trójkąt lokalizacyjny Varignon’a – Webera).

Ze względów już tutaj wcześniej zgłoszonych (głównie brak „fenomenu jedności miejsca”), jest to teoria w sposób oczywisty nie do pogodzenia z determinizmem walorystycznym, co czyni ją bezużyteczną w ekonomice przestrzeni turystycznej.

Teoria ośrodków centralnych (W. Christaller 1933, 1937)⁸⁴

Teoria ośrodków centralnych została sformułowana w odniesieniu do funkcjonalno-przestrzennej struktury osadnictwa⁸⁵.

⁸² J.-M. Miossec, 1977, s. 41 (tłum. autora).

⁸³ A. Weber, 1909, *Über den Standort der Industrien*, Tübingen.

⁸⁴ W. Christaller, 1933, *Die zentralen Orte in Süddeutschland*, Jena; W. Christaller, 1937, *Die Ländliche Siedlungsweise im Deutschen Reich und ihre Beziehungen zur Gemeindeorganisation*, Berlin.

⁸⁵ Teoria ośrodków centralnych W. Christallera wykroczyła w swoich metodologicznych zastosowaniach poza problem geografii osadnictwa i stała się w innych dyscyplinach nauki, jak np. ekonomii, administracji państwowej (np. jako model organizacji struktury gmin III Rzeszy Niemieckiej), socjologii, teorii kultury, archeologii inspiracją do konstrukcji licznej rodziny istotnie pochodnych teorii struktury przestrzeni geograficznej i lokalizacji w tej przestrzeni aktywności społecznej i ekonomicznej człowieka. To jest m. innymi powód, dla którego i w tej pracy poświęca się jej stosunkowo obszerniejsze omówienie.

W samej tylko ekonomii, wpływ teorii ośrodków centralnych W. Christallera jest wyraźnie zauważalny w dwóch typach teorii rozwoju regionalnego „od góry” (typologia teorii za K. Dyjacha, 2013, s. 14). W typie „teorii biegunów wzrostu”, są to np. teorie: polaryzacji sektorowej (F. Perroux 1955), polaryzacji regionalnej (G. Myrdal 1957), polaryzacji zarazem sektorowej i regionalnej (A.O. Hirschman 1958). W typie „teorii centrum i peryferii” – teoria centrum i peryferii (J. Friedmann 1973).

Ponadto, jak pisze P. Krugman, twórca tzw. nowej geografii ekonomicznej rozumianej przez niego jako gospodarka przestrzenna (R. Domański, 2006, s. 171), „...model „centrum-peryferia”, który jest w gruncie rzeczy modelem powstawania aglomeracji, był punktem wyjścia dla nowej geografii ekonomicznej” (P. Krugman, 2009, s. 12).

Pomijając szczegółowe założenia upraszczające ujmującego tę teorię modelu, ośrodek centralny w modelu to miejscowość osadnicza pełniąca tzw. funkcje centralne zaspokajające potrzeby ludności nie tylko takiego ośrodka, ale również ludności jego otoczenia. W ujęciu ekonomicznym, ośrodek centralny to centrum kreacji podaży dobra, na które popyt zgłasza ludność ośrodka i jego otoczenia (peryferii).

W tym modelu peryferie, których ludność znajduje zaspokojenie swoich potrzeb w ośrodku centralnym, są położone w najbliższym otoczeniu ośrodka centralnego. Maksymalny zasięg ich występowania w przestrzeni względem określonego ośrodka centralnego wyznacza linia łącząca miejsca wygaśnięcia funkcji popytu na dobra oferowane przez centrum układu. Jest to linia w formie boków heksagonu (heksagon przestrzennego zasięgu wpływu podaży centrum i popytowego uzależnienia peryferii od centrum).

Kryteria: rangi oraz przestrzennego zasięgu oddziaływania funkcji ośrodka centralnego prowadzą do hierarchizacji ośrodków centralnych. Rozróżnia się ośrodki centralne wyższego (wyższa ranga, większy zasięg przestrzenny funkcji) i niższego rzędu (niższa ranga, mniejszy zasięg przestrzenny funkcji) pozostające we wzajemnych powiązaniach funkcjonalnych i przestrzennych.

Hierarchizacja ośrodków centralnych znajduje swoje odzwierciedlenie w przestrzennej strukturze osadnictwa, której narzędziem optymalizacji jest geometryczny heksagon (przez wzgląd na jego zaletę: zespół sąsiadujących heksagonów nie pozostawia między nimi luk przestrzeni pustej). Heksagony ośrodków hierarchicznie niższego rzędu – powierzchniowo mniejsze – wpisują się w zakres heksagonu ośrodka wyższego rzędu – powierzchniowo większego, od którego są funkcjonalnie zależne (efekt satelitarny).

Christallerowska hierarchizacja ośrodków centralnych znalazła swoje zastosowanie w wielu modelach turystycznych: przestrzeni (głównie jej struktury, ale także jej systemu i ewolucji), podróży i gospodarki do hierarchizacji funkcjonalnej miejscowości turystycznych w podprzestrzeni recepcji turystów, jak to jest np. w obydwu modelach przestrzeni turystycznej Miosseca (1976, 1977) oraz – to informacje za Pearce D.G. (1987)⁸⁶ – w modelach Brittona (1980), Thurota (1980), Pearce'a (1981) i Lundgrena (1982).

W ekonomice przestrzeni turystycznej teoria ośrodków centralnych może mieć zastosowanie w planowaniu obszaru turystycznego, ale pod dwoma

⁸⁶ D.G. Pearce, 1987, *Tourism today: a geographical analysis*, Longman, John Wiley, New York.

warunkami: jedynie wówczas, gdy przez ośrodek centralny rozumieć miejscowość turystyczną i tylko w takim zakresie, w jakim teoria ta wypowiada się o wzajemnych relacjach funkcjonalnych i przestrzennych takich ośrodków centralnych.

Teoria ta może więc służyć pomocniczo do hierarchizacji i optymalizacji lokalizacji (pod wpływem determinizmu walorystycznego) oraz kształtowania programu funkcjonalnego miejscowości turystycznych – różnej rangi ośrodków centralnych gospodarki turystycznej⁸⁷.

Teoria przestrzennego ładu gospodarki (A. Lösch 1940)⁸⁸

Teoria przestrzennego ładu gospodarki została sformułowana w odniesieniu do produkcji pozaturystycznej (przemysłowej, rolniczej), charakteryzującej się brakiem jedności miejsca produkcji i konsumpcji oraz skrajnie determinującą przestrzennie produkcję funkcją surowca. Taka sytuacja wymaga transportu produktu z miejsca jego produkcji do miejsca jego konsumpcji, a w sytuacji produkcji przetwórczej i magazynowania często również transportu pomiędzy miejscami położenia surowca – produkcji – magazynowania – konsumpcji.

Oczywiście, nie jest to sytuacja gospodarki turystycznej. Tłumaczy to przywoływana po raz kolejny, wypływająca z determinizmu walorystycznego jedność miejsca: źródła surowca (waloru turystycznego), produkcji i konsumpcji turystycznej (magazynowanie produktu turystycznego z samej jego natury jest niemożliwe).

Zatem, główne twierdzenia tej teorii odnoszącej się do produkcji przemysłowej i rolniczej, że najlepsza lokalizacja produkcji to takie miejsce w przestrzeni geograficznej, w którym osiąga się maksymalizację zysku z produkcji, a „przestrzenny układ produkcji jest rezultatem wzajemnego oddziaływania korzyści skali i aglomeracji oraz kosztów transportu”⁸⁹ nie są do pogodzenia z determinizmem walorystycznym gospodarki turystycznej w przestrzeni turystycznej. To rozstrzyga o nieprzydatności tej teorii do objaśniania, kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej.

⁸⁷ W polskiej tradycji planowania przestrzeni turystycznej ośrodki centralne zwane są ośrodkami rozrządowo – zaopatrzeniowymi gospodarki turystycznej i migracji turystycznych obszaru (por. np. S.S. Szadziński, 1984, s. 126; załączniki: Mapa 3. Koncepcja rozwoju funkcji turystycznych. Struktura funkcjonalno-przestrzenna infrastruktury turystyki oraz ruchu turystycznego).

⁸⁸ Lösch A., 1940, *Die raumliche Ordnung der Wirtschaft*, Jena.

⁸⁹ R. Domański, 2006, s. 165.

Regional science – regionalistyka (W. Isard 1960)⁹⁰

Z gospodarką przestrzenną w rozumieniu: gospodarka przestrzeni geograficznej na poziomie terytorialnym regionu wiąże się stworzony w latach 50. XX w. przez W. Isarda kierunek badawczy geografii ekonomicznej zwany *regional science* (R. Domański, 2006, s. 167, słusznie proponuje dla niego polską nazwę „regionalistyka”).

Przedmiotem swoich rozważań regionalistyka uczyniła region⁹¹. Od dawna był on przedmiotem geografii, która przestrzeń geograficzną rozważała na poziomach terytorialnych: miejscowym, regionalnym i globalnym. Narastające swą wagą, zróżnicowaniem rodzajowym, jakościowym, ilościowym i przestrzennym problemy regionów – głównie problemy o charakterze społecznym, ekonomicznym i przyrodniczym (ekologicznym) – stworzyły potrzebę poświęcenia szczególniejszej uwagi nauki i praktyki ich pożądanemu rozwojowi.

Z punktu widzenia metodologii kształtowanie przestrzeni geograficznej regionu jest możliwe. Region jest najwyższym operacyjnie – tzn. poddającym się skoordynowanemu racjonalnemu zarządzaniu poprzez planowanie przestrzenne – poziomem terytorialnym przestrzeni geograficznej.

Ale dzisiejsza regionalistyka (inaczej była definiowana jej problematyka u zarania jej powstania) traktowana jako dziedzina geografii ekonomicznej nie ma w swojej misji wprost kształtowania regionu, ale opis i wyjaśnianie funkcjonowania regionu oraz ewentualne formułowanie rekomendacji odnośnie do definiowania celów, kierunków i instrumentów (np. modeli) racjonalizacji jego rozwoju z uwzględnieniem aspektów społecznych, ekonomicznych, ekologicznych i przestrzennych (ładu przestrzennego)⁹².

Jeżeli przez ekonomikę przestrzeni turystycznej w jej aspekcie praktycznym – inżynierskim rozumie się planowanie regionu turystycznego i subregionu – obszaru turystycznego, to w takim zakresie jest ona ze swej natury dyscypliną regionalną. Zatem, osiągnięcia regionalistyki – głównie metodologiczne – mogłyby zostać spożytkowane w ekonomice przestrzeni turystycznej do planowania przestrzeni turystycznej.

⁹⁰ W. Isard, 1960, *Methods of regional analysis, an Introduction to Regional Science*, MIT Press and John Wiley, New York.

⁹¹ Definicja regionu w ogóle – jako wiecznie otwarta w nauce – nie jest w tym miejscu konieczna. Region turystyczny został zdefiniowany w poświęconym przestrzeni turystycznej rozdz. 3.3. Struktura funkcjonalna i terytorialna. Terytorialne poziomy operacyjne.

⁹² Jak już tutaj to przywołano, rozumienie geografii ekonomicznej właśnie jako gospodarki przestrzennej postuluje twórca tzw. nowej geografii ekonomicznej P. Krugman, (R. Domański 2006, s. 171). Jest to stanowisko metodologicznie błędne, gdyż – co prawda – geografia ekonomiczna i gospodarka przestrzenna mają ten sam przedmiot (przestrzeń geograficzną), ale całkowicie odmienne cele – misje. Zatem, po cóż stawiać je w stan pojęciowej konfuzji?

Jak jednak wcześniej tutaj stwierdzono, koniecznymi warunkami, jakimi musiałyby odpowiadać osiągnięcia teorii regionalistyki dla takiego celu, są: odnosić się do operacyjnego poziomu przestrzeni turystycznej, reprezentować korzystny stan przestrzeni regionu turystycznego oraz dać się pogodzić z teorią determinizmu walorystycznego. Pierwszy warunek regionalistyka spełnia *ex definitione* w sposób oczywisty. Pozostałe dwa warunki muszą być w przypadku jej każdej teorii, modelu czy metody przedmiotem osobnej, krytycznej oceny.

Koncepcja lokalizacji działalności gospodarczej według idei klastra (A. Marshall 1920a,b; M.E. Porter 2001)⁹³

Koncepcja klastra turystycznego dotyczy głównie tzw. korzyści zewnętrznych z przestrzennej koncentracji turystycznej działalności gospodarczej, w tym z jej konsekwencjami dla konkurencyjności rynkowej zlokalizowanego w klastrze produktu turystycznego, jednostkowego i terytorialnego.

Kwestia możliwości spożytkowania koncepcji skoncentrowanej przestrzennie lokalizacji działalności gospodarczej według idei klastra do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej jest krytycznie i szerzej rozważona w specjalnie temu poświęconym rozdz. 5.5.4. Klaster turystyczny.

2.2.2.2.2.3.2. Teorie przestrzeni turystycznej

Wysoce użytecznymi narzędziami teorii są modele. Modele stosuje się „w celu uproszczenia problemów zwiększającego szanse ich rozwiązania. (...). Modelem nazywa się bądź zbiór założeń upraszczających (...), bądź też sam przedmiot lub zbiór przedmiotów spełniających takie założenia. W pierwszym przypadku mówi się o modelu nominalnym lub teoretycznym, w drugim – o modelu realnym, zwanym też interpretacją lub realizacją modelu nominalnego”⁹⁴.

Przenosząc to na grunt teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej można stwierdzić, że modele tworzone przez tę naukę są modelami nominalnymi (teoretycznymi; odpowiadają na pytanie: jak jest?) – wówczas, gdy odwzorowują istniejący stan przestrzeni turystycznej oraz modelami nor-

⁹³ A. Marshall, 1920a, *Industry and Trade*, 3 wyd., Macmillan, London; A. Marshall, 1920b, *Principles of Economics*, 8 wyd., Macmillan, London; M.E. Porter, 2001, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa.

⁹⁴ W. Marciszewski, 1970, s. 176-177. Pojęcie modelu można też za słownikiem ująć lapidarnie: „model to wzór, według którego coś jest lub ma być wykonywane.” *Słownik języka polskiego* PWN, 1979, Tom II, s. 199.

matywnymi (odpowiadają na pytanie: jak powinno być?) – gdy przedstawiają postulowany (najlepiej korzystny dla człowieka) stan tej przestrzeni np. w postaci planu przestrzeni turystycznej⁹⁵. Inwestycyjne (budowlane) realizacje modeli normatywnych – turystycznych planów przestrzennych przez inżynierię ekonomiki usług turystycznych prowadzą do powstania odpowiadających tym modelom obserwowalnych w przestrzeni turystycznej modeli realnych w postaci funkcjonalno-przestrzennych struktur tej przestrzeni.

Zarówno geografia turystyczna, jak i ekonomika turystyczna (ekonomika przestrzeni turystycznej oraz ekonomika usług turystycznych) odwołują się do licznych ujęć modelowych. Już w roku 1986 D. Getz doliczył się ponad 150 samych li tylko opublikowanych w języku angielskim takich modeli. Wśród nich za typowe (oryg. ang. *typical models*), tzn. tworzące typ, uznał ok. 50 modeli⁹⁶.

Nie wnikając w ułomność logiczną klasyfikacji D. Getza (brak respektu dla zasady podziału rozłącznego; te same modele – np. modele Duffield i Long 1981, Pearce 1981 oraz Getz 1983 – zaliczone zostały jednocześnie do różnych klas modeli wyróżnionych według tego samego kryterium, jakim jest funkcja modelu), samo zestawienie tak imponującej liczby modeli gospodarki turystycznej jest pouczające i może być inspirujące.

Według kryterium przedmiotu zastosowań – funkcji modelu, D. Getz wydzielił trzy grupy modeli gospodarki turystycznej różnie przezeń w tym samym artykule nazywane:

- modele systemu gospodarki turystycznej, modele teoretyczne (zwane przez Getza ang. *theory, theoretical models, the tourism system*),

⁹⁵ Modelem normatywnym jest zaproponowany w rozdz. 6.3 tej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

⁹⁶ D. Getz, 1986, *Models in tourism planning. Towards integration of theory and practice*, [w:] „Tourism Management”, vol. 7, nr 1, s. 21-32.

Ograniczenie kwerendy literatury do anglojęzycznej jest i w tym przypadku poważnym uchybieniem, bowiem np. pionierskie ujęcia modelowe przestrzeni turystycznej globalnej (w aspekcie strukturalnym i funkcjonalnym) i regionalnej (w aspekcie ewolucyjnym) autorstwa J.-M. Miosseca (1976, 1977) zostały z ogromną stratą dla ich autora i nauki światowej opublikowane dwukrotnie w j. francuskim (pierwotnie w zeszytach naukowych Université d'Aix – Marseille). Nie przywołuje ich również uchodzący za „guru” ewolucjonistów przestrzeni turystycznej autor słynnej koncepcji ewolucji obszaru turystycznego Kanadyjczyk R.W. Butler (1980). Co interesujące z punktu widzenia etyki nauki, Butler ni w tekście, ni w spisie literatury swego odkrywczego artykułu opublikowanego kilka lat po publikacjach Miosseca nie wymienił nawet nazwiska tego ostatniego. Natomiast anglojęzyczny Nowozelandczyk D.G. Pearce (1987) w podrödziale swojej publikacji poświęconym teoriom ewolucji przestrzeni turystycznej pracę Miosseca nie tylko wymienia, ale wyczerpująco wraz z ilustracjami omawia (s. 14-19) pomijając z kolei nazwisko R.W. Butlera i jego słynną koncepcję (D.G. Pearce, 1987, s. 229).

- modele procesów planowania i zarządzania (ang. *planning/management processes models*), które należy rozumieć jako modele struktury i ewolucji przestrzeni turystycznej i zarządzania gospodarką turystyczną oraz – jako klasyfikowane przezeń w opozycji wobec modeli teorii – jako modele praktyki, i wreszcie
- modele prognostyczne (ang. *forecasting models*)⁹⁷.

Grupa modeli teoretycznych – systemowych gospodarki turystycznej obejmuje takie podgrupy, jak: modele pełnosystemowe, modele przestrzenno-czasowe, modele motywacyjno-behawioralne, modele ogólnego wpływu, modele wpływu ekonomicznego, modele wpływu społeczno-ekonomicznego, modele wpływu ekologicznego.

Grupa modeli procesów planowania i zarządzania w gospodarce turystycznej łączy następujące podgrupy modeli: modele rozwoju obszaru, modele projektowania rozwoju – zagospodarowania, modele zarządzania i marketingu, modele planowania.

Grupa modeli prognostycznych obejmuje podgrupy: modele ekonometryczne, modele serii czasowych, modele inspirowane fizyką, stosowane modele inspirowane elektrycznością⁹⁸.

Klasyfikację powstałych w geografii turystycznej modeli zawężoną do modeli przestrzeni turystycznej przedstawił D.G. Pearce (1987)⁹⁹. Twierdzi on, że zasadnicza grupa modeli tej przestrzeni zasadza się na nawiązującej do etapów podróży turysty funkcjonalnej strukturze globalnej przestrzeni turystycznej obejmującej: obszary emisji – kanały tranzytowe – obszary recepcji¹⁰⁰. Na tej podstawie wyróżnił on cztery zasadnicze grupy modeli przestrzeni turystycznej: modele podróży turystycznej (ang. *models of tourist travel*; co ciekawe, do tej grupy D. Getz zaliczył model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej J-M. Miosseca, 1976, 1977), modele relacji: obszar emisji – obszar recepcji (ang. *origin – destination models*), modele struktury (ang. *structural models*) oraz modele ewolucji (ang. *evolutionary models*)¹⁰¹. Interesujące jest to, że D.G. Pearce nie zauważył istnienia grupy modeli systemu przestrzeni turystycznej.

Tworzone *ex post* na podstawie uprzedniej obserwacji geograficzne modele przestrzeni turystycznej mają ją opisywać i objaśniać (przedstawiać jej przeszłość i teraźniejszość). Z kolei, tworzone *ex ante* w ekonomice przestrze-

⁹⁷ D. Getz, 1986, s. 22-24. Nazwy modeli – tłum. autora.

⁹⁸ D. Getz, 1986, s. 24.

⁹⁹ D.G. Pearce, 1987, s. 5-20.

¹⁰⁰ Por. poświęcony przestrzeni turystycznej rozdz. 3.3. Struktura funkcjonalna i terytorialna. Terytorialne poziomy operacyjne. W nim: ryc. 7. Struktura funkcjonalna globalnej przestrzeni turystycznej.

¹⁰¹ D.G. Pearce, 1987. Nazwy modeli – tłum. autora.

ni turystycznej modele mają służyć kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej, mają służyć formowaniu jej przyszłości.

Typologia geograficznych modeli przestrzeni turystycznej odpowiada takim atrybutom tej przestrzeni, jak jej system, struktura i ewolucja. Zatem, autor wyróżnia modele systemu, modele struktury oraz modele ewolucji przestrzeni turystycznej.

System, struktura i ewolucja przestrzeni turystycznej są charakteryzowane poprzez odpowiadające im relacje (funkcjonalne, przestrzenne, czasowe) stanu turystycznych elementów tej przestrzeni.

Na poziomie globalnym takimi elementami są obszary emisji, kanały tranzytowe i obszary recepcji turystów. Na poziomie regionu turystycznego – walory turystyczne z ich atrakcjami, obszary turystyczne i turyści z ich potrzebami. Na poziomie obszaru turystycznego – walory turystyczne z ich atrakcjami, obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi oraz turyści z ich potrzebami.

Warto w tym miejscu sprecyzować, co w odniesieniu do przestrzeni turystycznej oznaczają i w jakiej wzajemnej relacji pozostają desygnaty takich nazw, jak: system, struktura, ewolucja.

System przestrzeni turystycznej oznacza zespół relacji funkcjonalnych – wzajemnego wpływu lub neutralności – zachodzących pomiędzy jej elementami turystycznymi: nimi samymi oraz ich otoczeniem¹⁰². Relacje funkcjonalne dotyczą stosunku między elementami przestrzeni turystycznej w zakresie ich właściwości: rodzaju (gatunku), jakości oraz ilości.

Struktura przestrzeni turystycznej oznacza zespół relacji przestrzennych (wzajemnego położenia) występujących w niej turystycznych elementów.

Ewolucja przestrzeni turystycznej oznacza zmiany w czasie jej zdefiniowanych jak wyżej – systemu i struktury¹⁰³.

Inaczej rzecz ujmując można stwierdzić, że elementy turystyczne występują w przestrzeni turystycznej w określonych relacjach funkcjonalnych (system) i przestrzennych (struktura), a stan tych relacji podlega zmianom w czasie (ewolucja).

¹⁰² Właściwym rozumieniem systemu jest takie, jakie w *Słowniku* przypisano strukturze w znaczeniu 1. „układ i wzajemne relacje elementów stanowiących całość”. *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa. Jest ono zgodne ze stworzoną przez L. von Bertalanffy’ego ogólną teorią systemów.

¹⁰³ Spośród przytoczonych przez *Słownik* czterech znaczeń nazwy „ewolucja”, adekwatne w kontekście obszaru turystycznego są znaczenia 2 i 3. Ewolucja, to: 2. „proces przeobrażeń, przechodzenia do stanów bardziej złożonych 3. proces stopniowego rozwoju społeczeństwa od form prostszych do bardziej doskonałych”, *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

Wskazany jest zauważyć, że dające się odnieść także do przestrzeni turystycznej znaczenie 3. zawiera aspekt wartościujący zmiany, co nadaje obojętnej wartościowo ewolucji charakter procesu o kierunku i rezultatach przez człowieka pożądanym. W takim rozumieniu, ewolucja staje się rozwojem.

W planowaniu przestrzeni turystycznej ustalenie pożądanego systemu (relacji funkcjonalnych) turystycznych elementów przestrzeni turystycznej poprzedza chronologicznie (sekwencyjnie w czasie) ustalenie pożądanego struktury tej przestrzeni (relacji przestrzennych tych elementów) i wpływa na nią determinująco (np. konflikt funkcjonalny jakichś elementów wyklucza ich współwystępowanie czy sąsiedztwo w przestrzeni turystycznej). Teza ta stanowi ideową podstawę zastosowań instrumentów planistycznych oraz modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów do ustalenia w przestrzeni turystycznej bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna (por. rozdz. 6.2 i 6.3).

Prowadzi to do istotnego spostrzeżenia, że modele systemu, struktury i ewolucji przestrzeni turystycznej należy rozważać w ich wzajemnym powiązaniu o charakterze sprzężeń. Jak stwierdzono, w przypadku modelu struktury nie sposób rozważać charakterystyczne dla niego relacje przestrzenne (położenia) elementów przestrzeni turystycznej w oderwaniu od modeli ich relacji funkcjonalnych i czasowych. Np. wzajemne położenie elementów w przestrzeni wynika z ich relacji funkcjonalnych (funkcjonalnej: harmonii, kolizji albo neutralności), ale i ono ma zwrotny wpływ na relacje funkcjonalne tych elementów – np. na poziom siły wzajemnych oddziaływań, a upływowi czasu towarzyszą zmiany zarówno ich systemu, jak i struktury.

Jak w przypadku każdej metody pochodzącej spoza ekonomiki przestrzeni turystycznej, tak i w odniesieniu do geograficznego modelu, jego adaptacyjna przydatność w ekonomice przestrzeni turystycznej – jako przesłanka do budowy modelu kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej – będzie oceniona przez pryzmat przyjętego tutaj zespołu kryteriów. Geograficzne modele przestrzeni turystycznej zostaną zaprezentowane w porządku metodologicznej sekwencji ich typów: modele systemu, modele struktury i modele ewolucji.

2.2.2.2.3.2.1. Modele systemu

Przestrzeń turystyczna – niezależnie od jej poziomu terytorialnego – z występującymi w niej turystami i gospodarką turystyczną jest systemem, zespołem jej elementów składowych oraz relacji funkcjonalnych – wzajemnego wpływu lub neutralności – zachodzących pomiędzy samymi elementami oraz między nimi a ich otoczeniem.

Ekonomikę przestrzeni turystycznej interesują systemy dające się racjonalnie kreować i kształtować, a więc systemy operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów – turystycznych: regionów i obszarów.

Systemowe ujęcia gospodarki turystycznej mogą odnosić się do samego jej aspektu funkcjonalnego bez odniesień przestrzennych (funkcjonalne

modele systemu) oraz do aspektu funkcjonalnego z uwzględnieniem relacji przestrzennych (funkcjonalno-przestrzenne modele systemu). W ekonomice przestrzeni turystycznej „naturalnym” przedmiotem zainteresowania są systemy funkcjonalne gospodarki turystycznej mające odniesienia przestrzenne (systemy funkcjonalno-przestrzenne).

W zależności od charakteru przedmiotu poddanego modelowaniu, w obrębie geograficznych modeli systemu gospodarki turystycznej D. Getz (1986) wyróżnił:

- modele systemu gospodarki turystycznej (całościowe),
- modele subsystemu gospodarki turystycznej, odnoszące się do poszczególnych podsystemów problemowych systemu gospodarki turystycznej (np. modele ekonomiczne, socjologiczne, ekologiczne, przestrzenne)¹⁰⁴.

Jego zdaniem, modele systemu gospodarki turystycznej mogą alternatywnie – zależnie od ich szczegółowej funkcji – przejawiać się jako:

- modele opisujące, definiujące komponenty systemu gospodarki turystycznej,
- modele wyjaśniające, mające ukazać, jak funkcjonuje system lub określony podsystem gospodarki turystycznej, jakie istnieją interakcje pomiędzy jej komponentami z ewentualnym wyjaśnieniem relacji przyczynowych,
- modele przewidujące (ang. *predictive models*), oparte na wykorzystaniu znajomości relacji przyczynowych do przewidywania zjawiska (należy zaznaczyć, że sprawdzalne przewidywanie różni się od zwykłych prognoz opartych na prostej ekstrapolacji trendu).

Postulat stworzenia mechanizmu „przełożenia” modelu teorii na model praktyki jest wysoce atrakcyjny teoretycznie i praktycznie. Próbę taką podjął D. Getz w omawianej pracy (Getz D. 1986), której dał podtytuł *Ku integracji teorii i praktyki*¹⁰⁵.

Jednak okazuje się to zadaniem na tyle trudnym teoretycznie i praktycznie, że dotychczas skutecznie niewykonalnym. Pomimo ambitnych deklaracji autorów, nie udało się to realnie nikomu. Dotychczasowe próby nie są zachęcające¹⁰⁶. Teoretyczne modele systemowe, jak np. model „terytorialnego systemu rekreacyjnego” W.S. Prieobrażeńskij (1979) w mutacjach, adaptacjach i rozwinęciach rozmaitych autorów – a chyba najpełniej w referowanej tutaj pracy Krzymowskiej-Kostrowickiej A. (1980) – kończą się na modelu systemu gospodarki turystycznej dającym się w klasyfikacji D. Getza zaliczyć

¹⁰⁴ D. Getz, 1986, s. 21-32.

¹⁰⁵ Ang. *Towards integration of theory and practice*, D. Getz, 1986.

¹⁰⁶ Dotyczy to prac takich autorów, jak np. J.B. Ellis, C.S. Doren (1966), A.S. Kostrowicki (1975), W.S. Prieobrażeńskij (1979), A. Krzymowska-Kostrowicka (1980), P. Lainé (1985), A. Sessa (1985).

co najwyżej do kategorii modeli opisujących (nominalnych; jak jest?), a już nie do kategorii modeli wyjaśniających opartych na identyfikacji mechanizmów przyczynowych (dlaczego tak jest?) i modeli przewidujących (normatywnych; jak może być?)¹⁰⁷. Tylko w powiązaniu z dwiema ostatnimi kategoriami modeli modele opisujące system stwarzają możliwość pełniejszego ich wykorzystania w planowaniu przestrzeni turystycznej i zarządzaniu zmianami i rozwojem gospodarki turystycznej obszaru turystycznego.

Ważne ponadto jest to, że wszystkie trzy odmiany funkcjonalne modeli systemu gospodarki turystycznej: opisu, wyjaśniania i przewidywania mogą mieć zastosowanie w procesie planowania i projektowania przestrzeni turystycznej na tyle, na ile uwzględniają aspekt relacji przestrzennych. Tego jednak nie ma w znanych autorowi modelach systemu gospodarki turystycznej, gdzie aspekt relacji przestrzennych jest niedowartościowany lub wręcz zupełnie pomijany.

Modele systemu obszaru turystycznego odnoszą się do właściwego jemu zespołu relacji funkcjonalnych (o charakterze wpływu lub neutralności), przez który należy rozumieć:

- zespół relacji funkcjonalnych (w zakresie rodzaju, jakości, ilości) między turystycznymi elementami obszaru: walorami turystycznymi z ich atrakcjami, obiektami infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi, turystami z ich potrzebami. Dotyczy to zarówno ich relacji wewnętrznych (między nimi samymi), jak też ich relacji zewnętrznych (między nimi a elementami ich otoczenia) wewnątrz obszaru turystycznego,
- zespół relacji między funkcjami turystycznymi obszaru turystycznego (relacje wewnętrzne funkcji turystycznych) oraz relacji między funkcjami turystycznymi obszaru turystycznego a innymi funkcjami społeczno-gospodarczymi tego obszaru (relacje zewnętrzne funkcji turystycznych)¹⁰⁸.

Istotniejsze metodologicznie modele systemu globalnej, nieoperacyjnej planistycznie przestrzeni turystycznej – przez to i marginalnego znaczenia dla teorii i praktyki ekonomiki tej przestrzeni – sformułowali: W. Christaller (1955, 1963), J.-M. Miossec (1976, 1977) oraz N. Leiper (1990b)¹⁰⁹.

¹⁰⁷ Pośród geograficznych modeli systemu przestrzeni turystycznej nie ma modeli normatywnych odpowiadających na pytanie: jak powinno być? Takie modele w postaci planów przestrzeni turystycznej to już domena ekonomiki przestrzeni turystycznej.

¹⁰⁸ Por. rozdz. 6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu. Analizę systemu funkcji turystycznych obszaru turystycznego z uwzględnieniem aspektu przestrzennego, w ujęciu macierzowym (macierz harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych) przedstawił w ramach koncepcji zagospodarowania turystycznego Doliny Górnej Narwi S.S. Szadziński (1984, s. 87-92).

¹⁰⁹ Modele struktury globalnej przestrzeni turystycznej: W. Christallera (1955, 1963 turystyczny model «centrum – peryferie»), J.-M. Miosseca (1976, 1977; model I struktury glo-

Model systemu operacyjnej przestrzeni turystycznej – regionu (obszaru) turystycznego „Terytorialny system rekreacyjny” (A. Krzymowska-Kostrowicka 1980)¹¹⁰

Przykładu szczególnie rozbudowanego modelu systemu dla operacyjnego planistycznie regionu turystycznego (z formalną możliwością – zdaniem autora niniejszej pracy – odniesienia również do obszaru turystycznego), stanowiącego rozwinięcie idei W.S. Prieobrażeńskiego (głównie z publikacji z 1979 r.) dostarczyła A. Krzymowska-Kostrowicka (1980) w pracy: *Terytorialny system rekreacyjny. Analiza struktury i charakteru powiązań (studium teoretyczno-metodyczne)*.

Jak pisze jej autorka, „(...) praca jest próbą kompleksowego przedstawienia zjawiska rekreacji w ujęciu systemowym, z uwzględnieniem powiązań przestrzennych (...). Praca ma charakter głównie metodyczny, a zasadniczym jej celem było zbadanie wzajemnych powiązań między podstawowymi elementami tworzącymi terytorialny system rekreacyjny (TSR), wyznaczenie ich zasięgu natężenia, a tym samym określenie roli poszczególnych elementów w systemie” (A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 9).

Model „terytorialnego systemu rekreacyjnego” charakteryzują następujące podstawowe jego właściwości:

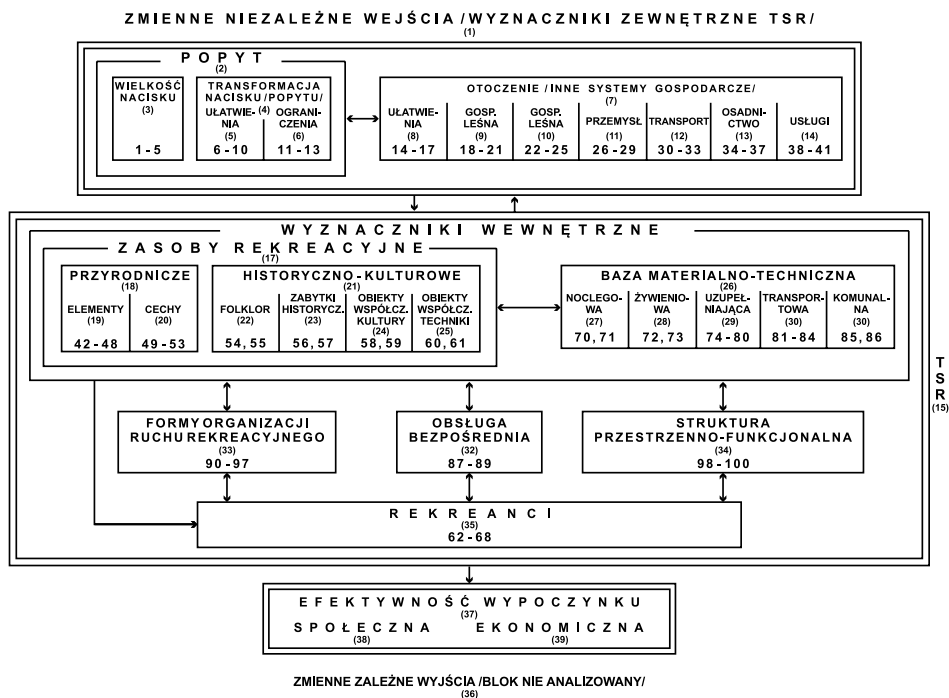
- dotyczy on „terytorium” znajdującego się w warunkach funkcjonalnej monokultury gospodarki turystycznej, jaką jest jedna tylko funkcja turystyczna – funkcja rekreacyjna (wypoczynkowa),
- jest metodologicznie złożony i tworzą go dwa modele – macierze, w dwu wariantach każdy, a mianowicie:
 - model systemu gospodarki turystycznej w ujęciu macierzowym, w wariantach: model podstawowy (teoretyczny; macierz podstawowa, teoretyczna) i model empiryczny (macierz „Terytorialny System Rekreacyjny – TSR Wigry”) utworzony w celu diagnozy relacji funkcjonalnych i weryfikacji modelu teoretycznego,

balnej przestrzeni turystycznej) oraz model struktury N. Leipera (1990 b) można traktować łącznie jako modele systemu tej przestrzeni w tym sensie, że globalną przestrzeń turystyczną strukturyzują występujące w jej obrębie relacje funkcjonalne (np. u Christallera i Leipera – funkcje podprzestrzeni: emisji, kanałów tranzytowych i recepcji turystów; u Miosseca – relacje funkcjonalne polegające na tym, że wybór przez turystę celu przestrzennego podróży następuje w rezultacie porównania w ramach palety rozważanych obszarów recepcji następujących kryteriów decyzyjnych: dyspozycyjny budżet wyjazdu a koszty przejazdu i pobytu oraz czas trwania podróży).

¹¹⁰ A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, *Terytorialny system rekreacyjny. Analiza struktury i charakteru powiązań (studium teoretyczno-metodyczne)*, Prace Geograficzne IG i PZ PAN nr 138, Wydawnictwo PAN, Warszawa.

- model systemu gospodarki turystycznej w ujęciu systemu masowej obsługi, w wariantach: model teoretyczny i model empiryczny TSR „Wigry”; model ekonometryczny utworzony w celu optymalizacji funkcjonowania TSR.
- modele podstawowe (teoretyczne) powstały „na podstawie danych z literatury” (A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 110). Stanowiły więc one naukową hipotezę,
- modele praktyczne powstały z obserwacji konkretnego „terytorium” turystycznego „Wigry”. Ich celem metodologicznym była weryfikacja hipotez – modeli podstawowych (teoretycznych),
- badanie relacji elementów systemu: relacji wzajemnych i relacji z elementami otoczenia systemu przeprowadzono z użyciem macierzy takich powiązań dla 100 uznanych za podstawowe, wyselekcjonowanych metodą „dekompozycji i agregacji” elementów systemu, ujętych w bloki zmiennych niezależnych wejścia i wyjścia systemu. Skonstruowana jako narzędzie analizy wzajemnych powiązań elementów macierz obejmuje 10 000 (tak!) „pól interakcji” takich elementów,
- zmienne niezależne wejścia obejmują: wyznaczniki zewnętrzne systemu w liczbie 41 (reprezentują one popyt turystyczny i otoczenie systemu) oraz wyznaczniki wewnętrzne systemu w liczbie 59 (reprezentują one zasoby rekreacyjne, bazę materialno-techniczną, formy organizacji ruchu rekreacyjnego, obsługę bezpośrednią, strukturę przestrzennie-funkcjonalną i rekreantów),
- model systemu nie obejmuje wymagającej pozageograficznych narzędzi (socjologicznych, psychologicznych, medycznych, fizjologicznych, ekonomicznych itp.) analizy bloku powiązań zmiennych zależnych wyjścia, sprowadzonych do społecznej i ekonomicznej efektywności wypoczynku,
- analiza wzajemnych oddziaływań elementów systemu obejmowała ustalone statystycznie dla każdego elementu jego oddziaływanie: jego zasięg (ale uwaga: nie o zasięg przestrzenny oddziaływania danego elementu tutaj chodzi, a o „zasięg funkcjonalny” – udział liczby jego relacji faktycznych z innymi elementami w liczbie maksymalnej takich jego relacji możliwych), jego natężenie („siła” powiązania) oraz jego charakter (kierunek oddziaływań w układzie „dawca – biorca” oraz wartość relacji „pozytywna – negatywna” z punktu widzenia jej roli w optymalizacji funkcjonowania systemu).
- wniosek generalny z badania: „przyjęta metoda badawcza dostatecznie wiernie odzwierciedla istniejącą rzeczywistość” (A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 78). Inaczej mówiąc: zdaniem autorki, model empiryczny „Terytorialny System Rekreacyjny Wigry” potwierdził (zweryfikował) poprawność modelu teoretycznego (podstawowego) „terytorialny system rekreacyjny”.

Poglądowe ujęcie „terytorialnego systemu rekreacyjnego” przedstawia ryc. 1.



Ryc. 1. Model graficzny terytorialnego systemu rekreacyjnego (TSR)

Źródło: A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 16

Krytyka modelu „terytorialny system rekreacyjny” zostanie tutaj ograniczona do oceny jego przesłankowej przydatności w ekonomice przestrzeni turystycznej do planowania (kreowania i kształtowania) przestrzeni turystycznej na poziomie obszaru turystycznego.

Jeżeli jednym z kryteriów oceny takiej przydatności modelu jest to, że model musi odzwierciedlać najlepszy z punktu widzenia gospodarowania stan obszaru turystycznego, w tym przypadku jego system, to należy stwierdzić, że model systemu „terytorialny system rekreacyjny” – wbrew pozorom stworzonym przez zastosowanie aparatu statystycznego (w przypadku modelu macierzowego) i modelu ekonometrycznego (w przypadku modelu masowej obsługi) – nie odzwierciedla tego systemu obiektywnie. Jest silnie obciążony subiektywizmem. Subiektywizm modelu „terytorialny system rekreacyjny” dotyczy np. takich czynności – i konsekwentnie ich skutków – jak dobór pozycji literatury, na których zbudowany został model teoretyczny (model no-

minalny, podstawowy), dobór elementów istotnych do analizy systemu (do budowy macierzy oddziaływań), dobór elementów do tzw. ich „zestawu kanonicznego”, budowanie ocen oddziaływań elementów: określanie zasięgu, natężenia i charakteru oddziaływań. Subiektywizm metody skutkuje subiektywizmem rezultatu jej zastosowania.

Niedostatkami modelu TSR z punktu widzenia możliwości jego wykorzystania w planowaniu obszaru turystycznego jest również już tutaj podniesiona jego słabość (to paradoks w pracy geograficznej) jako geograficznego modelu systemu obszaru turystycznego: brak „przełożenia” zdiagnozowanych systemowych relacji funkcjonalnych (systemu) na relacje przestrzenne (strukturę). Jak stwierdzono, zasięg oddziaływania elementu systemu TSR nie ma odniesień do jego relacji przestrzennych, jego położenia w przestrzeni turystycznej względem pozostających z nim w sprzężeniu funkcjonalnym innych elementów systemu.

Model systemu TSR spełnia pozytywnie inne kryterium przydatności modelu do planowania obszaru turystycznego – kryterium zgodności z determinizmem walorystycznym, gdy autorka stwierdza: „... jedynie zasoby środowiska przyrodniczego okazały się, jeśli chodzi o rolę jaką spełniają w TSR, prawie całkowicie jednorodne. Są one bowiem totalnym dawcą oddziaływań pozytywnych, a biorcą – negatywnych, ...” (A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 111).

Tym, co z modelu TSR można by wykorzystać w planowaniu obszaru turystycznego, to ustalona w modelu macierz funkcjonalnej harmonii i kolizji elementów systemu. Stosownie zinterpretowana na gruncie analizy przestrzennej relacja funkcjonalna (harmonia, neutralność, kolizja) takich elementów mogłaby służyć w planowaniu obszaru turystycznego jako wskazanie do ustalania relacji przestrzennych określonych elementów w przestrzeni obszaru: współwystępowania, sąsiedztwa (bliskiego, dalekiego) bądź wykluczenia współwystępowania i sąsiedztwa.

Jednak, wkracza tutaj kwestia ekonomii pracy badawczej (ekonomii myślenia; stosunek: nakłady – efekty). Model systemu TSR dotyczy „terytorium” znajdującego się w warunkach funkcjonalnej monokultury gospodarki turystycznej, jaką jest jedna tylko funkcja turystyczna – funkcja rekreacyjna (wypoczynkowa). Jest to bardzo ważna konstatacja, gdyż konstrukcja całości relacji systemu zorientowana jest na charakter tak określonej jedynej funkcji turystycznej. Wprowadzenie do systemu wielu funkcji turystycznych danego terytorium – a wielofunkcyjność turystyczna jest sytuacją bardzo częstą, statystycznie wręcz przeważającą i jako taka „normalną” (wynika ona z liczby zróżnicowanych funkcji walorów turystycznych obecnych w „terytorium”) – niewspółmiernie komplikuje jego metodologię, czyniąc ją niemal nieaplikacyjną – w najlepszym razie – zastosowawczo karkołomną (dla każdej z funkcji

turystycznych należałoby zbudować macierz 10 000 relacji, a ponadto zrelatywizować te macierze wzajemnie)¹¹¹.

Wartość uzyskanych rezultatów stosowania podejścia systemowego w geograficznych badaniach przestrzeni turystycznej (nie tylko w TSR) bywa dotychczas najczęściej niewspółmiernie niska w stosunku do skomplikowania, ułomności metodycznej i pracochłonności zastosowanego aparatu badawczego, co stanowi o jego niskiej „wydajności” ujętej w kategoriach ekonomiki badań naukowych (przysłowiowe „strzelanie z armaty do wróbla”). Podobny, satysfakcjonujący metodologicznie rezultat można bowiem łatwiej, prościej i taniej uzyskać stosując badanie ograniczone do starannie wyselekcjonowanej badawczo istotnej i użytecznej, reprezentatywnej liczby zmiennych – elementów i ich relacji. Zapewne z tych powodów modele systemu turystycznych: gospodarki i przestrzeni turystycznej po ich pojawieniu się w latach 1970-1990 zostały niemal zupełnie zarzucone jako problem badawczy w środowisku geografów (natomiast zainteresowanie nimi kontynuują ekonomiści¹¹²).

Racjonalniejszym z punktu widzenia ekonomii badań systemu przestrzeni turystycznej może okazać się zastosowanie w planowaniu regionu i obszaru turystycznego – na macierzach o dużo skromniejszych aniżeli w przypadku TSR i metodologicznie wystarczających zbiorach elementów – metod: analizy macierzy wewnętrznych i zewnętrznych relacji harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych oraz analizy macierzy korelacji ocen funkcjonalnych (systemowych) i przestrzennych (strukturalnych) relacji funkcji turystycznych. Tak ujętą metodę analizy macierzy relacji: harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych obszaru turystycznego z przełożeniem relacji funkcjonalnych na relacje przestrzenne z powodzeniem zastosował S.S. Szadziński (1984)¹¹³. Jest ona również zaprezentowana i w tej pracy, w rozdz. 6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu.

¹¹¹ Jak stwierdza sama autorka, „monofunkcyjność rekreacji ułatwia sprawdzanie (ale i stosowanie – wtrącenie autora S.S.) metod, gdyż ogranicza w maksymalnym stopniu wpływy, jakie wywierają na siebie poszczególne formy użytkujące wspólnie zarówno bazę materialno-techniczną, jak i środowisko przyrodnicze (w tym walory turystyczne – wtrącenie autora S.S.)”, A. Krzymowska-Kostrowicka, 1980, s. 56.

¹¹² We wczesnej fazie rozwoju tego kierunku badań, modele systemu gospodarki turystycznej w tym formułowane dla terytorialnego produktu turystycznego przedstawili – obok A. Krzymowskiej-Kostrowickiej (1980) – np. J.L. Crompton (1977), R. Baretje (1978; model imponująco rozbudowany, obejmujący szeroko relacje tzw. rachunku satelitarnego gospodarki turystycznej), P. Lainé (1985), A. Sessa (1985), R.C. Mill i A.M. Morrison (1985), N. Leiper (1990a, 1990b). Kontynuację ten nurt badań znajduje i w Polsce, np. w pracach ekonomistów: B. Meyer (2004), A. Niezgodą (2006), P. Zmysłony (2006).

¹¹³ S.S. Szadziński, 1984, s. 87-92.

2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury

Jak w tej pracy stwierdzono, struktura przestrzeni turystycznej oznacza zespół relacji przestrzennych (wzajemnego położenia) jej turystycznych elementów, różnych w rodzaju i składzie zależnie od poziomu terytorialnego analizy (nieoperacyjny poziom globalny; operacyjne poziomy: region, obszar, poziom miejscowy).

Modele struktury globalnej przestrzeni turystycznej rozważa się w układzie takich jej elementów funkcjonalnych, jak obszary emisji, kanały tranzytowe i obszary recepcji turystów.

Modele struktury regionu turystycznego ograniczone są do powtarzającego lokalizację walorów turystycznych rozmieszczenia obszarów turystycznych.

Modele struktury obszaru turystycznego są dużo bardziej rozbudowane i odnoszą się do rozmieszczenia w nim jego turystycznych elementów: walorów turystycznych z ich atrakcjami – obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi – turystów z ich potrzebami.

Modele struktury na poziomie miejscowym dotyczą elementów zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego.

Pojawieniu się na jakimś obszarze w sposób trwały turystów i gospodarki turystycznej, czy to w sposób spontaniczny, czy w sposób zrationalizowany (planowany) towarzyszy wytworzenie się turystycznej podprzestrzeni recepcji o specyficznej, zapisanej w jej środowisku geograficznym strukturze funkcjonalno-przestrzennej. Mechanizm determinizmu walorystycznego rozumiany w tym przypadku jako jedność miejsca produkcji i konsumpcji turystycznej powoduje, że taka struktura warunkowana jest rozmieszczeniem walorów turystycznych z ich funkcjami (atrakcjami turystycznymi).

Istotną cechą geograficznych modeli struktury przestrzeni turystycznej z racji ich możliwości aplikacyjnych w ekonomice przestrzeni turystycznej jest operacyjność objętego modelem fragmentu przestrzeni turystycznej.

Modele o odniesieniu globalnym, planistycznie nieoperacyjne mogą mieć tutaj zastosowanie wyłącznie teoretyczne. Planistycznie operacyjne modele podprzestrzeni recepcji dla poziomu regionu, obszaru turystycznego i modele projektowe dla miejsca (turystycznego obiektu inwestycyjnego) mogą mieć zastosowanie zarówno teoretyczne, jak i praktyczne.

Spośród geograficznych modeli struktury nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej zostaną w tym miejscu przedstawione: model – teoria „centrum – peryferie” W. Christallera (1955, 1963) oraz teoria przestrzeni turystycznej – ściślej: model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej J.-M. Miosseca (1976, 1977).

Reprezentatywnymi przykładami geograficznych modeli struktury operacyjnej przestrzeni turystycznej w odniesieniu do poziomu obszaru (i w sposób ograniczony – regionu) turystycznego są modele J.-P. Lozato-Giotarta (1987).

Teoria nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej: Teoria „centrum – peryferie” (W. Christaller 1955, 1963)¹¹⁴

O ile, jak tutaj już wykazano, teoria ośrodków centralnych W. Christallera (1933, 1937) może tylko w ograniczonym zakresie znaleźć zastosowanie w ekonomice przestrzeni turystycznej, to – co paradoksalne – nawet takiego zastosowania nie może mieć inspirowana tą teorią już *stricte* turystyczna teoria przestrzeni turystycznej W. Christallera (1955, 1963) zwana teorią „centrum – peryferie”.

Teoria ta jest zgodna z determinizmem walorystycznym, gdy uznaje walory turystyczne za główny czynnik powstania, egzystencji i ewolucji podprzestrzeni recepcji turystów¹¹⁵.

Jej nieprzydatność do zastosowań w planowaniu (kreowaniu i kształtowaniu) przestrzeni turystycznej nie wynika jedynie z faktu jej odniesienia do nieoperacyjnego, globalnego poziomu terytorialnego przestrzeni turystycznej, ale w równym stopniu z powodu nieakceptowalnej na gruncie teorii przestrzeni turystycznej inwersji funkcji centrum i peryferii.

Christallerowska turystyczna teoria „centrum – peryferie” oparta jest na tezie, że centrum układu nie stanowi – jak to jest w jego teorii ośrodków centralnych – miejsce podaży (tu: miejscowość turystyczna), a miejsce źródła popytu (tu: miasto – obszar emisji turystów)¹¹⁶. Peryferiami układu nie są – jak to jest w tej teorii ośrodków centralnych – miejsca źródeł popytu (tu: otoczenie miast – obszary emisji turystów), a miejsca podaży (tu: miejsca turystyczne) położone na „opłotkach” tak zorganizowanej przestrzeni geograficznej gospodarującego człowieka, często w charakterze ich środowiska geograficznego bliskie stanowi naturalnemu.

Zatem, jeżeli zestawić ze sobą obydwie teorie w ich brzmieniu sformułowanym przez samego W. Christallera: teorię ośrodków centralnych dla osad-

¹¹⁴ W. Christaller, 1955, *Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs*, [w:] „Erdkunde”, t. 9, z. 1, s. 1-20; W. Christaller, 1963, *Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions – underdeveloped countries – recreation areas*, „Regional Science Association”, Papers 12, Lund Congress, pp. 95-105.

¹¹⁵ Por. niemal poetycki opis cyklu spontanicznego powstania i ewolucji miejscowości turystycznej zainicjowanego obecnością zastanych walorów turystycznych, (W. Christaller 1963, s. 103).

¹¹⁶ W „turystycznej” teorii „centrum – peryferie” W. Christallera, miasto – jako centrum układu relacyjnego – jest tylko obszarem emisji turystów. Miejscami ich recepcji są peryferie. Wobec faktu istnienia np. licznych wielkich miast położonych na głównych globalnie obszarach emisji turystów (np. Europa, Ameryka Północna) np. miast z centrami zabytkowymi – o równoległej z funkcją emisji funkcji recepcji turystów mierzonej nieraz w ich kwotach milionowych, jest to teza – nawet w warunkach uproszczeń modelowych – w sposób oczywisty nieprawdziwa.

nictwa z teorią centrum – peryferie dla gospodarki turystycznej, to można mówić o inwersji funkcjonalnych w charakterze desygnatów nazw „ośrodek centralny” i „peryferie” w takim ich rozumieniu, jakie im nadał W. Christaller w teorii ośrodków centralnych.

W ten sposób sam W. Christaller postawił obydwie swoje teorie w stan ich wzajemnej logicznej sprzeczności. Należy bowiem zważyć, że – według teorii ośrodków centralnych – miejsce centralne ma przymiot „centralne” jedynie ze względu na potencjał rodzajowy, jakościowy oraz ilościowy swoich funkcji podaźowych do zaspokajania potrzeb ludności tego miejsca oraz jego otoczenia (peryferii). Zgodnie z takim funkcjonalnym podejściem, miejscem centralnym układu w przestrzeni turystycznej powinien być obszar generowania podaży – recepcji turystów (obszar turystyczny), a peryferiami obszary generowania popytu – emisji turystów (miasta).

Tak też jest to przyjęte w wychodzącej z przesłanek determinizmu walorystycznego ekonomice przestrzeni turystycznej. Miasto, ze stanu „miasto – miejsce centralne” (miejsce generowania podaży) w teorii ośrodków centralnych W. Christallera zmienia się w opartej na determinizmie walorystycznym teorii przestrzeni turystycznej w stan „miasto – miejsce peryferyjne” (miejsce generowania popytu).

W konsekwencji determinizmu walorystycznego i w zgodzie z teorią ośrodków centralnych W. Christallera, realnym ośrodkiem (miejscem) centralnym jest potencjalnie każde miejsce w przestrzeni turystycznej o potencjale podaźowym do zaspokajania potrzeb turysty, głównie motywacyjnych. Jest ono wyposażone w walory turystyczne i ponadto – chociaż nie absolutnie konieczne – w turystyczne: infrastrukturę i usługi, niezależnie od urbanistycznego charakteru, potencjału demograficznego i położenia tego miejsca (miejscowość turystyczna zarówno mała, jak i wielka, położona w obszarze wiejskim, jak i miejskim). Tak zdefiniowane centrum przyciąga turystów swoją ofertą zaspokojenia ich potrzeb.

Zatem, gdy skonfrontować turystyczną teorię „centrum – peryferie” W. Christallera z rzeczywistością gospodarki turystycznej w przestrzeni turystycznej, to teoria ta okazuje się niedorzeczna i jako taka do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej bezużyteczna.

Teoria nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej: Model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej (J.-M. Miossec 1976, 1977)¹¹⁷

Oparta na podejściu popytowym, dwukrotnie opublikowana (1976, 1977) *Teoria przestrzeni turystycznej* J.-M. Miosseca *de facto* składa się z dwóch osobnych teorii – modeli przestrzeni turystycznej, dotyczących różnych jej poziomów terytorialnych, różnej operacyjności oraz różnych jej aspektów: struk-

¹¹⁷ J.-M. Miossec, 1976, 1977.

turalnego i ewolucyjnego. Model I odnosi się do struktury nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej zaś Model II do ewolucji operacyjnej przestrzeni turystycznej (poziom regionu turystycznego)¹¹⁸.

Swoją teorię – model globalnej przestrzeni turystycznej wywiódł on wprost z przedstawionych krytycznie w niniejszej pracy: dziś już anachronicznej, nieadekwatnej wobec sytuacji nowoczesnego rolnictwa teorii lokalizacji działalności rolniczej w warunkach wyizolowanego państwa J.H. von Thünera (1826-36) oraz teorii ośrodków centralnych i turystycznego modelu „centrum – peryferie” W. Christallera (1933, 1937, 1955, 1963).

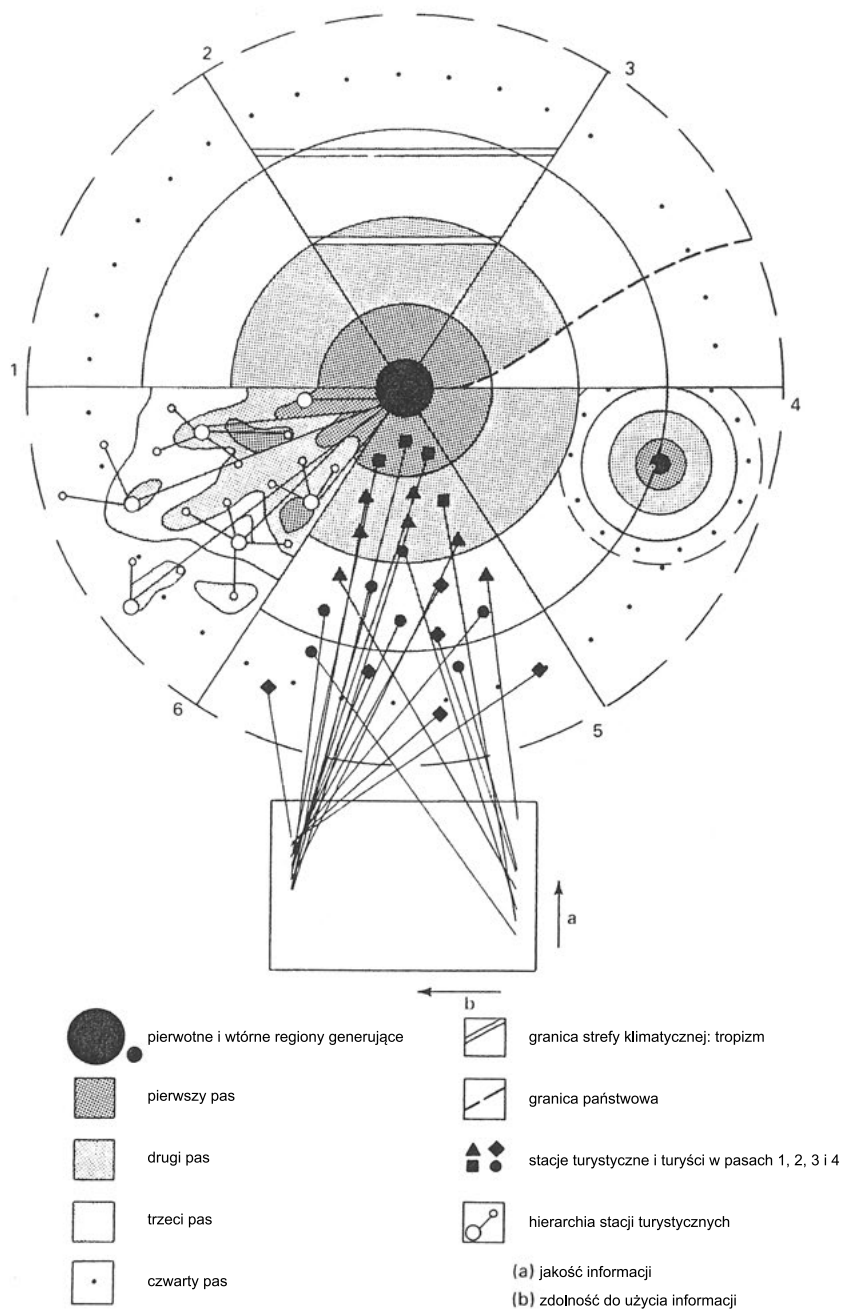
By przypomnieć, teoria Thünera została stworzona do objaśniania zmienności przestrzeni rolniczej pod wpływem takich czynników, jak charakter i intensywność produkcji rolnej oraz zmienność renty gruntowej, a w rezultacie – do formułowania wskazań co do lokalizacji działalności rolniczej w sytuacji wyizolowanego państwa. Strefy przestrzeni rolniczej (pasy) ułożone koncentrycznie od centrum – miejsca konsumpcji (rynku zbytu) – ku przestrzeni produkcji aż po jej peryferie definiowane są zmiennością przestrzenną charakteru i działania wymienionych czynników.

Inspiracja ideą Thünera widoczna w modelu Miosseca wyraża się w postaci koncentrycznego układu pasów przestrzeni turystycznej oraz czynnika kosztu pokonania dystansu dzielącego miejsce stałego zamieszkania turysty i przestrzenny cel jego podróży. Koszt transportu rozumiany jest tutaj jako jedyny czynnik różnicowania renty turystycznej dla miejsc wytwarzania takiego samego (podobnego) produktu turystycznego położonych w różnych dystansach od rynku zbytu ale w warunkach tych samych dla każdego miejsca pozostałych kosztów wytwórczości, dystrybucji i ceny takiego produktu.

Ideami zaczerpniętymi z myśli W. Christallera są: funkcjonalno-przestrzenna struktura przestrzeni turystycznej sprowadzona do relacji „centrum – peryferie”, gdzie centrum to obszar emisji turystów, najczęściej wielkie miasto, a peryferie – obszary recepcji turystów (to z turystycznego modelu „centrum – peryferie”) oraz hierarchizacja ośrodków centralnych (to z „teorii ośrodków centralnych”).

Model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej według J.-M. Miosseca (ryc. 2) ujmuje tę przestrzeń jako strukturyzowaną w koncentryczne pasy czynnikami warunkującymi popyt – decyzję turysty o wyborze dystansu swojej podróży z ośrodka centralnego, którym jest obszar emisji turystów (zazwyczaj wielkie miasto). Przyrost maksymalnego zasięgu przestrzeni turystycznej postępując od ośrodka centralnego jest funkcją wzrostu turystycznej dostępności transportowej tzw. peryferii.

¹¹⁸ Model I struktury nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej jest prezentowany w tym miejscu. Model II ewolucji operacyjnej przestrzeni turystycznej (poziom regionu turystycznego) jest przedstawiony w rozdz. 2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.



Ryc. 2. Model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej wg J.-M. Miosseca
 Źródło: J.-M. Miossec 1976, (tłumaczenie opisu przez autora S.S)

Model globalnej przestrzeni turystycznej zbudował J.-M. Miossec przy następujących założeniach¹¹⁹:

- przestrzeń turystyczna to system łączący obszary emisji, recepcji i kanałów tranzytowych turystów,
- podaż turystyczna nie może przemieszczać się w przestrzeni,
- użyteczność miejsc kieruje ku nim migrację turystów,
- obszar emisji turystów stanowi centrum koncentrycznego układu pasów globalnej przestrzeni turystycznej,
- zależnie od przyjętego przedmiotu badań, centrum jako punkt odniesienia analizy przestrzeni turystycznej może mieć różną lokalizację (ile miejsc emisji turystów, tyle centrów i układów koncentrycznych); w przykładzie Miosseca, światowe centrum emisji turystów sytuuje on w państwach europejskiej gospodarki liberalnej, precyzyjniej – w okolicach miast Liège lub Akwizgranu,
- przestrzenie turystyczne (ściślej: regiony turystyczne – przyp. S.S.) są położone peryferyjnie (względem centrum – przyp. S.S.) i są nieprzydatne do innej działalności gospodarczej człowieka np. rolnictwa, przemysłu, osadnictwa (są gospodarczo monofunkcyjne).

Według J.-M. Miosseca, jego model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej ujmuje następujące twierdzenia:

1. Pasy turystyczne.

- postępując od centrum wyróżnia się w przestrzeni turystycznej cztery koncentryczne pasy zasięgu podróży turysty (klin 1 na ryc. 2), każdy charakteryzowany przez takie cechy, jak: liczba odwiedzających turystów (frekwencja turystyczna), rodzaj środka transportu na dojazd z centrum oraz czas przejazdu w relacji do czasu pobytu turysty,
- w kontekście budżetu wyjazdowego turysty główną rolę odgrywają trzy zmienne: koszty przejazdu, koszty pobytu (te ostatnie – dzienne; przypis S.S.) oraz długość okresu wyjazdu turystycznego,
- budżet wyjazdowy turysty a wybór lokalizacji (to problem zderzenia efektów elastyczności popytu turystycznego: dochodowej i cenowej – przypis S.S.). Miossec twierdzi, że o wyborze pasa przestrzeni przez turystę decyduje rezultat analizy porównawczej: dyspozycyjnego budżetu wyjazdowego turysty w zestawieniu z warunkowanym samym

¹¹⁹ Z uwagi na nieprecyzyjną w pewnych przypadkach nomenklaturę pojęć, w okolicznościach, gdy zmiana nazwy nie deformuje myśli Miosseca, a wręcz czyni ją bardziej jednoznaczniejszą i zrozumiałą, autor wprowadza pojęcia jego zdaniem adekwatniejsze. Przykład: u Miosseca „budżet wakacyjny”, w ujęciu autora niniejszej pracy – „budżet wyjazdowy” (wszak „budżet wakacyjny” mógłby oznaczać nie tylko budżet wakacyjnego wyjazdu turysty, ale i budżet pożytkowany na inne wakacyjne cele); podobnie z pojęciami u Miosseca: użyteczność miejsc – atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego, przestrzenie turystyczne – regiony turystyczne, okres wakacji – okres wyjazdów wakacyjnych.

tylko dystansem kosztem podróży¹²⁰ oraz lokalnymi kosztami pobytu w miejscu recepcji turysty (koszt dzienny pomnożony przez ilość dni pobytu). Im pas odleglejszy od centrum emisji, tym większe koszty podróży i budżetowo zasobniejszy turysta. Im większy jego budżet wyjazdowy, tym turysta udaje się dalej i na dłużej (efekt elastyczności dochodowej popytu turystycznego – przypis S.S.),

- wolumen liczby turystów (frekwencji turystycznej) zmniejsza się w miarę oddalania się od centrum – ogniska wyjazdu (emisji).

2. Deformacje pasów turystycznych.

Regularny kształt pasów może ulegać deformacjom pod wpływem czynników: klimatycznego, historycznego i politycznego. Miossec różni deformacje pasa: pozytywne – poszerzające pas i negatywne – zawężające go. Czynniki deformacji pozytywnych są jego zdaniem np. korzystny bioklimat, w przypadku historii – wspólna historia w układzie: metropolia – kolonie z jej skutkami: więzią ekonomiczną, wspólnotą językową i obyczajową itp. Czynniki deformacji negatywnych są szkodliwej natury politycznej.

3. Wzrost liczby centrów emisji turystów (ośrodków centralnych) i złożoność funkcjonalna regionów recepcji turystów (peryferii).

Poszczególne wielkie centra emisji turystów mają swoje turystyczne „strefy wpływów” – powiązane z nimi regiony turystyczne (regiony recepcji), tzn. regiony, które – jak on uważa – dzięki turystom pochodzącym z określonego centrum emisji powstały i ewoluują.

4. Odkrywanie turystycznej użyteczności (waloryzacja) miejsc przez turystów.

Według Miosseca, wybór pasa przestrzeni przez turystę zależy również od jakości obrazu (mentalnego i wyobraźniowego) obszaru w umyśle turysty. Jakość tego obrazu jest w funkcji odległości między centrum emisji (wyjazdu turysty) a obszarem recepcji turysty oraz jakości informacji (S.S. – dostarczanej głównie poprzez komunikat marketingowy na rynku turystycznym). Im pas bliższy centrum emisji, tym obraz obszaru recepcji bardziej rozdziela, obszar jest przez turystę postrzegany „detalicznie”, w szczegółach („jedzie się do danej miejscowości”), im pas dalszy – obszar jest postrzegany całościowo (wówczas „jedzie się na Pacyfik, do Afryki”).

¹²⁰ J.-M. Miossec pomija wpływającą znacząco na koszt transportu – obok dystansu fizycznego – specyfikę kosztową rodzaju środka transportu. Np. nie mógł on znać nieobecnego jeszcze wówczas fenomenu tanich linii lotniczych z daleko idącymi i rozległymi jego rewolucyjnymi skutkami dla ekonomiki turystycznej zarówno przestrzeni turystycznej, jak i usług turystycznych, głównie w zakresie niemal globalnej konkurencyjności produktów turystycznych (jednostkowych i terytorialnych).

5. Korzyści skali, korzyści zewnętrzne a strategia organizacji podróży turystycznych.

Korzyści skali to korzyści uzyskiwane przez organizatorów podróży (biura turystyczne, towarzystwa transportowe, sieci hotelowe itp.) działających zarówno w miejscu emisji, jak i w miejscu recepcji turystów, korzyści powstające w rezultacie organizowania wyjazdów zbiorowych i hurtowej sprzedaży usług turystycznych. Ich źródłem jest minimalizująca koszty redukcja: miejsc recepcji turystów, typów motywacyjnych (tematycznych) oferowanych produktów turystycznych odnoszących się do danego miejsca recepcji turystów i redukcja kosztów jednostkowych tworzenia produktu turystycznego. Korzyści skali pozwalają obniżać koszty i zwiększać popyt turystyczny stymulując zachowania przestrzenne turystów, ich migracje ku kosztowo dla nich niedostępnym w podróży indywidualnej – jeżeli nie dotyczyłby ich fenomen korzyści skali – peryferyjnym pasom przestrzeni turystycznej.

Ocena przydatności modelu I struktury nieoperacyjnej globalnej przestrzeni turystycznej J.-M. Miosseca do planowania przestrzeni turystycznej

Zastosowanie I modelu struktury globalnej przestrzeni turystycznej J.-M. Miosseca do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej jest metodologicznie wątpliwe. Oto racje:

- model dotyczy globalnej przestrzeni turystycznej, a więc planistycznie nieoperacyjnej,
- profil funkcji turystycznej ujętej w modelu jest zawężony do wypoczynku (rekreacji) o charakterze pobytowym (nie opisuje i nie objaśnia sytuacji obszarów o innych funkcjach turystycznych oraz ich kombinacji i innym organizacyjnym sposobie – np. wędrownym – użytkowania turystycznego),
- w realnych przestrzeniach: rolniczej i turystycznej mamy do czynienia z diametralnym przedstawieniem właściwości miejsc o funkcji centrum i peryferii wobec zaprezentowanych w teoriach: Thüнена, Christallera i – konsekwentnie – Miosseca. Odwrotnie niż w tych teoriach, w gospodarowaniu przestrzenią turystyczną centrum układu stanowi podażowy obszar recepcji turystów – obszar turystyczny, a peryferie – popytowe obszary emisji turystów, najczęściej miasta,
- bagatelizowanie determinizmu walorystycznego, wyrażające się w deprecjonowaniu (niemal pomijaniu) lokalnych podażowych czynników obszaru recepcji – atrakcyjnych (przyciągających turystę) właściwości zasobów turystycznych. Dotyczy to głównie walorów turystycznych z ich atrakcjami (funkcjami) i obiektów infrastruktury turystycznej ze

świadczonymi w nich usługami, w sumie – bagatelizowanie konkurencyjności zbudowanego na nich terytorialnego produktu turystycznego. Problem atrakcyjności podaży turystycznej obszaru J.-M. Miossec kwituje jednozdaniowo i w sposób niedookreślony jako „użyteczność miejsc, która rodzi migrację klientów”¹²¹,

- w opozycji i w sprzeczności do tak niejednoznacznie akceptowanego przez J.-M. Miosseca determinizmu walorystycznego, głównym czynnikiem kreowania i kształtowania struktury globalnej przestrzeni turystycznej nie są według niego walory turystyczne z ich atrakcjami, a popyt turystyczny – turyści z ich potrzebami. Potencjał usytuowanego w centrum układu – w obszarze emisji turystów – popytu kształtujący globalną przestrzeń turystyczną słabnie w pierścieniach koncentrycznych w miarę oddalania się od centrum układu.
- podobnie, hierarchizacja miejscowości turystycznych (klin 6 w modelu I ryc. 2 oraz fazy 3 i 4 w modelu II) następuje w zasadzie tylko wskutek działającego globalnie (jak pisze Miossec: „międzynarodowo”) czynnika popytu turystycznego.

Zdaniem Miosseca, tym co w zasadzie w wyłączny sposób decyduje o wyborze przez turystę danego pasa podprzestrzeni recepcji jest potencjał popytowy turysty reprezentowany przez klasę wielkościową jego budżetu wyjazdowego w relacji do właściwych dla określonego pasa kosztów wyprawy turystycznej i poziomu informacji o właściwościach pasa. Pas przestrzeni turystycznej jest u J.-M. Miosseca w istocie pasem odzwierciedlającym relację popyt – podaż, budżet wyjazdowy – koszt wyjazdu, decydującą o stopniu zamożności odwiedzającego określony pas turysty (osobne pasy dla wyrażającego z tego samego centrum na peryferie turysty zamożnego, średniozamożnego i ubogiego).

Skoro wg J.-M. Miosseca każdy pas przestrzeni turystycznej jest w stanie zaspokoić w równym stopniu potrzeby turysty (motywacyjne, egzystencjalne i transportowe) – tzn. jak u Thünena każdy pas oferuje jednakowy produkt turystyczny – to nieistotnego znaczenia stają się w kontekście decyzji o wyborze przez turystę celu przestrzennego jego podróży właściwości jakościowe i ilościowe właściwych określonemu obszarowi turystycznemu: terytorialnego produktu turystycznego, walorów i atrakcji turystycznych, obiektów infrastruktury turystycznej i świadczonych w nich usług turystycznych. Syntetyczny wyraz podaży turystycznej obszaru – produkt turystyczny, miałby być uwzględniony jako czynnik w decyzji turysty w postaci sprowadzonej co najwyżej do informacji dostarczonej turyście głównie przez marketing turystyczny odnośnie do udziału kosztu nabycia jego składowych jednostkowych produktów turystycznych w całkowitym koszcie podróży turysty (koszt ten

¹²¹ J.-M. Miossec, 1977, s. 41.

tworzą koszty transportu i koszty pobytu). W ten sposób, J.-M. Miossec niemal zupełnie ignoruje zjawisko rynkowej konkurencyjności terytorialnych produktów turystycznych, których jądrem założycielskim są turystyczne składniki przestrzeni turystycznej – zasoby turystyczne.

Zogniskowane wokół centrum – jądra generacji popytu koncentryczne pasy budżetowo – kosztowe miałyby same tylko bez stosownego uwzględnienia lokalnego czynnika podażowego i determinizmu walorystycznego strukturyzować przestrzeń turystyczną. Według J.-M. Miosseca, obowiązować ma generalna zasada: w miarę oddalania się od centrum – miejsca generacji popytu, rosną koszty podróży turystycznej i konsekwentnie zamożność odwiedzających pas turystów.

Budżet turysty w zestawieniu z kosztami przejazdu i pobytu oraz okresem pobytu i jakością informacji o obszarze w umyśle turysty miałyby pośrednio decydować również o:

- frekwencji turystycznej pasa. Dzieje się tak z uwagi na piramidę dochodową społeczeństwa: im „droższy” pas, tym mniejsza w nim frekwencja turystów;
- skali przychodów z gospodarki turystycznej w danym pasie, zgodnie z rachunkiem: ilość turystów razy koszt wydatków na turystę kształtują poziom przychodu.

Mechanizmem, którym wg J.-M. Miosseca popyt miałby kształtować w sposób niemal wyłączny otaczającą centrum układ przestrzeń turystyczną (w tym: poszczególne pasy i obszary recepcji) miałoby być powszechne zjawisko „tropizmu” (tj. samorzutnej reakcji struktury na wpływ bodźca zewnętrznego) podprzestrzeni recepcji turystów pod wpływem popytu turystycznego – zewnętrznego czynnika rozwoju tej podprzestrzeni generowanego w miastach – centrach układów.

Owszem, popyt turystyczny (turyści z ich potrzebami) wpływa generująco i stymulująco na konieczność reakcji nań po stronie podaży turystycznej w postaci potrzeby przystosowania przestrzeni turystycznej – głównie podprzestrzeni recepcji – i gospodarki turystycznej do zaspokajania jego potrzeb (fenomen tropizmu), jednak sam z siebie nie może tego sprawić. Nie leżą bowiem w potencjale sprawczym popytu turystycznego (turystów) ani udział planistyczny w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej ani udział organizacyjny, zarządczy i inwestycyjny w prowadzeniu gospodarki turystycznej polegającej na inwestycjach w przestrzeni turystycznej (w walory turystyczne oraz w obiekty infrastruktury turystycznej) i na świadczeniu usług turystycznych.

J.-M. Miossec nie wskazuje po stronie popytu turystycznego (turystów) ni mechanizmu, ni czynności, poprzez które tak pojęty fenomen tropizmu przestrzeni turystycznej miałby się dokonać.

Takie stanowisko autora teorii (niemal zupełna negacja determinizmu geograficznego – czyli faktyczny nihilizm geograficzny) – nietypowe, jak

na geografa co do zasady wyczulonego na rolę środowiska geograficznego w kształtowaniu zachowań przestrzennych człowieka – doprowadziło go w konsekwencji do marginalizowania znaczenia czynności racjonalnego kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej opartego na determinizmie walorystycznym.

W ujęciu Miosseca, ewolucja przestrzeni turystycznej jest w zasadzie procesem spontanicznym (sami turyści tworzą i przemieniają odwiedzaną przez nich przestrzeń turystyczną), niezracjonalizowanym lub zracjonalizowanym częściowo przez wprowadzenie planowania przestrzeni turystycznej i ochrony jej środowiska geograficznego dopiero w fazie upadku gospodarki turystycznej regionu (ostatnia 4 faza prezentowanego w dalszej części pracy jego modelu II ewolucji regionu turystycznego), co można zwać efektem tzw. musztardy po obiedzie. Jest to stanowisko zupełnie anachroniczne wobec powszechnego od wielu lat planowania przestrzeni turystycznej już w inicjalnej jej fazie ewolucyjnej (a więc przestrzeni kreowanej, przestrzeni turystycznej *in spe*).

Zatem, jak wykazano, model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej nie może mieć odpowiedzialnego zastosowania nie tylko w praktyce (inżynierii) ekonomiki przestrzeni turystycznej mającej wyłączne odniesienie do przestrzeni operacyjnej, ale również w teorii (metodologii) tej dyscypliny.

Modele struktury operacyjnej przestrzeni turystycznej – turystycznych: regionu i obszaru (J.-P. Lozato-Giotart 1987)¹²²

Reprezentatywną typologię geograficznych modeli struktury turystycznych: regionu i głównie obszaru przedstawił J.-P. Lozato-Giotart (1987) w swojej *Geografii turystyki*, w jej części drugiej zatytułowanej *Typy i formy przestrzeni turystycznych*. Przez „przestrzeń turystyczną” rozumie on obszar turystyczny i marginalnie, ujęty ogólnikowo – region turystyczny, w takich znaczeniach tych nazw, jakie przyjęto w niniejszej pracy.

Podstawę typologizacji modeli struktur obszarów turystycznych stanowi dlań kombinacja dwóch grup głównych kryteriów o charakterze geograficznym, takich jak:

- liczba w przestrzeni turystycznej miejsc intensywnej koncentracji turystów (liczba biegunów atrakcyjności – przyciągania turystów)¹²³ oraz liczba turystycznych modułów nuklearnych¹²⁴, tj. terenów o zróżnicowanych funkcjach społeczno-gospodarczych sposobnych do kohabitacji z gospodarką turystyczną,

¹²² J.-P. Lozato-Giotart, 1987, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé. Deuxième partie: Types et formes d'espaces touristiques*, s. 73-134.

¹²³ Fr. pôles d'attraction.

¹²⁴ L. poj.: z łac. *nucleus*, fr. *noyau*, pol. *jądro*.

- formy przestrzenne rozmieszczenia obiektów infrastruktury turystycznej oraz wpływ tych obiektów na stan środowiska geograficznego¹²⁵.

Pierwsza grupa kryteriów pozwala wyróżnić trzy pary typów modeli struktur obszaru turystycznego: mono- i multipolarne, mono- i polinuklearne oraz wielofunkcyjne i wyspecjalizowane (monofunkcyjne).

Druga grupa kryteriów daje podstawę do wyróżnienia typów modeli struktur obszaru turystycznego: bardziej lub mniej otwartych, półzintegrowanych i zintegrowanych oraz bardziej lub mniej „konsumujących” przestrzeń geograficzną (oryginalna nomenklatura J.-P. Lozato-Giotarta)¹²⁶.

Na typologię modeli struktury obszaru turystycznego według kombinacji dwu grup wymienionych kryteriów J.-P. Lozato-Giotart nakłada jeszcze – zależnie od przypadku – inne kryteria: charakter środowiska fizycznogeograficznego (wybrzeże morskie, pojezierze, góry) i formy użytkowania ziemi (miasto, obszary rolnicze, obszary chronione).

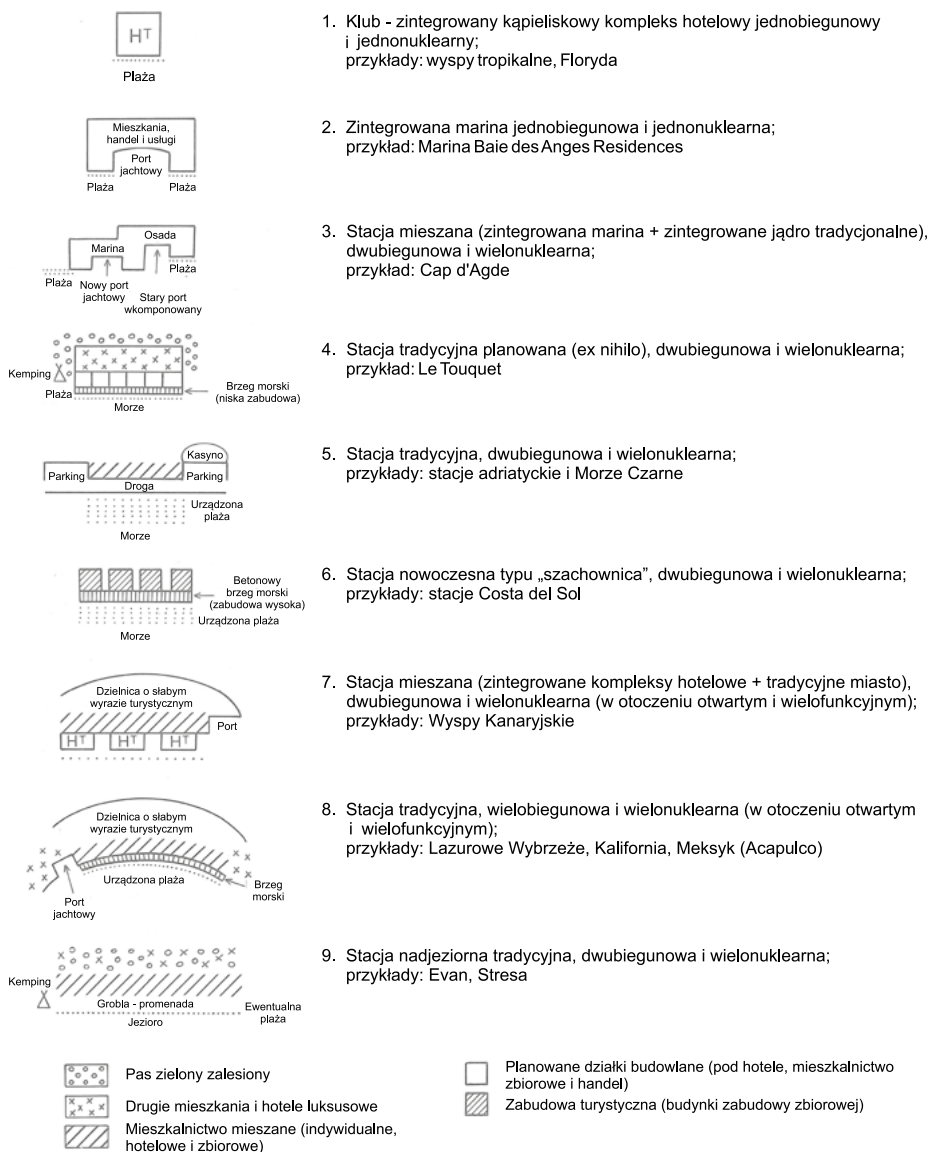
Przykłady geograficznych modeli typów struktur obszaru turystycznego wielofunkcyjnego otwartego, w grupie kąpielisk nadmorskich i nadjeziornych ilustruje ryc. 3.

Istotnym mankamentem takich geograficznych modeli struktury obszaru turystycznego z punktu widzenia możliwości ich spożytkowania do kreowania i kształtowania jego przestrzeni w ekonomice przestrzeni turystycznej jest nadmiar stosowanych równocześnie i niekonsekwentnie kryteriów typologizujących, co czyni taką typologię nadmiernie skomplikowaną, niekonsekwentną metodologicznie (niestałość zestawu stosowanych do każdego wyróżnionego typu struktury kryteriów), mało czytelną, a przez to – w sumie – słabszą aplikacyjnie.

Jeszcze poważniejszym mankamentem tych modeli struktur obszaru turystycznego, wynikającym z geograficznej metodologii ich powstania (powstanie *ex post* czynności kreujących i kształtujących taką strukturę – można je zwać „modelami historycznej geografii przestrzeni turystycznej”) jest ich ułomność, polegająca na braku prezentacji struktur tworzonych z udziałem instrumentów ekonomicznych, planistycznych i prawnych w respekcie dla kryteriów: determinizmu walorystycznego oraz zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

¹²⁵ W uzupełnieniu tych twierdzeń Lozato-Giotarta wypada dodać – co oczywiste – że w związku z determinizmem walorystycznym bieguny atrakcyjności ściśle współwystępują z miejscami występowania walorów turystycznych i – konsekwentnie – sąsiadują luźniej przestrzennie (z uwagi na potrzebę ochrony walorów) z powiązanymi z walorami miejscami występowania obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w tych obiektach usługami turystycznymi.

¹²⁶ J.-P. Lozato-Giotart, 1987, s. 73.



Ryc. 3. Modele typów struktur obszaru turystycznego wielofunkcyjnego otwartego, w grupie kąpielisk nadmorskich i nadjeziornych

Źródło: J.-P. Lozato-Giotart 1987, s. 87

Modele te z zasady poprawne metodologicznie z punktu widzenia geografii (odzwierciedlają bowiem – opisują i wyjaśniają – bardziej lub mniej wiernie zaobserwowany stan struktury obszaru turystycznego), pozbawione są informacji o jakości rezultatu procesu prowadzącego do powsta-

nia takiej struktury (proces zracjonalizowany – rezultat korzystny; proces niezracjonalizowany, spontaniczny – rezultat przypadkowy, wartościowo zróżnicowany).

Są więc wśród tych modeli zapewne takie, które reprezentują struktury najlepsze – godne naśladowania w kreowaniu i kształtowaniu obszaru turystycznego, jak i modele niegodne ich powielania w planowaniu obszarów turystycznych. Zatem, pożytkowanie wyprowadzonych przez geografę modeli struktur obszaru turystycznego wymaga ich uprzedniej oceny z uwagi na tak określony cel.

Zaletą geograficznych modeli struktur obszaru turystycznego takich, jak je skonstruował J.-P. Lozato-Giotart, jest niewątpliwie ich respekt dla determinizmu walorystycznego, przejawiający się głównie w obecnych w modelowych strukturach biegunach koncentracji turystów (biegunach atrakcyjności), odpowiadających swojej lokalizacją i liczbą miejscom i liczbie terenów występowania walorów turystycznych.

Reasumując ten wątek rozważań należy stwierdzić, że geograficzne modele struktury obszaru turystycznego – chociażby takie, jakie stworzył J.-P. Lozato-Giotart – mają potencjał ku temu, by po ich ocenie z punktu widzenia ich właściwości racjonalizujących strukturę obszaru turystycznego pożytkować je w ekonomice przestrzeni turystycznej jako przesłanki do planowania takiej struktury.

2.2.2.2.2.3. Modele ewolucji

Atrybutem przestrzeni turystycznej, obok jej systemu (relacji funkcjonalnych) i struktury (relacji przestrzennych), jest jej zmienność w czasie (relacje czasowe), czyli jej ewolucja.

Podobnie, jak fakt bycia człowieka turystą (turystą się bywa), tak i fakt bycia fragmentu przestrzeni geograficznej przestrzenią turystyczną jest stanem efemerycznym, przejściowym. O powstaniu, egzystencji i zaniku przestrzeni turystycznej rozstrzyga wyjściowo obecność i stan przyciągających turystów walorów turystycznych (źródła zaspokojenia ich głównych, motywacyjnych potrzeb), a ostatecznie – z samej definicji takiej przestrzeni – warunkowana indywidualnymi decyzjami turystów o wyborze przestrzennego celu ich podróży trwała w niej obecność turystów.

Kwestię zmian w czasie operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (turystycznych: regionu i obszaru) ujmują geograficzne modele jej ewolucji. Modele ewolucji obszaru turystycznego odnoszą się do ewolucji obszaru turystycznego rozumianej jako zmiany w czasie jego systemu i struktury. Stąd, modele jej ewolucji mogą być określane mianem modeli „czasowo-funkcjonalno-przestrzennych”. Np. w systematyce modeli gospodarki turystycznej

D. Getza (1986) modele ewolucji przestrzeni turystycznej należą do podgrupy „modele przestrzenno-czasowe” (ang. *spatial/temporal models*)¹²⁷.

Krytyczna prezentacja geograficznych modeli ewolucji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów – bo tylko taka przestrzeń stanowi przedmiot zainteresowania nauki oraz inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – jest tutaj sprowadzona do uznanych za podstawowe modeli odnoszących się do turystycznych: regionu – model J.-M. Miosseca (1976, 1977) i obszaru – model R.W. Butlera (1980). Po przedstawieniu modeli zostanie przeprowadzona ich ocena z punktu widzenia ich możliwej przydatności w ekonomice przestrzeni turystycznej do kreowania i kształtowania takiej przestrzeni.

Model ewolucji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów – poziom regionu turystycznego (Model II J.-M. Miosseca 1976, 1977)¹²⁸

Przedstawiony poglądowo na ryc. 4. model II ewolucji regionu turystycznego według J.-M. Miosseca można opisać następująco:

- przestrzeń turystyczna (ściślej – w tym modelu jest nią region turystyczny o funkcji wypoczynkowej – przyp. S.S.) jest położona na peryferiach wobec miejsc pracy i ośrodków władzy (obszarów emisji turystów),
- „lokalizację turystów wyjaśniają: koszt i czas przejazdu i pobytu”¹²⁹; ujmując kwestię inaczej: zasadniczym czynnikiem powstania, ewolucji i zaniku regionu turystycznego jest decyzja turysty o wyborze przestrzennego celu jego podróży uwzględniająca jedynie: relację „budżet wyjazdowy – koszt podróży turystycznej (przejazdu i pobytu)” i czas podróży,
- przestrzeń turystyczna regionu turystycznego podlega ewolucji,
- model ewolucji regionu turystycznego dotyczy zmian w czasie stanu kryteriów, czyli uznanych jako istotne jego właściwości. Stan kryteriów jest podstawą do fazowania procesu ewolucji,
- cechami kryterialnymi (diagnostycznymi) stanu regionu turystycznego są: liczba i funkcje stacji (miejscowości) turystycznych, sieć transportowa, zachowanie się turystów oraz postawa wobec użytkowania turystycznego miejscowych: decydentów i ludności (por. kolumny w główce tablicy na ryc. 4),

¹²⁷ D. Getz (1986, s. 24) w tej grupie wymienia modele, których autorami w porządku chronologicznym są: Christaller 1963, Pollard 1972, Plog 1973, Rajotte 1975, Miossec 1976, MacCannell 1976, Hills i Lundgren 1977, Smith 1980, Butler 1980, Britton 1980 oraz Young 1983. Za Pearce'em D.G. (1987, s. 17) listę można uzupełnić o Gormsena 1981.

¹²⁸ J.-M. Miossec, 1976, *Éléments pour une théorie de l'espace touristique*, „Les Cahiers du Tourisme”, série C, No. 36, CHET, Aix-en-Provence, p. 62; J.-M. Miossec, 1977, *Un modèle de l'espace touristique*, „L' Espace Géographique” 6 (1), pp. 41-48.

¹²⁹ J.-M. Miossec, 1977, s. 41.

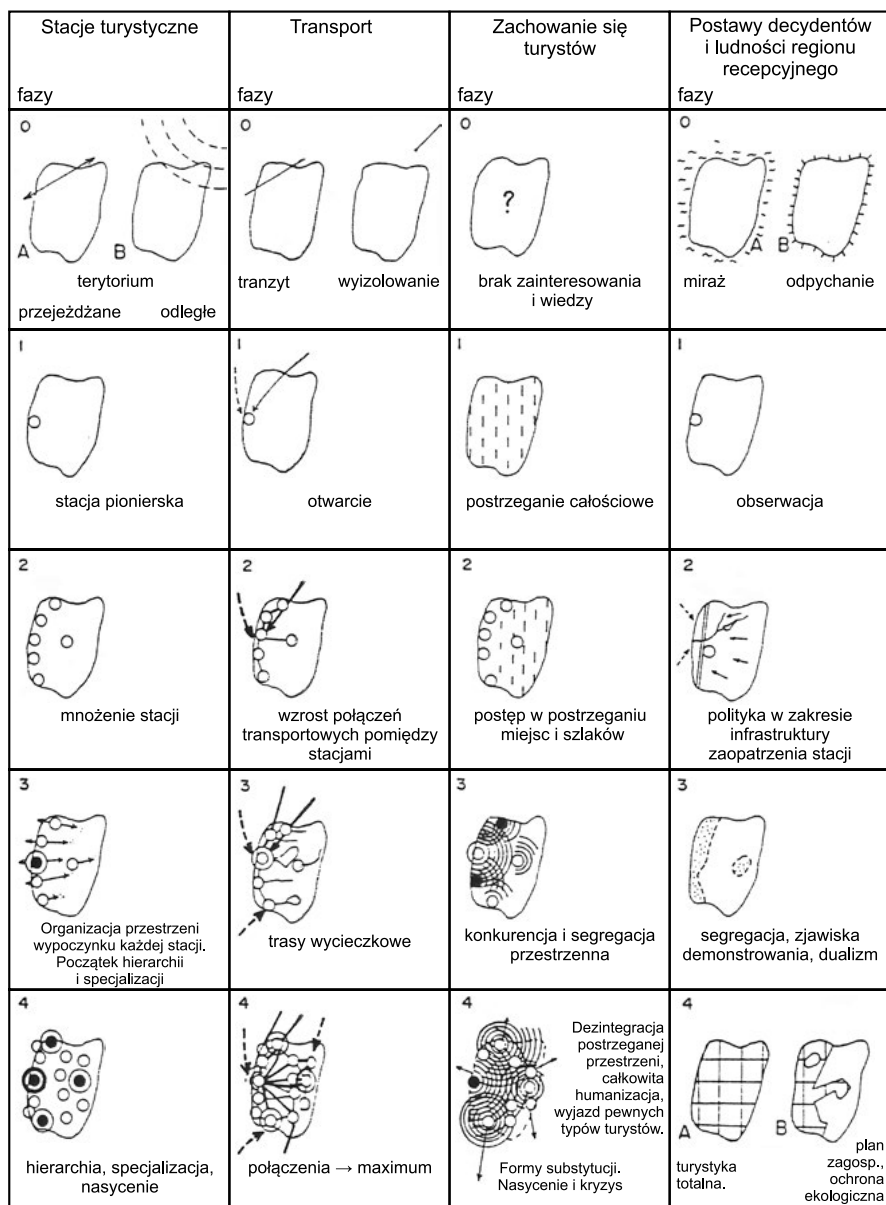
- stacje turystyczne w regionie przechodzą w swojej ewolucji przez kilka charakterystycznych faz (5 faz ponumerowanych od fazy początkowej 0 do fazy końcowej 4) i każdą z nich charakteryzuje o zmiennych rytmach wzrost ilościowy kryterialnych parametrów, przechodzący następnie w zmianę jakościową (tzw. „zerwanie jakościowe” – fr. *rupture qualitative*)¹³⁰,
- stopień natężenia wartości cech dla każdego z kryteriów wzrasta od fazy 0 do fazy 4,
- specyfikę każdej z faz ewolucyjnych regionu turystycznego J.-P. Miossec określa następująco: faza 0 – preturystyczna, faza 1 – stacji pionierskiej, faza 2 – mnożenia się stacji, faza 3 – organizacji przestrzeni regionu, faza 4 – saturacji (nasycenia) przestrzeni regionu i każdej stacji.

W odniesieniu do dwu pierwszych kryteriów charakteryzujących stan regionu turystycznego: liczba i funkcje stacji turystycznych oraz sieć transportowa, każdej fazie ewolucji regionu turystycznego odpowiada określony poziom stanu (wartość) ich cech: gęstości występowania i stopnia złożoności ich struktury przestrzennej, a w przypadku miejscowości turystycznych ponadto stopień ich funkcjonalnej specjalizacji.

Stan kryterium „stacje turystyczne” zmienia się od ich braku – gdzie region jest traktowany przez turystów jedynie jako odległy i tranzytowy (faza 0), poprzez pojawienie się turystycznej stacji pionierskiej (faza 1), mnożenie się takich stacji (faza 2), organizowanie się przestrzeni rekreacyjnej w obrębie każdej stacji i zapoczątkowanie hierarchizacji i specjalizacji stacji regionu (faza 3). W fazie 4 kryterium „stacje turystyczne” region turystyczny osiąga stan pełnej hierarchizacji, specjalizacji i saturacji liczbą i funkcją swoich stacji turystycznych.

W przypadku kryterium „sieć transportowa” jego ewolucję zapoczątkowuje stan izolacji transportowej regionu lub jego sytuacja tranzytowa (faza 0). Pojawieniu się pierwszej stacji towarzyszy otwarcie transportowe regionu (faza 1), a następnie zwiększanie się ruchu transportowego i powstawanie połączeń transportowych pomiędzy mnożącymi się stacjami (faza 2). Pomiedzy stacjami tworzone są powiązania o charakterze pętli tras wycieczkowych (faza 3). Ewolucję „sieci transportowej” regionu wieńczy zracjonalizowany stan maksymalny powiązań transportowych (faza 4).

¹³⁰ J.-M. Miossec, 1977, s. 46. Nie wiadomo wg jakiej zasady, jakiego kryterium (np. progu ilościowego) Miossec diagnozuje moment – stan regionu turystycznego, w którym zmiany ilościowe przechodzą w skokowe zmiany jakościowe, co nazywa „zerwaniem jakościowym”. Taka interpretacja mechanizmu ewolucji regionu turystycznego (przemiana krytycznej ilości zdarzeń jednej jakości w nową jakość) jest bliska modnej w środowiskach intelektualnych ówczesnej Francji marksistowskiej dialektyce materialistycznej.



Ryc. 4. Model II ewolucji regionu turystycznego wg J.-M. Miosseca¹³¹

Źródło: J.-M. Miossec 1977, s. 47 (tłumaczenie objaśnień na j. polski S.S.)

¹³¹ Dla formalnej ścisłości: w pierwotnej publikacji (1976) rycina ma oryginalny tytuł fr. *Dynamisme de l'espace touristique; Essai de synthèse* (pol. *Dynamika przestrzeni turystycznej. Próba syntezy*). W drugiej (1977) – *Essai de Synthèse du dynamisme de l'espace touristique* (pol. *Próba syntezy dynamiki przestrzeni turystycznej*).

Wartości kolejnego charakteryzującego ewolucję regionu kryterium – „zachowanie się turystów” zmieniają się z upływem czasu w miarę, jak zmienia się postrzeganie krajobrazu przez turystów, od braku wiedzy o nim i zainteresowania się nim (faza 0), poprzez globalną percepcję (faza 1), postęp w percepcji miejsc i dróg przemieszczania się (faza 2) i postrzeganie konkurencyjności i segregacji wizualnej elementów krajobrazu wizualnego (faza 3). Finalnie (faza 4) dochodzi u turystów do maksymalnie zatomizowanej percepcji regionu turystycznego, czemu towarzyszą: utrata spójności postrzeganej przestrzeni turystycznej (postrzeganego krajobrazu), totalna jej humanizacja, porzucanie bezpowrotne regionu przez pewne typy turystów (głównie turystów – pionierów, odkrywców regionu dla użytkowania turystycznego), pełne nasycenie elementami infrastruktury turystycznej, pojawienie się form substytucyjnego użytkowania przestrzeni turystycznej (w tym użytkowania obiektów infrastruktury turystycznej) i finalnie – kryzys regionu turystycznego.

W odniesieniu do kryterium „postawa miejscowych decydentów i ludności” wobec turystycznego użytkowania terytorium jego wartość ewoluuje od sprzecznych wyobrażeń: „mirażu sukcesu” i „odrzucenia” (faza 0), poprzez przyglądanie się procesowi zmian w zakresie pozostałych trzech kryteriów (faza 1), wprowadzenie wobec stacji turystycznych elementów polityki inwestycyjnej w zakresie infrastruktury technicznej (faza 2), powstanie efektu funkcjonalnej segregacji i funkcjonalnego dualizmu przestrzeni regionu turystycznego: przestrzeń turystyczna – przestrzeń nieturystyczna (faza 3) po stan zwany przez niego stanem „totalnej turystyki” w regionie i przystąpienie do sporządzania planu zagospodarowania przestrzennego oraz ekologicznego planu ochrony geograficznego środowiska regionu (faza 4).

J.-M. Miossec zwraca uwagę na fakt, że w odniesieniu do realnej przestrzeni turystycznej modelowe (tzn. nominalne) dla każdej fazy ewolucji stany czterech kryteriów (oznaczymy je literami od A do D) nie muszą być synchroniczne. Np. w fazie 2 procesu, stanowi kryterium „A” nie muszą odpowiadać stany kryteriów B, C i D tak, jak są one określone w modelu dla tej fazy. Mogą one znajdować się w stanie właściwym fazom chronologicznie sąsiadującym (np. fazom 1, 3) nieraz i odległym (np. fazom 0 i 4). Rodzi to zdaniem J.-M. Miosseca dysfunkcje ewolucyjne realnego regionu turystycznego zwane przez niego kryzysami ewolucji¹³².

¹³² J.-M. Miossec, 1977, s. 46.

Model ewolucji operacyjnej podprzestrzeni turystycznej – poziom obszaru turystycznego (Koncepcja R.W. Butlera 1980)¹³³

W streszczeniu artykułu, w którym R.W. Butler prezentuje swoją koncepcję (model) ewolucji obszaru turystycznego pisze on: „By zilustrować falowanie i zanik popularności obszarów turystycznych, koncepcja obserwowalnego ich cyklu ewolucji jest przedstawiona z użyciem bazowej S-kształtnej krzywej. Specyficzne stadia zostały opisane w ich ewolucyjnej sekwencji na całej jej długości łącznie z gamą możliwych przyszłych trendów. Implikacje zastosowania tego modelu w planowaniu i zarządzaniu zasobami turystycznymi zostały przedyskutowane w świetle kontynuującego się spadku jakości środowiska, a zatem i atrakcyjności wielu obszarów turystycznych”¹³⁴.

Tezy modelu są następujące:

- obszary turystyczne zmieniają się w czasie (ewoluują),
- ewolucja obszarów turystycznych jest powodowana różnorodnymi czynnikami, jak: zmiany w preferencjach i potrzebach odwiedzających turystów, stopniowe pogorszenie stanu i możliwa substytucja urządzeń infrastruktury turystycznej oraz zmiana, a nawet zanik pierwotnych przyrodniczych i kulturowych walorów turystycznych, które leżały u początkowej w opinii turystów popularności obszaru,
- syntetycznym obrazem ewolucji obszaru turystycznego – w kontekście stanu walorów turystycznych – jest krzywa liczby (frekwencji) turystów,
- ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego towarzyszy ewolucja – podmiana (substytucja) typu odwiedzającego turysty ze względu np. na jego psychologię (motywację, oczekiwania, potrzeby)¹³⁵ czy sposób organizacji podróży¹³⁶,

¹³³ Butler R.W., 1980, *The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources*, „The Canadian Geographer”, vol. 24, 1, pp. 5-12.

¹³⁴ R.W. Butler, 1980, s. 5, tłum. autora.

¹³⁵ Butler twierdzi za W. Christallerem (1963, s. 103), z konkretyzacją autorstwa S.C. Ploga (1972) w postaci psychologicznej typologii turystów, że: turyści allocentrycy (ang. *allocentrics*; wymagający wysokiej jakości, oryginalności, wyjątkowości środowiska geograficznego – w tym wizualnego krajobrazu), pośredniocentrycy (ang. *mid-centrics*; pomiędzy typem *allo-* i typem *psycho-*) i psychocentrycy (ang. *psychocentrics*; „masowi”, nie wymagający wysokiej jakości, oryginalności, wyjątkowości środowiska geograficznego – w tym wizualnego krajobrazu) pojawiają się w toku ewolucji obszaru turystycznego substytucyjnie w takiej właśnie chronologicznej sekwencji. S.C. Plog, 1972, *Why destination areas rise and fall in popularity?* „The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly”, 14 (3), s. 13-16.

¹³⁶ Podróż niezinstytucjonalizowana (przygotowana przez samego turystę) i zinstytucjonalizowana (zorganizowana przez touroperatora) – to za E. Cohen, 1972, *Towards a sociology of international tourism*, „Social Research”, 39, s. 164-182

- ewolucja obszaru turystycznego przebiega w postaci cyklu opartego na ekonomicznej idei cyklu życia produktu,¹³⁷ gdzie sprzedaż produktu przebiega zrazu powoli, następnie doświadcza szybkiej stopy wzrostu, stabilizacji i następnie spada,
- „wydaje się być przytłaczającą oczywistością, że jednoliniowy model ewolucji obszaru turystycznego jest logiczny (spójny). Tempo wzrostu i zmiany mogą ulegać znacznym zmianom, ale finalny rezultat będzie ten sam w niemal wszystkich przypadkach”¹³⁸.

Cykl ewolucji obszaru turystycznego – co ilustruje ryc. 5 – obejmuje następującą sekwencję w czasie sześciu stadiów ewolucji obszaru turystycznego, rozumianej w zasadzie jako ewolucja jego gospodarki turystycznej i warunków jej funkcjonowania (środowiskowych, społecznych, ekonomicznych i władzy samorządowej), a mianowicie:

- stadium odkrywania obszaru dla turystyki przez odwiedzających turystów (ang. *exploration stage*),
- stadium włączania gospodarki turystycznej do gospodarki obszaru (ang. *involvement stage*),
- stadium rozwoju gospodarki turystycznej (ang. *development stage*),
- stadium konsolidacji gospodarki turystycznej (ang. *consolidation stage*),
- stadium stagnacji gospodarki turystycznej (ang. *stagnation stage*),
- późne stadia wariantowe gospodarki turystycznej; dwa stadia skrajnie opozycyjne: E – upadku (ang. *decline stage*) i A – odnowienia (ang. *rejuvenation stage*) oraz stadia między nimi pośrednie B – C – D (por. ich objaśnienie w legendzie ryc. 5).

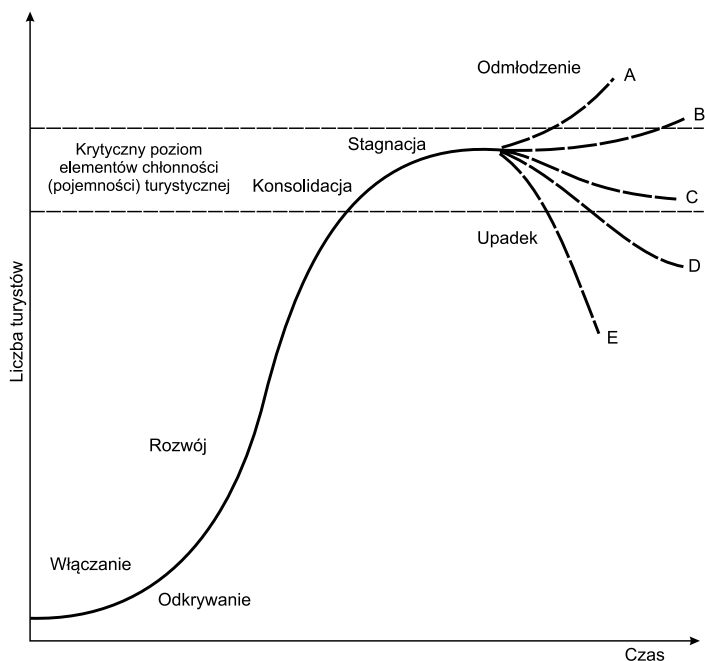
Chociaż sam R.W. Butler równie wyraźnie kwestii nie ujmuje, to używając nomenklatury ekonomiki przestrzeni turystycznej można stwierdzić, że każde stadium ewolucyjne jest charakteryzowane poprzez właściwy jemu stan pięciu cech – kryteriów, jak:

- liczba turystów i jej stopa wzrostu (to obrazuje krzywa liczby – frekwencji turystów),
- walory i ich funkcje (atrakcje turystyczne), środowisko geograficzne, chłonność turystyczna: środowiska geograficznego, infrastruktury turystycznej, społeczno-psychiczna,

¹³⁷ Jak twierdzi R.W. Butler, ideę cyklicznej ewolucji obszaru turystycznego przyjął za W. Christallerem (1963), C. Stansfieldem (1978) i R. Noronha (1976); R.W. Butler, 1980, s. 5. Inspiracją cyklem życia produktu znalazła swój wyraz w nazwie ewolucyjnej koncepcji Butlera, pod którą obecnie funkcjonuje ona w literaturze ang. *tourism area life cycle* (w skrócie: TALC; por. chociażby R.W. Butler 2004, 2006a,b). Uwaga: nazwa ang. *tourist area* z artykułu R.W. Butlera 1980 została zastąpiona nazwą ang. *tourism area*, co – jeżeli wziąć pod uwagę ich istotną różnicę znaczeniową (*tourist* odnosi się do turysty, *tourism* – do turystyki) – nie jest zmianą tylko w sensie formalnym.

¹³⁸ R.W. Butler, 1980, s. 6, tłum. autora.

- infrastruktura turystyczna, usługi turystyczne, marketing (problematyka ekonomiki usług turystycznych),
- stosunki społeczne: turyści – turyści, turyści – autochtoni; typ turysty wg klasyfikacji Ploga i Cohena,
- planowanie (problematyka ekonomiki przestrzeni turystycznej), interwencjonizm władz samorządowych i państwowych.



A – powtórny wzrost liczby turystów; B – kontynuowany, o mocno zredukowanej stopie wzrost liczby turystów; C – po początkowym spadku, stabilniejszy poziom liczby turystów; D – spadek frekwencji turystów; E – gwałtowny spadek liczby turystów

Ryc. 5. Hipotetyczna ewolucja obszaru turystycznego wg R.W. Butlera (1980, s. 7 i 10), (tłumaczenie objaśnień autor S.S.)

W geograficznym, a więc nominalnym modelu cyklu ewolucji obszaru turystycznego (i jego gospodarki turystycznej z jej uwarunkowaniami) czas trwania określonego stadium ewolucyjnego jest zróżnicowany. Zdecydowanie najdłużej trwa stadium rozwoju, o wiele krócej stadia: odkrywania obszaru przez turystów, włączenia, konsolidacji i stagnacji. Z kolei pośredniej długości są stadia alternatywne (A – E). W warunkach rzeczywistych, rozkład okresów trwania poszczególnych stadiów może być bardziej lub mniej odmienny od rozkładu modelowego.

W uproszczeniu, hipotetyczny (tak zwany w oryginale) cykl ewolucji obszaru turystycznego przebiega następująco:

- początkowo turyści przybywają na określony obszar przyciągnięci przez unikatowe albo znacząco odmienne od im znanych cechy przyrodniczego i kulturowego środowiska obszaru; przybywają w niewielkiej liczbie, ograniczonej brakiem dostępności transportowej, infrastruktury turystycznej i świadomości właściwości miejsca (atrakcyjności turystycznej obszaru – przyp. S.S.),
- z chwilą pojawienia się infrastruktury turystycznej wzrasta tego świadomość pośród potencjalnych odwiedzających turystów, których liczba będzie przyrastać,
- wskutek marketingu, rozpowszechniania informacji i dalszego wzrostu wyposażenia w infrastrukturę turystyczną popularność obszaru będzie szybko rosła,
- finalnie, stopa wzrostu liczby odwiedzających turystów będzie spadała z chwilą, gdy poziomy chłonności turystycznej obszaru zostaną osiągnięte¹³⁹ i atrakcyjność względna (czyli konkurencyjność – przyp. S.S.) obszaru będzie spadała z powodu nadintensywnego użytkowania i nadmiernej presji odwiedzających turystów na środowisko geograficzne.

W dziale swego artykułu zatytułowanym „Konsekwencje” (ang. *Implications*)¹⁴⁰ Butler syntetyzuje koncepcję cyklu ewolucji obszaru turystycznego, a następnie zgłasza praktyczne implikacje, jakie znajomość procesu ewolucyjnego powinna sprawić w postawie aktorów gospodarki turystycznej (władze samorządowe i państwowe, inwestorzy i menedżerowie usług turystycznych) zaangażowanych w planowanie, inwestycje infrastrukturalne (w zakresie infrastruktury technicznej i turystycznej) oraz usługi turystyczne obszaru.

Stwierdza on (cytaty w tłumaczeniu i opracowaniu S.S.):

- jest niewątpliwym w planowaniu turystycznym przypuszczenie, że obszary turystyczne na zawsze takimi pozostaną i będą atrakcyjne dla turystów,
- nie każdy z obszarów turystycznych doświadcza równie wyraźnie stadiów cyklu,

¹³⁹ R.W. Butler – w zgodzie ze szkołą amerykańską w tym względzie – chłonność turystyczną obszaru rozumie szeroko, w trzech aspektach (stąd kilka „chłonności”): jako chłonność środowiska przyrodniczego i kulturowego, chłonność obiektów infrastruktury turystycznej oraz chłonność socjologiczno-psychologiczną populacji turystów i stałych mieszkańców obszaru (limit zjawiska natłoku, wzajemnych uraz itp.). Nie zauważa on jednak, że te trzy aspekty chłonności turystycznej pozostają w ścisłym wzajemnym warunkującym związku, który powinien być przedmiotem racjonalnego zarządzania.

¹⁴⁰ R.W. Butler, 1980, s. 10-11.

- w większości przypadków, stadia odkrywania i włączania – o ile w ogóle są obecne – są prawdopodobnie minimalnego znaczenia. Stadium rozwoju staje się realnym początkiem cyklu,
- późniejsze stadia cyklu są bardziej znaczące z powodu implikacji, jakie one mają dla gospodarki turystycznej, szczególnie planowania i zagospodarowania obszarów turystycznych,
- po osiągnięciu (dopuszczalnych – przyp. S.S.) poziomów chłonności turystycznej (w stadiach: konsolidacji, stagnacji i późnych alternatywnych – przyp. S.S.), wzrost na każdej z osi wykresu (liczba turystów, czas; ryc. 5) implikuje ogólną redukcję jakości i atrakcyjności obszaru turystycznego. W przypadku chronologicznie pierwszych turystów (pionierów – przyp. S.S.) obszar może stać się nieatrakcyjny jeszcze na długo przed osiągnięciem dopuszczalnych poziomów chłonności turystycznej i mogą oni udać się na odkrywanie innych obszarów o nierozwiniętej gospodarce turystycznej¹⁴¹.

Można przewidywać, że w całym cyklu – zgodnie z procesem sugerowanym przez G. Doxey'a 1975¹⁴² – stosunek autochtonów do turystów będzie ulegał zmianie od euforii poprzez apatię oraz irytację do wrogości. Jednak – zdaniem R.W. Butlera – kwestia jest bardziej złożona po obydwu stronach: autochtona i turysty, bo reakcja tego pierwszego nie daje się koniecznie tłumaczyć samymi li tylko: wzrastającą liczbą turystów i poszerzającym się kontaktem z nimi i po stadium stagnacji nachylenie krzywej liczby turystów może przybrać formę według jednego z wariantów od A do E, a mianowicie:

- A – powtórny wzrost frekwencji turystów (skutek „odmłodzenia” rozwoju obszaru turystycznego)
- B – kontynuowany, o mocno zredukowanej stopie wzrost frekwencji turystów (skutek drobnych modyfikacji i dostosowania pojemności obiektów infrastruktury turystycznej do limitów chłonności turystycznej)
- C – po początkowym spadku, stabilniejszy poziom frekwencji turystów (skutek powtórnego dostosowania pojemności obiektów infrastruktury turystycznej do limitów chłonności turystycznej)
- D – spadek frekwencji turystów (skutek trwającego nadintensywnego użytkowania zasobów, braku substytucji starzejących się obiektów infrastruktury turystycznej, spadającej konkurencyjności obszaru turystycznego)

¹⁴¹ Idea R.W. Butlera zaczerpnięta od W. Christallera, 1955.

¹⁴² G. Doxey, 1975, wprowadził wskaźnik „mierzenia” nastroju stosunku autochtonów do turystów zwany „irridex” (skrót od ang. *index of tourist irritation*) – „wskaźnik irytacji turystą”.

E – gwałtowny spadek frekwencji turystów (skutek działania nagłych w skutkach czynników katastrofalnych, np. wojny, epidemii), po której przywrócenie jej wyższych wartości może być skrajnie trudne, nawet po ustaniu przyczyny kryzysu¹⁴³.

Poważnym problemem w testowaniu bazowej hipotezy i modelowaniu krzywej dla specyficznych obszarów jest uzyskanie długookresowych danych nt. odwiedzających je turystów, zwłaszcza tych odnoszących się do początkowego stadium cyklu.

Należy przypuszczać, że kształt krzywej liczby turystów zmienia się dla różnych obszarów odbijając odmienność zmian w takich czynnikach, jak tempo zagospodarowania, liczba turystów, dostępność transportowa, polityka władz oraz liczba konkurujących obszarów.

Taka synteza koncepcji cyklu ewolucji obszaru turystycznego doprowadziła R.W. Butlera do następujących rekomendacji wobec sprecyzowanego powyżej środowiska aktorów odpowiedzialnych za ewolucję obszaru turystycznego:

- walory turystyczne nie są nieskończone i nieprzemijające, ale powinny być postrzegane i traktowane jako zasoby skończone i w ogóle nieodnawialne,
- dlatego, powinny one być starannie chronione i zabezpieczane,
- zagospodarowanie obszaru turystycznego powinno być prowadzone w granicach z góry określonych limitów chłonności turystycznej, a potencjalna konkurencyjność obszaru utrzymywana w dłuższym okresie (już w kilku stacjach turystycznych zostały przyjęte limity wzrostu gospodarki turystycznej, głównie z powodu poważnych środowiskowych szkód na walorach turystycznych),
- jeżeli nie nastąpi większa znajomość i świadomość procesów kształtujących obszary turystyczne, to – cytat Butlera za S.C. Plogiem (1972) – wiele „w świecie najbardziej atrakcyjnych oraz interesujących obszarów jest z góry skazane na to, by stać się turystycznymi reliktnymi”¹⁴⁴.

*

Ocena przydatności w ekonomice przestrzeni turystycznej geograficznych, nominalnych modeli ewolucji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów J.-M. Miosseca i R.W. Butlera do planowania (kreowania i kształtowania) tej przestrzeni.

Po prezentacji obydwu geograficznych modeli ewolucji przestrzeni turystycznej na poziomach turystycznych: regionu i obszaru warto spojrzeć na

¹⁴³ R.W. Butler, 1980, s. 10.

¹⁴⁴ R.W. Butler, 1980, s. 11.

nie krytycznie z punktu widzenia ich przydatności w ekonomice przestrzeni turystycznej do planowania (kreowania i kształtowania) takiej przestrzeni.

Potencjalnie użytecznej roli geograficznych modeli jej ewolucji w planowaniu operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów można upatrywać w ich funkcji jako narzędzia nie tylko diagnozowania stanu i prognozowania ewolucji (np. poprzez prostą ekstrapolację trendu), ale i przesłankowo do planowania tej podprzestrzeni w sytuacji znanych warunków wyjściowych: ewolucyjnej przeszłości i aktualnego stanu regionu lub obszaru turystycznego.

Pojmowana całościowo ewolucja operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów obejmuje ściśle ze sobą związane dwa procesy: ewolucję jej systemu (relacji funkcjonalnych) oraz ewolucję jej struktury (relacji przestrzennych). W takim kontekście, zaprezentowane tutaj modele ewolucji są niepełne. Model ewolucji regionu turystycznego wg J.-M. Miosseca jest w zasadzie tylko modelem ewolucji jego struktury, a model ewolucji obszaru turystycznego wg R.W. Butlera jest tylko modelem ewolucji jego systemu. Jest to istotny mankament metodologiczny obydwu modeli.

Należy przypomnieć: żeby teoria lub model mogły znaleźć zastosowanie do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej muszą spełnić co najmniej dwa kryteria wyjściowe, a mianowicie:

- odzwierciedlać pożądaną z punktu widzenia gospodarowania turystycznym region lub obszar, w tym przypadku jego pożądaną ewolucję (w tym znaczeniu, model lub teoria muszą być normatywne),
- respektować determinizm walorystyczny rozumiany jako naczelną zasadą metodologiczną kreowania i kształtowania podprzestrzeni recepcji turystów.

Model II ewolucji regionu turystycznego wg J.M.-Miosseca w odniesieniu do pierwszego kryterium optymalizacyjnego charakteryzują:

- jako model geograficzny, jest on wyprowadzony indukcyjnie z obserwowalnych przypadków, bez ich oceny z punktu widzenia optymalizacji przestrzeni turystycznej. Jest więc modelem nominalnym o ograniczonej użyteczności w ekonomice przestrzeni turystycznej,
- odnosi się on do jednej zaledwie turystycznej funkcji regionu – wypoczynkowej (rekreacyjnej). Nie objaśnia on ewolucji licznych regionów turystycznych zorientowanych – z uwagi na specyfikę ich walorów turystycznych – na turystów motywowanych poznaniem i emocjami (kulturalnymi, religijnymi i sportowymi),
- brak ostro zdefiniowanych, jakościowo i ilościowo, stanów kryteriów charakteryzujących poszczególne fazy ewolucji regionu turystycznego. Stwarza to problem metodyczny w diagnozowaniu (identyfikowaniu) stanu rzeczywistego regionu turystycznego rozumianego jako określona faza ewolucji w nominalnym modelu ewolucji regionu,

- odnosi się wyłącznie do jednego tylko z możliwych scenariuszy powstania i ewolucji regionu turystycznego: scenariusza spontanicznego, tj. przebiegającego w zasadzie bez udziału planowania przestrzennego¹⁴⁵. Wynikałoby z tego, że – podobnie jak struktura globalnej przestrzeni turystycznej w modelu I J.-M. Miosseca – region turystyczny ewoluuje samoczynnie, niejako sam z siebie pod wpływem czynnika zewnętrznego – popytu turystycznego. Zracjonalizowana, zorganizowana interwencja ekonomiki przestrzeni turystycznej w postaci planowania przestrzennego pojawia się groteskowo obok jakichś tajemniczych interwencji ekologicznych w ostatniej, schyłkowej fazie ewolucji regionu turystycznego (w tzw. fazie saturacji, fazie śmierci), jako – w takich okolicznościach – narzędzie już raczej beznadziejnej reanimacji gospodarki turystycznej regionu.

W kontekście niemal wszechobecnego dzisiaj planowania regionu i obszaru turystycznego od pierwszej jego fazy ewolucyjnej, częstokroć nawet ją wyprzedzającego (wyprzedzającego istnienie walorów turystycznych np. w sytuacji tworzenia *ex nihilo* parków poznawczych i rekreacyjnych albo stacji turystycznych opartych na efemerycznych lokalizacyjnie walorach emocjonalnych) model ewolucji wg J.-M. Miosseca jawi się jako anachroniczny i z tej racji nie może mieć zastosowania we współczesnym planowaniu podprzestrzeni recepcji turystów.

Podobnie, w świetle drugiego kryterium oceny – respektu dla determinizmu walorystycznego, model ewolucji regionu turystycznego nie może niczego użytecznego zaoferować planowaniu takiego regionu. Racją zasadniczą takiej oceny jest to, że głównym czynnikiem powstania i ewolucji regionu turystycznego przyjętym w modelu jest popyt turystyczny – turyści z ich potrzebami. Stan walorów turystycznych – tego krytycznie ważnego, egzystencjalnego warunku powstania i rozwoju regionu turystycznego – nie znalazł się w ogóle pośród kryteriów diagnostycznych stanu – fazy ewolucji regionu turystycznego (kryteria w główce tabeli). Jak pisze J.-M. Miossec nie dostrzegając walorów turystycznych jako podstawy konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego: „lokalizację turystów wyjaśniają: koszt i czas przejazdu i pobytu” (Miossec 1977, s. 41). W świetle determinizmu walorystycznego, takie twierdzenie jest na gruncie ekonomiki przestrzeni turystycznej pozbawione zasadności i kompromitujące model.

Reasumując łatwo stwierdzić, że model ewolucji regionu turystycznego w ujęciu J.-M. Miosseca nie spełniając pozytywnie żadnego ze zgłoszonych kryteriów jego oceny nie może znaleźć zastosowania w racjonalnym kreowaniu i kształtowaniu (planowaniu) regionu turystycznego, zatem i w ekonomice przestrzeni turystycznej.

¹⁴⁵ Kwestia możliwych scenariuszy ewolucji podprzestrzeni recepcji turystów jest omówiona w podrozdziale 6.1.1.1. Determinizm walorystyczny, rozdziału 6.1. Kryteria optymalizacji bilansu w podprzestrzeni recepcji turystów.

Inaczej ma się sprawa w przypadku – również geograficznej – koncepcji ewolucji obszaru turystycznego wg R.W. Butlera.

W odniesieniu do kryterium odzwierciedlenia pożądanej ewolucji obszaru turystycznego:

- podobnie, jak w przypadku regionu w idei J.-M. Miosseca, model odnosi się w zasadzie do jednej tylko turystycznej funkcji obszaru – wypoczynkowej (rekreacyjnej; region turystyczny – monokultura funkcjonalna). Cytowane, przykładowe miejscowości dla egzemplifikacji tego modelu są stacjami wypoczynkowymi¹⁴⁶. Zatem, model R.W. Butlera nie objaśnia ewolucji obszarów turystycznych zorientowanych – z uwagi na specyfikę funkcji ich walorów turystycznych – na turystów motywowanych poznaniem i emocjami (kulturalnymi, religijnymi i sportowymi). Modele ewolucji takich obszarów mogą rządzić się zupełnie innymi scenariuszami ewolucyjnymi,
- model jest ułomny i w takim sensie, że w zasadzie jest modelem ewolucji jedynie systemu (relacji funkcjonalnych) obszaru turystycznego i niemal pomija ściśle z ewolucją systemu powiązaną ewolucję jego struktury (relacji przestrzennych),
- podobnie, jak w modelu J.-M. Miosseca brak w tym modelu ostro zdefiniowanych, jakościowo i ilościowo, stanów kryteriów charakteryzujących poszczególne stadia ewolucji obszaru turystycznego. Stwarza to problem identyfikowania stanu określonego obszaru turystycznego w kategoriach stadiów ewolucji w modelu nominalnym. R.W. Butler ma świadomość takiej słabości modelu, gdy pisze: „przedstawione w artykule argumenty są natury ogólnej i teraz (tzn. w 1980 r. – przyp. S.S.) zaczyna się ich udowadnianie w postaci danych dających ująć się ilościowo¹⁴⁷.”
- problemem jest idea krzywej reprezentującej liczbę (frekwencję) turystów jako syntetycznego, mierzalnego (ilościowego) wyrazu stanu obszaru turystycznego, jego gospodarki turystycznej i stanu jego walorów turystycznych. Jest to idea błędna.

W kwestii: krzywa frekwencji turystów a stan gospodarki turystycznej.

Należy zważyć, że kondycja gospodarki turystycznej obszaru nie jest jedynie w funkcji liczby turystów, ale i poziomu ich wydatków *in situ* – przychodów gospodarki turystycznej, w relacji do kosztów

¹⁴⁶ Miejsca oparte na innym funkcjonalnym (motywacyjnym) typie walorów turystycznych, np. na walorach poznawczych – jak megality Stonehenge itp. – są zaledwie wymienione i to w kontekście sprawy limitowania ich frekwencji przez turystów.

¹⁴⁷ R.W. Butler, 1980, s. 10; tłum. S.S.

prowadzenia tej gospodarki. Sama liczba turystów, w oderwaniu od innych wskaźników ilościowych charakteryzujących stan gospodarki turystycznej obszaru, jak np. w odniesieniu do turystycznych produktów jednostkowych: wolumenu sprzedaży, kosztów i zysku zwłaszcza w długim okresie, daje fałszywy obraz stanu tej gospodarki. W takim przypadku byłoby lepiej, aby zamiast krzywej przedstawiającej liczbę turystów użyć chociażby typowej dla marketingowego modelu cyklu życia produktu krzywej wolumenu sprzedaży terytorialnego produktu turystycznego obszaru, rozumianego jako suma sprzedaży jednostkowych produktów turystycznych (usług turystycznych) obszaru¹⁴⁸.

W kwestii: krzywa liczby turystów a stan walorów turystycznych.

Liczba turystów w obszarze turystycznym (jego frekwencja przez turystów) zależy od konkurencyjności jego terytorialnego produktu turystycznego, jakościowej i kosztowej¹⁴⁹. To ona leży u podstaw decyzji turysty o wyborze terytorialnego produktu turystycznego jako celu funkcjonalnego i obszaru jego występowania jako celu przestrzennego jego podróży. W takich warunkach, wiązanie zmian liczby turystów jedynie ze zmianami konkurencyjności jakościowej i to ograniczonej jedynie do wpływu jakości (stanu) – skądinąd krytycznego znaczenia dla powstania i rozwoju gospodarki turystycznej obszaru – walorów turystycznych wymaga przyjęcia założenia, że oddziałujące na konkurencyjność takiego produktu i – konsekwentnie – na liczbę odwiedzających obszar turystów inne czynniki konkurencyjności jakościowej i kosztowej nie występują lub ich stan jest w czasie niezmienny (*constants*).

Takiego jednak założenia w swoim wywodzie R.W. Butler nie zgłosił, zatem interpretowanie przez niego zmian liczby turystów jedynie zmianą stanu walorów turystycznych nie jest metodologicznie uprawnione, jest nadużyciem.

- przebieg krzywej liczby turystów (frekwencji turystycznej), jej nachylenie i usytuowanie punktów jego zmiany – a więc pośrednio i czas trwania poszczególnych stadiów ewolucji – rozumiane jako uniwersalne dla całej populacji możliwych przypadków są wysoce dyskusyjne. Nie wiadomo, jakiemu konkretnemu typowi obszaru turystycznego taki przebieg krzywej odpowiada.
- tym, co mocno metodycznie różni modele J.-M. Miosseca i R.W. Butlera i, co jest niewątpliwą zaletą modelu tego ostatniego, jest to, że model R.W. Butlera jest otwarty na każdy scenariusz ewolucji obszaru turystycznego: od już archaicznego, w całości cyklu spontanicznego po-

¹⁴⁸ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdział 5.5.1. Definicja.

¹⁴⁹ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdział 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność.

przez scenariusz mieszany spontaniczno-zracjonalizowany (w późniejszej części cyklu planowany) po scenariusz w całości zracjonalizowany (w całości cyklu planowany). Odpowiada to niemal powszechnemu obecnie zracjonalizowaniu kreowania i kształtowania przestrzeni obszaru turystycznego – jej planowaniu na wszystkich stadiach jego rozwoju, nie tylko od momentu jej powstania, ale także w jej ewolucyjnym stadium „prenatalnym.”¹⁵⁰ Otwartość aplikacyjna na takie możliwe scenariusze stanowi mocny atut tego modelu w kontekście możliwości jego zastosowań w ekonomice przestrzeni turystycznej.

- kolejną zaletą modelu z punktu widzenia możliwych zastosowań w ekonomice przestrzeni turystycznej jest fakt, że model – chociaż formalnie zbudowany na metodologii geografii (model nominalny; opis i wyjaśnianie *a posteriori* na podstawie realnych przypadków) – to jednak wykracza on metodologicznie poza kompetencyjne ramy geografii. Zawierając rekomendacje optymalizujące praktykę kreowania i kształtowania obszaru turystycznego (jego planowanie) nabywa cechę modelu quasinormatywnego (tj. rekomendującego w jakimś stopniu zalecany, pożądany proces ewolucji obszaru turystycznego). Rekomendacje dotyczą głównie możliwych scenariuszy korygowania frekwencji turystów interwencją polegającą na zastosowaniu narzędzia ilościowego – limitowania pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej obszaru¹⁵¹.

Wobec drugiego kryterium oceny modelu – respektu dla determinizmu walorystycznego, model spełnia go w stopniu wysokim. Wyraża się to w postaci:

- uznania walorów turystycznych za główny, sprawczy czynnik powstania i ewolucji obszaru turystycznego i jego gospodarki turystycznej. Tego świadectwem w modelu jest powołanie się przez R.W. Butlera na artystyczny w manierze opis przez W. Christallera (1963) genezy i ewolucji obszaru turystycznego¹⁵², gdzie „czynnikiem założycielskim” takiego obszaru są właśnie jego walory turystyczne. Co ważniejsze, walory turystyczne zostały uznane przez R.W. Butlera (a czego nie uczynił J.-M. Miossec) za główny – obok infrastruktury turystycznej oraz turystów

¹⁵⁰ Radykalnym przykładem jest planowanie kreacji walorów turystycznych na terenie zupełnie ich pozbawionym, jak w już tutaj przywołanych przypadkach tworzenia *ex nihilo* parków poznawczych i rekreacyjnych oraz stacji turystycznych opartych na – częstokroć efemerycznych lokalizacyjnie – walorach emocjonalnych. Jest to sytuacja scenariusza w całości zracjonalizowanego (planowania obszaru turystycznego na całej długości jego cyklu życia), o której pisze R.W. Butler jako o cyklu ewolucji pozbawionym stadiów inicjalnych odkrywania i włączania, gdzie stadium rozwoju jest zarazem pierwszym stadium ewolucyjnym.

¹⁵¹ Takie limitowanie jest również włączone w proponowany w niniejszej pracy w rozdz. 6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

¹⁵² R.W. Butler, 1980, s. 5-6.

z ich potrzebami i preferencjami – czynnik powstania i rozwoju gospodarki turystycznej obszaru, pomieszczone są pośród kryteriów, których stan charakteryzuje poszczególne stadia ewolucji takiego obszaru,

- akceptacji tezy, że z deterministycznej funkcji walorów turystycznych wynika w istotnym stopniu przebieg procesu ewolucji oraz trwałość istnienia obszaru turystycznego i jego gospodarki, atrakcyjność immanentna i konkurencyjność jego gospodarki turystycznej. Rodzi to kategorię potrzebę zapobiegania degradacji stanu takich walorów oraz ich ochrony,
- stwierdzenia, że narzędziem zapobiegania degradacji walorów turystycznych i przywracania im dobrego stanu (i konsekwentnie – stanu konkurencyjności obszaru oraz pożądanego stanu liczby odwiedzających turystów) jest limitowanie presyjnej liczby turystów, co ma następować poprzez limitowanie pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej do poziomu nieprzekraczającego poziom chłonności turystycznej obszaru (jak tu już stwierdzono, rozumianej przez R.W. Butlera szeroko). Taki mechanizm, pojmowany w tym przypadku jako mechanizm profilaktyczny, ochronny i naprawczy stanu walorów turystycznych jest szczególnie wyraźnie widoczny w opisie późnych, postagnacyjnych wariantowych stadiów A-E cyklu ewolucji.

W konkluzji można stwierdzić, że geograficzna koncepcja ewolucji systemu obszaru turystycznego R.W. Butlera spełnia w stopniu zadowalającym obydwie kryteria oceny jej przydatności do kreowania i kształtowania (planowania) obszaru turystycznego.

Zdaniem autora niniejszej pracy pożądaną z punktu widzenia potrzeb teorii praktyki (inżynierii) ekonomiki przestrzeni turystycznej byłaby jednak adaptacja uniwersalnego, „jednościeżkowego” w przebiegu krzywej frekwencji turystycznej modelu R.W. Butlera polegająca na stworzeniu „wielościężkowego” katalogu typów normatywnych modeli ewolucji obszaru turystycznego. Modele sformułowanych przez wzgląd na respekt dla determinizmu walorystycznego z jego konsekwencjami, głównie – konserwacją w długim okresie pożądanego stanu walorów turystycznych z celem poszanowania postulatów zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

Katalog typów normatywnych modeli ewolucji obszaru turystycznego mógłby zostać uporządkowany wielokryterialnie, np. według trzech kryteriów stosowanych w ich łącznej kombinacji:

- kryterium funkcjonalno-przestrzennego (systemowo-strukturalnego). Powstałyby specyficzne typy modeli ewolucji dla obszarów o funkcjach wypoczynkowych, poznawczych i emocjonalnych (kulturalnych, religijnych, sportowych) również w orientacjach specjalistycznych takich

funkcji. Jak to wskazano, wyjściowy model R.W. Butlera jest w tym ułomny i odnosi się w zasadzie do jednej tylko, uznanej za uniwersalną, turystycznej funkcji obszaru – funkcji wypoczynkowej i pomija fenomen charakteru środowiska geograficznego jako czynnika ewolucyjnego.

- kryterium warunków środowiska geograficznego. Zastosowanie takiego kryterium skutkowałoby zdefiniowaniem specyficznych typów modeli ewolucji dla obszarów położonych w poszczególnych strefach fizycznogeograficznych.
- kryterium charakteru przebiegu krzywej liczby (frekwencji) turystów, zastąpionej krzywą wolumenu sprzedaży terytorialnego produktu turystycznego obszaru. Powstałyby typy normatywnych modeli ewolucji dla obszarów o specyficznych: dynamice zmian (ze względu na częstotliwość punktów zmian nachylenia krzywej) i długości okresów poszczególnych stadiów ewolucyjnych (w obrazie na wykresie w postaci długości odcinków krzywej o tym samym nachyleniu łączących kolejne punkty zmian nachylenia krzywej).

Pomimo wskazanych tutaj jego ułomności metodologicznych wymagających ich usunięcia, potrzeby doskonalenia modelu¹⁵³, model ewolucji systemu obszaru turystycznego wg R.W. Butlera należy uznać za nośny teoretycznie oraz inżyniersko. Niewątpliwie stanowi on użyteczną inspirację w geograficznej metodologii diagnozowania stanu i prognozowania ewolucji systemu obszaru turystycznego, a w odniesieniu do ekonomiki przestrzeni turystycznej – po uprzedniej adaptacji – do racjonalizacji planowania (kreowania i kształtowania) struktury przestrzeni takiego obszaru w aspekcie systemowym (funkcjonalnym; by przypomnieć: aspekt strukturalny jest w modelu w zasadzie niemal nieobecny) i w respekcie dla postulatu zrównoważonego oraz trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru. To ostatnie jest moż-

¹⁵³ Od momentu jej ogłoszenia w 1980 r., koncepcja cyklu ewolucji obszaru turystycznego R.W. Butlera stanowi przedmiot chyba największej znanej spośród modeli ewolucji przestrzeni turystycznej liczby publikacji ją cytujących, poddających krytycznej analizie, weryfikacji czy udoskonalającemu rozwinięciu. Wydany w roku 2006, po selekcji i pod redakcją R.W. Butlera sam tylko dwutomowy zbiór artykułów wielu autorów poświęconych jego koncepcji, teraz zwanej również przez jej autora TALC (skrót od ang. *Tourism area life cycle*) obejmuje 35 pozycji, ułożonych w bloki tematyczne: podstawy teoretyczne, zastosowania, TALC a miejscowości dziedzictwa, TALC a lokalne zaangażowanie, TALC a stadium odmłodzenia obszaru turystycznego, kontekst ideowy i ewolucja TALC, relacje przestrzenne obszaru turystycznego i TALC, koncepcje alternatywne a TALC, odnawianie i przechodzenie obszarów turystycznych w stan spoczynku a TALC, przewidywanie z wykorzystaniem TALC, przyszłość TALC.

R.W. Butler, 2006a, *The tourism area life cycle*, vol. 1: *Applications and modifications*, „Aspects of Tourism” 28, Channel View Publications, Clevedon-Buffalo-Toronto; R.W. Butler 2006b, *The tourism area life cycle*; vol. 2: *Conceptual and theoretical issues*, „Aspects of Tourism” 29, Channel View Publications, Clevedon-Buffalo-Toronto.

liwe dzięki wmontowanemu w model „bezpiecznikowi” – limitowaniu presji turystów na walory turystyczne.

Jeszcze na tle przedstawionych modeli refleksja ogólna nad ewolucją obszaru turystycznego. Warto zważyć, że gospodarującemu człowiekowi nie chodzi tylko o mniej lub bardziej uświadomione uczestnictwo w dziejącym się „samym z siebie” (bezwiednie) procesie ewolucji obszaru turystycznego (jak np. w modelu J.-M. Miosseca i częściowo w modelu R.W. Butlera), ale o kształtowanie możliwie korzystnego przebiegu takiego procesu.

W odróżnieniu od neutralnej wartościowo ze względu na cel ewolucji, w sytuacji kierowanego przez człowieka rozwoju obiekt przechodzi od form i stanów mniej doskonałych do stanów doskonalszych, przezeń pożądaných jako dlań korzystnych (jak np. stanu najlepszego zaspokojenia rodzajowych, jakościowych oraz ilościowych potrzeb człowieka).

Zatem, osiągnięcie pożądaných przez człowieka stanów obszaru turystycznego wymaga – co postuluje ekonomika przestrzeni turystycznej – zastąpienia neutralnej wartościowo i często bezwiednej, spontanicznej ewolucji zaspokajającym pozytywne cele człowieka kierowanym przezeń, zrationalizowanym i – więcej – możliwie najlepszym rozwojem takiego obszaru.

Znajomość typów i mechanizmów procesów ewolucyjnych systemu funkcji oraz skorelowanych z nimi struktur funkcjonalno-przestrzennych obszaru pozwala – w respekcie dla zasady zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – racjonalizować zarządzanie ewolucją obszaru turystycznego w kierunku osiągnięcia najlepszego w danych warunkach celowego stadium rozwojowego oraz unikania stadiów kryzysowych i dekadentkich, a finalnie – upadku gospodarki turystycznej obszaru.

Zarządzanie rozwojem obszaru turystycznego jest możliwe poprzez użycie odpowiedniej kombinacji instrumentów sterujących, głównie urbanistycznych (planistycznych), ekonomicznych i prawnych. Propozycją w tym kierunku jest zaprezentowany w konkluzji niniejszej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

2.2.2.2.3. Metody własne

Metody własne to specyficzne, stworzone w ekonomice przestrzeni turystycznej metody stosowane w planowaniu i projektowaniu tej przestrzeni.

Generalną metodą własną jest zaproponowany w finale niniejszej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów pozwalający na rozwiązanie fundamentalnego problemu ekonomiki przestrzeni turystycznej, jakim jest ustalenie w tej podprzestrzeni bilansu równowagi popyt turystyczny – podaż turystyczna.

Model ów pożytkuje – oprócz metodologii ogólnej i już omówionych adaptowalnych teorii i metod innych dyscyplin nauki – zespół własnych metod planistycznych, w części powstałych wcześniej w obrębie teorii zagospodarowania turystycznego, w części stworzonych już aktualnie w ramach budowania metodologii ekonomiki przestrzeni turystycznej. Model ów łączy w sobie w szczególności:

- a) metody odnoszące się do racjonalnego gospodarowania walorami turystycznymi:
 - typologii, identyfikacji i oceny atrakcyjności,
 - zarządzania zmianami stanu:
 - wprowadzania zmian pożądaných (metody przystosowania i tworzenia),
 - przeciwdziałania zmianom szkodliwym:
 - przeciwdziałania czynnikom szkodliwych zmian (metody zapobiegania i ochrony)
 - przeciwdziałania skutkom działania czynników szkodliwych (metody odtwarzania: istnienia, właściwości, wartości),
- b) metody (instrumenty) ustalenia w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna. Należą tutaj:
 - instrumenty planistyczne ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego. Pośród własnych metod optymalizacji systemu przestrzeni turystycznej wymienić można takie, jak metoda analizy macierzy harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych oraz metoda analizy macierzy korelacji ocen funkcjonalnych i przestrzennych relacji funkcji turystycznych. Własnymi metodami optymalizacji struktury przestrzeni turystycznej są: metoda analizy triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń obecnych w przestrzeni turystycznej elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego (walory turystyczne z ich atrakcjami – obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi – turyści z ich potrzebami).
 - instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego: instrumenty planistyczne oraz instrument ekonomiczny. Zastosowanie takich instrumentów wynika z potrzeby zachowania w czasie korzystnego stanu walorów turystycznych poprzez limitowanie presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne. Służą temu własne instrumenty planistyczne – metody: jakościowe, ilościowe (jak np. meto-

da analizy „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru) i przestrzenne¹⁵⁴.

- instrumenty prawne ustalenia bilansu równowagi, sankcjonujące prawnie skutki zastosowania instrumentów planistycznych i ekonomicznych.

Wymienione metody własne są omówione w stosownych problemowo częściach niniejszej pracy.

2.2.3. PRAKTYKA

2.2.3.1. INŻYNIERIA EKONOMIKI PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ – DEFINICJA, PRZEDMIOT, CEL

Praktyczną dziedziną zawodową, której przedmiot stanowią planowanie i projektowanie przestrzeni turystycznej, inwestowanie w niej oraz organizacja i zarządzanie, finanse i marketing usług turystycznych jest inżynieria turystyczna. Bywa ona włączana w skład obszerniejszej zakresowo profesji zwanej inżynierią czasu wolnego obejmującej obok inżynierii turystycznej inżynierię rekreacji, kultury i sportu¹⁵⁵.

Jak to już tutaj stwierdzono, dział inżynierii turystycznej odnoszący się do praktyki ekonomiki przestrzeni turystycznej, do planowania i projektowania tej przestrzeni nazywa się inżynierią ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Przedmiotem inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – podobnie, jak jej nauki – jest przestrzeń turystyczna, głównie położone w podprzestrzeni recepcji turystów jej operacyjne poziomy terytorialne takie, jak turystyczne: region, obszar i miejsce (obiekt inwestycyjny).

Celem inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – w odróżnieniu od celu jego nauki, jaki stanowi tworzenie teorii – jest udział intelektualny w praktyce kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów i gospodarki turystycznej. Dokonuje się to poprzez czynności praktyczne: planistyczne i projektowe. Obejmują one:

- sporządzanie planów turystycznych operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów: turystycznych regionów i obszarów. Włączenie ich ustaleń do ogólnych planów zagospodarowania przestrzennego mających sta-

¹⁵⁴ Są one zaprezentowane w poświęconym zapobieganiu powstaniu czynników szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych (rozdz. 5.2.3.4.2.2.1).

¹⁵⁵ Por. *l'Ingénierie loisirs – culture – tourisme. Comment travailler avec un cabinet – conseil*, 2004.

tus aktu prawa¹⁵⁶ sankcjonuje ich ustalenia i czyni wykonalnymi inwestycyjnie w przestrzeni turystycznej.

- sporządzanie projektów przestrzeni turystycznej na poziomie miejscowym – turystycznego obiektu inwestycyjnego. Uzyskany projekt zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego musi być zgodny z ogólnym planem przestrzennym jako aktem prawa, zawierającym wskazania terenów użytkowania turystycznego i sposobu ich zagospodarowania.

2.2.3.2. ZWIĄZEK I PROCES METODOLOGICZNY NAUKA – PRAKTYKA. METODOLOGIA PRAKTYKI

Jałowy w swej istocie spór o wzajemny stosunek nauki i praktyki stawiający je w opozycji, co miało być podstawą do podziału nauk na podstawowe (opisujące i wyjaśniające rzeczywistość) i stosowane (rozwiązujące praktyczne problemy rzeczywistości), rozsądnie przeciął fizyk Ludwig E. Boltzmann (1844-1906) przypisywanym jemu, powszechnie znanym twierdzeniem: „nie ma nic bardziej praktycznego niż dobra teoria”.

Przyjmując tę tezę za słuszną dochodzi się do wniosku, że użyteczną teorią – metodologią praktyki (inżynierii) ekonomiki przestrzeni turystycznej jest teoria – metodologia jej nauki. W realizacji swojej misji praktycznej inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej korzysta z sobie właściwej teorii (metodologii) sprowadzonej do czynności – procedur postępowania praktycznego, opartych w przeważającym stopniu na metodologii i rezultatach nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Tworzenie twierdzeń nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej następuje w wyniku właściwego naukom empirycznym wnioskowania indukcyjnego, podczas gdy mechanizm stosowania w praktyce (w inżynierii) rezultatów czynności tej nauki zasadza się na wnioskowaniu dedukcyjnym, gdzie uznane za prawdziwe uzyskane w rezultacie indukcji twierdzenia stanowią przesłanki prawdziwych wniosków o zastosowaniu praktycznym. Ująć to można w schemacie: *INDUKCJA -----> nauka -----> DEDUKCJA -----> praktyka*.

Proces metodologicznych czynności wiążący naukę ekonomiki przestrzeni turystycznej z jej praktyką – inżynierią rozpoczynają więc czynności badawcze nauki, których rezultatem jest teoria (metodologia) nauki. Teoria nauki stanowi z kolei podstawę do formułowania metodologii praktyki (inżynierii) kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Metodologia inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej składa się z metodyki tury-

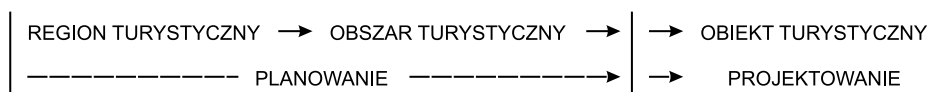
¹⁵⁶ W aktualnym systemie planów przestrzennych w Polsce są to miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego (w skrócie – m.p.z.p.).

stycznego planowania przestrzennego – w odniesieniu do regionu i obszaru turystycznego oraz metodyki projektowania – w odniesieniu do turystycznego obiektu inwestycyjnego.

Taki związek i proces metodologiczny nauka – praktyka jest możliwy, gdyż rezultatem badawczym nauk praktycznych – do których ekonomika przestrzeni turystycznej należy – są specyficzne twierdzenia, a „twierdzenia, to dyrektywy i rekomendacje niezbędne lub przydatne w projektowaniu realizacji różnorodnych celów produkcyjnych, usługowych, wojskowych, ekologicznych itd.”¹⁵⁷ Wchodzące w skład teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej twierdzenia, koncepcje i teorie cząstkowe można zatem traktować jako dyrektywy i rekomendacje niezbędne lub przydatne w planowaniu i projektowaniu, kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej do zaspokajania potrzeb turystów.

Interdyscyplinarna w swej genezie teoria (metodologia) ekonomiki przestrzeni turystycznej ma zastosowanie do praktycznego kształtowania przestrzeni turystycznej na jej wszystkich poziomach funkcjonalnych (podprzestrzenie: emisji, kanałów tranzytowych i – głównie – recepcji turystów) i wszystkich terytorialnych poziomach operacyjnych (poziomy: regionalny, obszarowy, miejscowy).

W porządku chronologicznym i sekwencyjnym, interwencja inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej rozpoczyna się planowaniem przestrzennym na poziomie regionu turystycznego i znajduje kontynuację w planowaniu na poziomie obszaru turystycznego. Intelktualny proces kształtowania przestrzeni turystycznej wieńczy interwencja w postaci projektu zagospodarowania terenu na poziomie miejscowym – turystycznego obiektu inwestycyjnego. Poglądowo obrazuje to ryc. 6.



Ryc. 6. Poziom terytorialny, charakter i sekwencja czynności inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej w zakresie kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów

Interweniująca asysta o charakterze doradczym inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej towarzyszy nie tylko kreacji, ale również kształtowaniu już istniejących i funkcjonujących turystycznych regionów, obszarów i obiektów turystycznych. Budowlana realizacja turystycznego obiektu inwestycyjnego stanowi już domenę ekonomiki usług turystycznych.

¹⁵⁷ Nowa Encyklopedia Powszechna PWN, 1997, tom 4, s. 406.

Rezultatem czynności planistycznych ekonomiki przestrzeni turystycznej jest plan przestrzeni turystycznej, metodycznie różny w odniesieniu do regionu turystycznego i obszaru turystycznego w zakresie przesłanek, celu i rodzaju czynności planistycznych.

W sytuacji regionu, jego planowanie wychodzi z przesłanek podażowych. Celem planowania jest wskazanie w jego przestrzeni geograficznej obszarów turystycznych (kompleksów terenów o predyspozycjach do pełnienia funkcji turystycznej) i określenie dla nich chłonności turystycznej środowiska geograficznego rozumianego zarazem jako limit – w granicach obszaru – łącznej pojemności (głównie noclegowej) i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej. Czynności planistyczne są zredukowane do identyfikacji walorów turystycznych stanowiącej przesłankę do wskazania rozmieszczenia obszarów turystycznych i określenia chłonności turystycznej środowiska geograficznego takich obszarów.

W przypadku wyznaczonego w przestrzeni geograficznej przez plan regionalny potencjalnego obszaru turystycznego, jego planowanie powinno wychodzić z przesłanek podażowo-popytowych. Celem planowania obszaru turystycznego jest udział w stworzeniu w nim możliwie najlepszych warunków materialnych do zaspokajania pełnego spektrum rodzajowego potrzeb turysty (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych). Pośrednim, materialnym skutkiem tak ukierunkowanego w jego celu planowania obszaru turystycznego jest inwestycyjne wprowadzenie na obszar odpowiadających ich programem funkcjonalnym strukturze potrzeb turysty obiektów infrastruktury turystycznej, rozmieszczonych w łączności funkcjonalnej i przestrzennej (współwystępowanie, sąsiedztwo) z walorami turystycznymi.

Metodycznie, wyżej określony cel planowania obszaru turystycznego powinno osiągać się poprzez sporządzenie – z użyciem instrumentarium planistycznego, ekonomicznego i prawnego – bilansu równowagi obecnych w przestrzeni obszaru elementów podaży turystycznej (walory turystyczne z ich atrakcjami, obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi) i elementu adresowanego do obszaru potencjalnego popytu turystycznego (turyści wraz z ich potrzebami).

Projektowanie turystycznego obiektu inwestycyjnego powinno wychodzić – podobnie jak w przypadku planowania obszaru turystycznego – z przesłanek podażowo-popytowych. Dotyczy ono miejsca, najmniejszego terytorialnie operacyjnego fragmentu przestrzeni turystycznej, w którym lokalizowany jest turystyczny obiekt inwestycyjny. Celem projektowania jest udział intelektualny w powstaniu nowego waloru turystycznego albo obiektu infrastruktury turystycznej (organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej lub egzystencjalnej). Czynności projektowe inżynierii ekonomiki

przestrzeni turystycznej znajdują kontynuację w czynnościach projektowych ekonomiki usług turystycznych. Te ostatnie obejmują wykonanie przeddecyzyjnych dla turystycznej inwestycji budowlanej studiów: studium rynkowego (w tym: studium popytu); studium wykonalności projektu w aspekcie środowiskowym, nieruchomościowym, technicznym, organizacyjnym, ekonomicznym, finansowym, prawnym itp. (w tym: sporządzenie projektu architektoniczno-budowlanego) oraz studium zwrotu inwestowanego kapitału. Celem studiów przeddecyzyjnych jest stworzenie przesłanek do podjęcia decyzji o przystąpieniu do realizacji lub odrzuceniu projektu.

3. Przestrzeń turystyczna – przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej

By przypomnieć: przedmiotem ekonomiki przestrzeni turystycznej jest przestrzeń turystyczna. To w niej rozwiązywany jest fundamentalny problem tej dyscypliny nauki i praktyki – bilans równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna. W tym miejscu zostaną rozważone istotne z punktu widzenia gospodarowania taką przestrzenią jej aspekty: definicja, natura ontyczna, struktura funkcjonalna i terytorialna, terytorialne poziomy operacyjne, atrybuty, a spośród nich szczególnie zmienność.

3.1. DEFINICJA

Z przyjętego w tej pracy rozumienia ekonomiki przestrzeni turystycznej wynika, że aktualna lub projektowana (potencjalna – w przyszłości) obecność w przestrzeni geograficznej turystów zmienia jej substancjalną i funkcjonalną jakość: przestrzeń geograficzna staje się potencjalną przestrzenią turystyczną, co pociąga za sobą konieczność stosownego do potrzeb turystów przystosowania jej środowiska geograficznego.

To przystosowanie przydaje przestrzeni geograficznej swoiste, sobie właściwe piętno o charakterze funkcjonalnym (nowa funkcja – funkcja turystyczna) i przestrzennym (nowa struktura przestrzeni). Przemodelowany w ten sposób jej fragment staje się częścią mającej zasięg globalny przestrzeni turystycznej.

Przestrzeń turystyczna – w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej, to fragment wypełnionej środowiskiem geograficznym (przyrodniczym i cywilizacyjnym) przestrzeni geograficznej, zatem jak i ona byt materialny i obiektywny wyróżniający się trwałą w czasie obecnością turystów. Prościej: przestrzeń turystyczna to część przestrzeni geograficznej, w której trwale w czasie występują turyści. Taka obecność turystów stanowi warunek krytyczny powstania i trwania przestrzeni turystycznej.

J.-P. Lozato-Giotart, utożsamiając pojęcie „turystyka” z pojęciem „gospodarka turystyczna” słusznie stwierdził: „Przestrzeń (geograficzna – przyp.

S.S.) może być uważana za surowiec turystyki i – bez niedocenienia innych czynników – warunki geograficzne odgrywają pierwszoplanową rolę, często istotną w przyciąganiu (atrakcji) przez miejsce turystyczne”¹⁵⁸.

Z uwagi na gwałtowny w ostatnich dziesięcioleciach rozwój środków dalekiego – szybkiego – taniejącego transportu (głównie lotniczego), domenę terytorialną tak pojmowanej przestrzeni turystycznej tworzy przestrzeń geograficzna kuli ziemskiej w jej strefie lądowej (kontynenty) i oceanicznej (akweny, wyspy, głębiny i dno morskie). Co więcej, już obecnie – chociaż raczej z przesłanek hipotetycznych aniżeli realnych (ograniczona skala zjawiska) – fakt pierwszych turystycznych wypraw kosmicznych upoważnia do tezy, że domenę terytorialną przestrzeni turystycznej należałoby poszerzyć o przestrzeń kosmiczną w zasięgu ograniczonym technologią powtarzalnych i bezpiecznych dla człowieka lotów (strefa okołozimska, Księżyc).

Przestrzeń turystyczna jest areną zarówno dla pionierskiej, pozbawionej interwencji gospodarki turystycznej obecności turystów, jak i dla zaspokajającej potrzeby turystów szeroko pojętej gospodarki turystycznej posiłkującej się do realizacji takiego celu inżynierią ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz ekonomiki usług turystycznych.

3.2. NATURA ONTYCZNA

Jak dotychczas, pojmowanie przestrzeni turystycznej w nauce jest zróżnicowane i wieloznaczne, co może być w pewnych sytuacjach metodologicznie szkodliwe¹⁵⁹. Z uwagi na kapitalne znaczenie pojęcia „przestrzeń turystyczna” jako przedmiotu ekonomiki przestrzeni turystycznej warto je rozważyć chociażby na podstawie pracy B. Włodarczyka (2009)¹⁶⁰.

W zależności od pojmowania samej kategorii „przestrzeń”¹⁶¹, konsekwentnie mówi się o przestrzeni turystycznej jako przestrzeni albo obiektywnej (absolutnej) – istniejącej niezależnie od poznającego podmiotu (człowieka) albo subiektywnej (względnej) – istniejącej w sposób warunkowany intelektem,

¹⁵⁸ J.-P. Lozato-Giotart, 1987, s. 40, tłum. autora.

¹⁵⁹ Por. poświęcony pojmowaniu zagospodarowania turystycznego rozdz. 2.1.1. Definicje sprawozdawcze: typologia, krytyczna analiza; zwłaszcza jego akapit „Pomieszczenie pojęć: przestrzeń turystyki (turyzmu) – przestrzeń turystyczna – środowisko geograficzne”.

¹⁶⁰ B. Włodarczyk, 2009, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wydawnictwo UŁ, Łódź. Tabela 3.1. Ewolucja pojmowania (definiowania) przestrzeni turystycznej (s. 75-76). Kilka prac nt. przestrzeni turystycznej – z akcentem na jej subiektywny byt – jest autorstwa S. Liszewskiego (1995, 1998 – z M. Baczworowem, 2005, 2009).

¹⁶¹ Przeglądu stanowisk wobec pojmowania przestrzeni w geografii dostarcza praca A. Lisowskiego (2014), a w geografii turystycznej praca J. Stachowskiego (1993).

poglądami, odczuciami zmysłowymi i przeżyciami emocjonalnymi poznającego podmiotu.

Przestrzeń turystyczna obiektywna (właśnie tak się ją pojmuje w ekonomice przestrzeni turystycznej i w tej pracy) wyposażona jest w atrybuty analogiczne do przestrzeni geograficznej, jakiej stanowi część: jest obiektywna i materialna. Istnieje ona niezależnie od aktów psychiki człowieka: postrzegania rozumowego (aktu poznawczego), postrzegania wrażeniowego – zmysłowego (aktu zmysłowego; poprzez zmysły wzroku, słuchu, węchu, smaku, dotyku, czucia np. temperatury, ruchu powietrza, wilgotności) oraz jej przeżywania (aktu emocjonalnego).

Trzeba przypomnieć, że przez przestrzeń geograficzną należy rozumieć przestrzeń powłoki Ziemi wypełnioną stanowiącym jej treściowy składnik środowiskiem geograficznym oraz środowiskiem społeczno-kulturowym człowieka leżącym bytowo poza środowiskiem geograficznym i nie stanowiącym jej materialnego składnika, ale w tej przestrzeni występującym. Środowisko geograficzne jest zbiorem materialnych elementów naturogennych (należących do litosfery, hydrosfery, atmosfery, biosfery – w tym z traktowanym przedmiotowo człowiekiem) oraz antropogennych (jak np. infrastruktura o różnych funkcjach: mieszkaniowa, techniczna, przemysłowa, rolnicza, oświaty, kultury, zdrowia, transportowa, turystyczna itp.) wraz z ich niematerialnymi własnościami (np. zbiorowymi, jak np. pejzaż, ekosystem, klimat).

Człowiek jest elementem treści tak pojętej przestrzeni geograficznej jako obiekt materialny – przedmiot i składnik biosfery. Ale człowiek – przedmiot jest jej składnikiem specyficznym. Wówczas, gdy kształtuje przestrzeń geograficzną zarówno w jej pierwiastku kulturowym (tworzy i kształtuje jej antropogenne składniki), jak też jej pierwiastku przyrodniczym (kształtuje przyrodę) jest on zarazem tej przestrzeni podmiotem.

Warto zauważyć, że obecność elementu – człowieka nie jest atrybutem przestrzeni geograficznej. Może ona istnieć bez jego obecności (przykład: anekumena). Obecność człowieka jest więc jej właściwością akcydentalną.

Inaczej jest w przypadku tej części przestrzeni geograficznej, jaką nazywamy przestrzenią turystyczną. Człowiek – turysta jest jej atrybutem, jej niezbędnym stałym składnikiem, warunkiem jej egzystencji. Nie ma przestrzeni turystycznej bez człowieka – turysty.

Przeważająca część teoretyków geografii oraz zagospodarowania turystycznego zgodnych co do materialnego, obiektywnego charakteru przestrzeni turystycznej ogranicza ją jako przedmiot badań do jednej tylko z trzech jej funkcjonalnych części składowych¹⁶²: do podprzestrzeni recepcji turystów.

¹⁶² Struktura funkcjonalna i terytorialna przestrzeni turystycznej jest omówiona w rozdz. 3.3 niniejszej pracy.

Jak wyraźnie dowodzi statystyka tematyki literatury przedmiotu, zaniedbuje się w ten sposób badanie nad pozostałymi jej podprzestrzeniami funkcjonalnymi: emisji oraz kanałów tranzytowych turystów. Można przypuszczać, że jest tak dlatego, gdyż te podprzestrzenie w zasadzie nie są przedmiotem inżynierii planowania i projektowania turystycznego, czego wyrazem jest fakt, że niemal całość obsługującej potrzeby turystów w tych podprzestrzeniach infrastruktury (infrastruktura transportowa i egzystencjalna) ma charakter paraturystyczny.

Przestrzeń turystyczna subiektywna (idealna – tj. istniejąca jako idea; niematerialna), która jest niematerialnym, podmiotowo indywidualnym odzwierciedleniem obiektywnej i materialnej przestrzeni turystycznej występuje w trzech alternatywnych odmianach:

- a) albo jako przestrzeń mentalna, abstrakcyjna, konstrukt rozumu człowieka powstały:
 - albo jako „proste” odwzorowanie przestrzeni obiektywnej w świadomości danego turysty,
 - albo jako jej odwzorowanie – przy określonych założeniach – w postaci modelu w świadomości badacza tej przestrzeni,
- b) albo jako przestrzeń sensualna, konstrukt zmysłowy (wrazeniowy) turysty,
- c) albo jako przestrzeń emocjonalna, konstrukt uczuciowy (wzruszeniowy) turysty.

Abstrakcyjna przestrzeń turystyczna w skali globalnej stała się przedmiotem rozważań np. J.-M. Miosseca¹⁶³. Jego model I dotyczy przestrzeni na nieoperacyjnym z punktu widzenia inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej poziomie globalnym. Modelowanie takiego konstruktu skończyło się fiaskiem, bowiem uzyskany rezultat jest problematycznej wartości naukowej i żadnej wartości praktycznej¹⁶⁴.

Subiektywną przestrzenią turystyczną na poziomie indywidualnego turysty oraz grup turystów (powiązane podejście psychologiczno-socjologiczne) zajmował się S. Liszewski (2005, 2009). Wyrazem przypisywania przestrzeni turystycznej charakteru „intersubiektywnego” bytu społecznego jest definicja przestrzeni turystycznej wg S. Liszewskiego: „przestrzeń turystyczna jest funkcjonalnie wyróżniającą się podprzestrzenią przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie *largo*, to znaczy jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku (środowisko kulturowe i gospodarcze), a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym”¹⁶⁵.

¹⁶³ J.-M. Miossec, 1976, 1977.

¹⁶⁴ Por. rozdz. 2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury.

¹⁶⁵ Za B. Włodarczyk, 2009, s. 73-74; S. Liszewski, 1995, s. 87-103; 2005, s. 50-60.

B. Włodarczyk słusznie dopowiada: „Oczywiście spełniony musi być przy tym także warunek zaklasyfikowania obserwowanych w tej przestrzeni aktywności człowieka jako „turystyczne”¹⁶⁶. Przykładem relacyjnego: turysta – środowisko geograficzne rozumienia przestrzeni turystycznej jako przestrzeni subiektywnej jest stosowane przez S. Liszewskiego pojęcie „indywidualna przestrzeń turystyczna”¹⁶⁷. Nie może mieć ono żadnej wartości użytecznej w nauce i praktyce ekonomiki przestrzeni turystycznej. Wynika to z faktu, że podobnie jak w urbanistyce, przedmiotem planowania i projektowania może być tutaj jedynie obiektywna i materialna przestrzeń turystyczna. Trudno nawet sobie wyobrazić: po co? i jak metodycznie? miałyby ekonomika przestrzeni turystycznej kreować i kształtować: planować i projektować subiektywną i niematerialną „indywidualną przestrzeń turysty” – rezultat jego imaginacji intelektualnych, wrażeń i przeżyć?¹⁶⁸.

Należy jednak wyraźnie stwierdzić, że badanie psychicznej postawy turysty wobec środowiska geograficznego przestrzeni turystycznej jest w ekonomice przestrzeni turystycznej wysoce użyteczne. Jest tak np. wówczas, gdy prowadzi się badania nad popytem turystycznym, turystami oraz ich potrzebami, preferencjami i decyzjami o wyborze przez turystę terytorialnego produktu turystycznego, inaczej – nad konkurencyjnością takiego produktu, co powinno być uwzględniane w projektowaniu programu funkcjonalnego obiektów infrastruktury turystycznej. Np. takie badanie ma miejsce w przypadku opartej na behawioryzmie metody szacowania stopnia użyteczności tj. atrakcyjności (w tym np. w zakresie estetyki) walorów turystycznych traktowanej jako czynnik immanentnej atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego¹⁶⁹.

Przykładem na wiązanie w konglomerat pojmowania przestrzeni turystycznej zarazem jako przestrzeni obiektywnej i materialnej oraz subiektywnej i niematerialnej w odmianie sensualno-emocjonalnej jest podejście B. Włodarczyka (2009) oraz A. Kowalczyka (2015)¹⁷⁰. Ten pierwszy nazywa to

¹⁶⁶ B. Włodarczyk, 2009, s. 74.

¹⁶⁷ B. Włodarczyk, 2009, s. 8.

¹⁶⁸ Tytułem „pół żartem – pół serio”: gdyby przyjąć „indywidualną przestrzeń turystyczną” jako przedmiot nauki i praktyki ekonomiki przestrzeni turystycznej, to w samym tylko roku 2015 w odniesieniu do fragmentów przestrzeni turystycznej odwiedzonych ponad 1,235 mld-krotnie przez turystów w podróżach zagranicznych miałyby się do czynienia z taką liczbą „do zaplanowania” subiektywnych i niematerialnych „indywidualnych przestrzeni turystycznych”. W przypadku turystycznych podróży krajowych – 5-6 mld takich „przestrzeni”.

¹⁶⁹ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.3.1. Atrakcyjność immanentna.

¹⁷⁰ Z prac zagranicznych można tutaj wymienić już w tej pracy przywołaną, poświęconą geografii turystycznej prowincji Québec w Kanadzie publikację R. Cazalais, R. Nadeau, G. Beaudet (1999). Jej autorzy rozróżniają trzy rodzaje przestrzeni turystycznej: mentalną, pożądaną i usług turystycznych (s. 8-12).

uniwersalnym pojmowaniem przestrzeni turystycznej „uwzględniającym zarówno jej obiektywne, jak i subiektywne pojmowanie” i definiuje przestrzeń turystyczną następująco: „Przestrzeń turystyczna jest tą częścią przestrzeni geograficznej, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego. Warunkiem koniecznym i wystarczającym do zaklasyfikowania części przestrzeni geograficznej jako przestrzeni turystycznej jest ruch turystyczny (tj. obecność turystów – przypis autora S.S.), niezależnie od jego wielkości i charakteru. Warunkiem dodatkowym umożliwiającym jej delimitację jest występowanie zagospodarowania turystycznego¹⁷¹, którego wielkość i charakter pozwalają określić typ przestrzeni turystycznej.”¹⁷² W dopowiedzeniu definicyjnym autor ów twierdzi, że subiektywnym atrybutem tak zdefiniowanej przestrzeni turystycznej jest „fakt konieczności występowania w tej przestrzeni człowieka turysty, uczestnika ruchu turystycznego, który nie tylko pozwala na jej delimitację, ale także poprzez podejmowanie określonych decyzji kształtuje własną, indywidualną przestrzeń aktywności turystycznej, stając się jej najważniejszym elementem (podmiotem)”¹⁷³.

Zatem, przestrzeń turystyczna jest tutaj pojęciową hybrydą i nie czynności spontanicznej czy też zracjonalizowanej inżynierii ekonomiki turystycznej (przestrzeni i usług), a sam turysta wyposażony w imaginację swego umysłu miałby (jako podmiot) w znacznym stopniu przystosowywać tak pojętą obiektywnie i materialnie oraz subiektywnie i niematerialnie przestrzeń do zaspokajania szerokiego spektrum jego potrzeb¹⁷⁴.

Z kolei A. Kowalczyk podsumowując swoje rozważania nad pojęciem przestrzeni turystycznej w kontekście pojęć „przestrzeń turysty, przestrzeń turystów, przestrzeń turystyki” stwierdza: „...przestrzeń turystyczna to obiektywnie istniejąca część przestrzeni geograficznej, a zarazem część szeroko rozumianej przestrzeni społecznej (obejmującej podprzestrzenie: kulturową, ekonomiczną i polityczną), która z racji swoich walorów jest (subiektywnie) spostrzegana przez turystów i potencjalnych turystów jako atrakcyjna i jest wykorzystywana w celach turystycznych, czego skutkiem są zmiany w środowisku przyrodniczym oraz w sferze społeczno-gospodarczej”¹⁷⁵.

¹⁷¹ Raczej infrastruktury turystycznej, mającej charakter materialny (rzeczy) i występującej w tej przestrzeni, gdyż w świetle przyjętej przez autora niniejszej pracy definicji, zagospodarowanie turystyczne jest czynnością i jako takie nie może stanowić składnika środowiska geograficznego przestrzeni turystycznej.

¹⁷² B. Włodarczyk, 2009, s. 74-75.

¹⁷³ B. Włodarczyk, 2009, s. 76.

¹⁷⁴ Widoczne są tutaj wyraźne analogie do pojmowania roli turysty w kształtowaniu przestrzeni turystycznej w przedstawionych modelach J.-M. Miosseca (1976, 1977).

¹⁷⁵ A. Kowalczyk, 2015, s. 11-25.

Przyjmując konglomeratowe (materialno-niematerialne i obiektywno-subiektywne) rozumienie przestrzeni turystycznej autor ten jest niekonsekwentny w swym definicyjnym wywodzie myślowym twierdząc, że „przestrzeń turystyczna to obiektywnie istniejąca część przestrze-

Podjęcie do problematyki przestrzeni turystycznej w jej rozmaitych aspektach może również zależeć od punktu widzenia wynikającego z profilu zainteresowań (celów) badawczych reprezentowanego przez podejmujących problematykę turystyczną specjalistów z różnych dyscyplin naukowych. Mówi się wówczas o przestrzeni turystycznej w aspekcie podejścia geografów, ekonomistów, planistów przestrzennych, socjologów, psychologów społecznych, filozofów etc. Np. geografów interesuje przestrzeń turystyczna jako przedmiot opisu i wyjaśniania; ekonomistów – jako przedmiot analizy ekonomicznej: rachunku ekonomicznego inwestycji budowlanych w tej przestrzeni, analizy rynku turystycznego; planistów przestrzennych (urbanistów) – jako przedmiot fizycznego planowania przestrzennego; psychologów – jako kategoria w badaniu relacji psychicznej turysta – środowisko geograficzne; socjologa – jako np. osnowa do analizy warunkowanych przestrzennie stosunków i zachowań społecznych człowieka; filozofa – np. jako przedmiot rozważań ontologicznych, epistemologicznych, metodologicznych, estetycznych czy etycznych.

Konkludując rozważania nad ontyczną naturą przestrzeni turystycznej należy zauważyć, że definiowanie i badanie (opis i wyjaśnianie) tzw. przestrzeni turystycznej subiektywnej i niematerialnej jest możliwe i ma sens w humanistycznych dyscyplinach nauki i w społeczno-psychologicznych aspektach geografii turystycznej, ale nie ma sensu jej definiowanie, kreowanie i kształtowanie (planowanie i projektowanie) w ekonomice przestrzeni turystycznej. Zajmuje się bowiem ona wyłącznie urządzeniem przestrzeni turystycznej obiektywnej i materialnej.

3.3. STRUKTURA FUNKCJONALNA I TERYTORIALNA. TERYTORIALNE POZIOMY OPERACYJNE

Strukturyzowanie przestrzeni turystycznej można oprzeć na dwóch kryteriach: funkcjonalnym albo terytorialnym.

Podróż turysty obejmuje cztery fazy funkcjonalne przebiegające w trzech funkcjonalnych podprzestrzeniach globalnej przestrzeni turystycznej, a mianowicie:

- fazę przygotowania do podróży i wyjazdu; następuje ona w miejscu jego stałego zamieszkania, czyli w podprzestrzeni emisji turystów,

ni geograficznej”, jaka jest „wykorzystywana w celach turystycznych, czego skutkiem są zmiany w środowisku przyrodniczym oraz w sferze społeczno- gospodarczej”. Wynikałoby z tego, że zmiany tak zdefiniowanej przestrzeni turystycznej zawężone są jedynie do przyrodniczego składnika jej środowiska geograficznego. Miałby więc być od nich wolny materialny, cywilizacyjny (antropogeny) składnik środowiska geograficznego, jakim są np. walory turystyczne kultury materialnej.

- fazę przemieszczania się pomiędzy miejscem stałego zamieszkania a miejscem zaspokojenia jego potrzeb motywacyjnych (potrzeby: wypoczynku, poznania, emocji); odbywa się ona w podprzestrzeni kanałów tranzytowych,
- fazę zaspokojenia potrzeb motywacyjnych; zachodzi ona w podprzestrzeni recepcji turystów (to tutaj występują walory turystyczne posiadające potencjał do zaspokajania potrzeb motywacyjnych turysty),
- fazę powrotu, przemieszczania się pomiędzy miejscem zaspokojenia jego potrzeb motywacyjnych – podprzestrzenią recepcji turystów – a miejscem stałego zamieszkania turysty; odbywa się ona w podprzestrzeni kanałów tranzytowych turysty¹⁷⁶.

Strukturę funkcjonalną globalnej przestrzeni turystycznej prezentuje ryc. 7.

Przestrzeń turystyczna ma też swoją strukturę terytorialną opartą na kryterium rozmiarów powierzchni jej wyróżnionej jednostki przestrzennej. Wy różnić można cztery poziomy terytorialne przestrzeni turystycznej: globalny, regionalny, obszarowy i miejscowy (turystycznego obiektu inwestycyjnego).

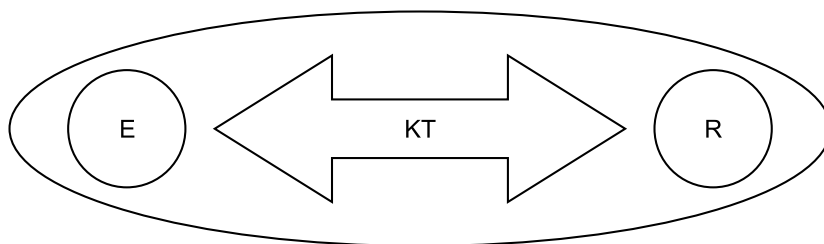
Poziom globalny – *ex sua definitione* – odnosi się do przestrzeni turystycznej całej kuli ziemskiej.

Poziom regionalny definiuje się przez pojęcie regionu turystycznego.

Region turystyczny – to położony w obrębie operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów region funkcjonalny, spójny funkcją turystyczną, obejmujący co najmniej dwa obszary turystyczne i stanowiący przedmiot specyficznego, ograniczonego problemowo planowania. Jego lokalizację i granice w przestrzeni turystycznej określa determinizm walorystyczny i trwała w czasie obecność turystów.

¹⁷⁶ Idea funkcjonalnej struktury globalnej przestrzeni turystycznej: „obszary emisji – kanały tranzytowe – obszary recepcji” jest – jak tutaj wskazano – przestrzenną interpretacją funkcjonalnie i chronologicznie uporządkowanej struktury podróży turysty albo też modelu marketingowego cyklu produktu turystycznego obejmującego sekwencję zdarzeń: powstanie produktu turystycznego – decyzja turysty o jego zakupie – przejazd wyjazdowy turysty – konsumpcja przez turystę produktu turystycznego – przejazd powrotny turysty. Taki marketingowy model bywa w literaturze z niewłaściwą przesadą zwany „systemem turystyki” (ang. *the tourism system*; przykładami są prace: C.A. Gunn 1972, R.C. Mill i A.M. Morrison 1985, P.E. Murphy 1985).

Przecież można by to samo powiedzieć o innych licznych modelach „systemu turystyki”, ekonomicznych i geograficznych formułowanych dla różnych poziomów terytorialnych przestrzeni turystycznej (por. rozdz. Modele systemu). Mariot (wg Matley 1976 za Pearce 1987) rozważał strukturę przestrzeni turystycznej w kontekście poznawczych podróży etapowanych i wyróżnił: obszar emisji, kanał tranzytowy, obszar maksymalnie oddalonego celu przestrzennego. J.-M. Miossec, (1976, 1977) zbudował już przedstawiony w tej pracy I model struktury globalnej przestrzeni turystycznej. N. Leiper (1990a,b) zamiast nazwy „system turystyki” używa nazwy – w tłumaczeniu dosłownym – „system atrakcji turystycznej” i to jego oparty wyraźnie na idei J.-M. Miosseca poglądowy schemat funkcjonalnej struktury przestrzeni turystycznej jest ukazany w niniejszej pracy. Obecnie w nauce funkcjonuje wiele rozbudowanych analitycznie postaci tych pierwotnych modeli.



E – podprzestrzeń zbioru obszarów emisji turystów, R – podprzestrzeń zbioru obszarów recepcji turystów, KT – podprzestrzeń zbioru obszarów kanałów tranzytowych turystów

Ryc. 7. Struktura funkcjonalna globalnej przestrzeni turystycznej

Źródło: opracowanie własne autora na podstawie N. Leiper, 1990a,b¹⁷⁷

Obszar turystyczny – to położony w obrębie operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów obszar, najczęściej fragment regionu turystycznego, stanowiący przedmiot pełnego czynnościowo planowania. Jego tożsamość, lokalizację i granice w obrębie regionu turystycznego określa determinizm walorystyczny, trwała w czasie obecność turystów i specyfika jego funkcji turystycznych.

Turystyczny obiekt inwestycyjny – to położony w obrębie operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów mono- albo polifunkcyjny obiekt infrastrukturalny – najczęściej składnik obszaru turystycznego – stanowiący w ekonomice przestrzeni turystycznej przedmiot projektowania zagospodarowania jego terenu. Takim obiektem może być nowotworzony walor turystyczny albo obiekt infrastruktury turystycznej, ten ostatni o funkcjach zaspokajania potrzeb turysty: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych.

Strukturę terytorialną przestrzeni turystycznej można nałożyć na jej strukturę funkcjonalną co daje kombinację elementów tych struktur (np. globalna podprzestrzeń emisji, regionalna podprzestrzeń recepcji itd.).

Problem terytorialnej struktury przestrzeni turystycznej jest zarazem metodologicznie istotnym w ekonomice przestrzeni turystycznej pytaniem

¹⁷⁷ Tak ujętą strukturę funkcjonalną przestrzeni turystycznej przedstawił J.-M. Miossec w swojej teorii przestrzeni turystycznej, gdy pisze: „Rzadkie są studia nt. turystyki i przestrzeni turystycznej pojętej jako system łączący obszary emisji, recepcji i kanały (dosł. fr. „des émetteurs, des récepteurs et des canaux”), gdzie funkcjonowanie tej przestrzeni i przestrzenne zachowanie się turystów są przedstawione w ich złożoności oraz ich wzajemnych interakcjach” (J.-M. Miossec, 1976, s. 2; tłum. autora S.S.). Zatem, powszechne w literaturze przedmiotu przypisywanie takiego funkcjonalnego pojmowania struktury przestrzeni turystycznej N. Leiperowi na podstawie jego późniejszej względem pracy J.-M. Miosseca publikacji z 1979 r. (np. przez C.M. Hall, 2010) jest nieuzasadnione.

o operacyjność jej terytorialnych poziomów. Kwestia przedstawia się odmiennie w nauce i praktyce tej dyscypliny. W nauce ekonomiki przestrzeni turystycznej przedmiotowymi terytorialnymi poziomami tej przestrzeni są, chociaż w zróżnicowanym zakresie, wszystkie cztery poziomy. Umiarkowane – z różnych powodów – zainteresowanie nauki przedstawiają sobą skrajne co do wielkości ich powierzchni poziomy terytorialne przestrzeni turystycznej: poziom globalny i poziom miejscowy.

W przypadku poziomu globalnego, ogromna skala terytorialna i związane z tym w rozmiarach zróżnicowanie treściowe i problemowe ograniczają lub czynią skrajnie trudnym i wręcz metodologicznie niewykonalnym prowadzenie dla globalnej przestrzeni turystycznej, jako całości, sensownych badań, nawet w przypadku zastosowania znacznie uproszczonych ich założeniami modeli.

Niskie zainteresowanie nauki ekonomiki przestrzeni turystycznej poziomem miejscowym wynika z ubóstwa i wagi związanej z nim problematyki naukowej, gdzie dominują inżynierskie, w istocie techniczne zagadnienia projektowe (projekt zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego).

W inżynierii (praktyce) ekonomiki przestrzeni turystycznej, operacyjny poziom terytorialny przestrzeni turystycznej to poziom terytorium stanowiącego jej część, w odniesieniu do którego jest metodologicznie możliwe, racjonalne i użyteczne w rezultatach zastosowanie instrumentów inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej: planowania i projektowania.

W świetle takiej definicji, operacyjnymi poziomami przestrzeni turystycznej są jej poziomy terytorialne: regionu, obszaru i miejsca (turystycznego obiektu inwestycyjnego).

Przez wzgląd na nieusuwalne trudności inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej związane z dużą skalą terytorialną i konsekwentną względem niej skalą problemów metodologicznych, nieracjonalnością ekonomiczną organizacji i zarządzania procesem planistycznym i projektowym nie są dlań zasadniczo operacyjne podprzestrzenie o areale przewyższającym powierzchnię regionu.

Należy bowiem mieć na względzie, że globalna przestrzeń geograficzna jako całość zmienia się w wyniku koincydencji licznych i różnorodnych w ich czynnikach procesów naturo- i antropogennych. W globalnej ich skali, procesy te w nikłym lub żadnym stopniu poddają się skoordynowanej w tej skali kontroli zarządczej człowieka. Jest tak z uwagi na polityczno-administracyjny podział świata, ogromne fizyczne rozmiary tej przestrzeni, rozproszony nią zarząd i rozbieżność partykularnych interesów wiązanych z tą przestrzenią. Inaczej mówiąc, dla gospodarującego człowieka globalna przestrzeń geogra-

ficzna i – konsekwentnie – globalna przestrzeń turystyczna są zarządczo nieoperacyjne¹⁷⁸.

W aspekcie funkcjonalnej struktury przestrzeni turystycznej, zasadniczo przedmiotem inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest operacyjna podprzestrzeń recepcji turystów. Podprzestrzenie emisji i kanałów tranzytowych turystów, gdzie inwestycje infrastrukturalne w obiekty obsługi turystów i świadczone w nich usługi w swej genezie paraturystyczne, niezależnie od operacyjności ich poziomu terytorialnego (glob, region, obszar, miejsce) nie stanowią więc przedmiotu tej ekonomiki.

Szczególnymi przedmiotami nauki i inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej są te fragmenty operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów, które określa się mianem obszarów recepcji turystów, inaczej – obszarów turystycznych¹⁷⁹. To w obszarze turystycznym spotykają się w ich pełnych zakresach podaż turystyczna i popyt turystyczny, wytwarzanie i konsumpcja produktu turystycznego (usług turystycznych). W rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej, jego podaż turystyczna jest reprezentowana przez terytorialne świadczenie turystyczne. Właśnie w odniesieniu do obszaru turystycznego ma zastosowanie budowa bilansu równowagi elementów jego podaży turystycznej i adresowanego do niego popytu turystycznego angażująca pełnię czynności ekonomiki przestrzeni turystycznej: planistycznych (wobec całości obszaru) i projektowych (w odniesieniu do występujących w jego obrębie turystycznych obiektów inwestycyjnych)¹⁸⁰.

3.4. ATRYBUTY

Atrybuty przestrzeni turystycznej to jej specyficzne podstawowe właściwości, bez których nie mogłaby ona istnieć lub byłaby nie do pomyślenia, które wyróżniają ją pośród innych przestrzeni.

Z punktu widzenia nauki i inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej istotne jest to, że atrybuty przestrzeni turystycznej mają krytyczny wpływ na warunki i możliwości kreowania i kształtowania tej przestrzeni.

¹⁷⁸ Z drugiej strony, w następstwie zmieniających się dynamicznie warunków instrumentalnych i infrastrukturalnych (techniki informatyczne, telekomunikacyjne – np. Internet z jego wielostronnymi zastosowaniami) oraz organizacyjno-zarządczych (struktury światowe, międzynarodowe) dochodzi do intensyfikacji i pogłębienia antropozależnych procesów globalizacyjnych. Już obecnie doprowadziło to do wykształcenia nowego kierunku badań – przez analogię do *regional science* (regionalistyka) – zwanego *global science* (globalistyka).

¹⁷⁹ Typologię obszarów turystycznych według kryterium funkcjonalnego przedstawił np. J.C. Roucloux (1981), a ich klasyfikację multikryterialną – G. Cazes (1992).

¹⁸⁰ Por. rozdz. 6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Do atrybutów przestrzeni turystycznej należą:

1. Obiektywny i materialny charakter bytu¹⁸¹.

2. Trwała w czasie obecność turystów.

Egzystencja i rozwój przestrzeni turystycznej warunkowane są trwałą w czasie obecnością turystów. Jest to zjawisko dynamiczne, ale o dwóch zwrotach: pojawienie się turystów na danym obszarze włącza go do przestrzeni turystycznej (powiększa przestrzeń turystyczną), zanik turystów – wyłącza dany obszar z przestrzeni turystycznej (pomniejsza przestrzeń turystyczną).

Turyści – przedmioty są konstytutywnymi (kreującymi ją) elementami przestrzeni turystycznej. Wystarczy ich trwała w czasie obecność w jakimś fragmencie przestrzeni geograficznej, by uznać go za składnik przestrzeni turystycznej. Rozumiani przedmiotowo turyści mają również znaczenie w pośrednim kształtowaniu już istniejącej przestrzeni turystycznej wówczas, gdy fakt ich samej obecności wraz z ich potrzebami angażuje całość gospodarki turystycznej (przestrzeni i usług) do kształtowania przestrzeni turystycznej na ich potrzeby.

Z kolei turyści – podmioty są czynnikiem szkodliwego kształtowania przestrzeni turystycznej poprzez ich możliwy negatywny wpływ na stan użytkowanych przez nich, krytycznej wagi dla gospodarki turystycznej, walorów turystycznych i – szerzej – stan środowiska geograficznego¹⁸².

3. Obecność walorów turystycznych.

Domenami przestrzennymi występowania turystów i towarzyszącej im infrastruktury turystycznej (ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi) są wszystkie podprzestrzenie funkcjonalne przestrzeni turystycznej, a walorów turystycznych – jedynie podprzestrzeń recepcji turystów (zbiór obszarów turystycznych)¹⁸³.

4. Ograniczoność (skończoność).

Przestrzeń turystyczna jest w swoim wolumenie i rozmieszczeniu dobrem ograniczonym, rzadkim. Jej występowanie ogranicza się do fragmentów przestrzeni geograficznej o trwałej obecności turystów, głównie zaś do jej fragmentów wyposażonych w walory turystyczne stanowiące zasadniczy czynnik trwałej obecności turystów (fenomen determinizmu walorystycznego).

¹⁸¹ Kwestia została omówiona w rozdz. 3.2. Natura ontyczna.

¹⁸² Por. poświęcony zmianom stanu walorów turystycznych rozdz. 5.2.3.4.2.1. Czynniki i skutki zmian szkodliwych. Syndrom modliszki.

¹⁸³ Tak jest w już przedstawionym, upraszczającym modelu funkcjonalnej struktury globalnej przestrzeni turystycznej (ryc. 7). W rzeczywistości, walory turystyczne mogą występować we wszystkich jej podprzestrzeniach funkcjonalnych. Określona turystyczna podprzestrzeń funkcjonalna (emisji, tranzytu czy recepcji turystów) może łączyć w sobie funkcje modelowo związane z pozostałymi fazami podróży turysty. Przykładem może być wielkie miasto łączące w sobie funkcje zarówno emisji, tranzytu, jak i recepcji turystów.

5. Nieciągłość przestrzenna.

Jest ona skutkiem rozproszonego w postaci „wysp” (to w odniesieniu do podprzestrzeni emisji i recepcji turystów) oraz „pasm” (to w odniesieniu do podprzestrzeni kanałów tranzytowych turystów) rozmieszczenia obszarów tych podprzestrzeni w „oceanie” przestrzeni geograficznej. Jest to zjawisko konsekwentne wobec rozproszenia emitującego turystów osadnictwa w podprzestrzeni emisji, rozproszenia sieci transportowych w podprzestrzeni kanałów tranzytowych oraz rozproszenia walorów turystycznych w podprzestrzeni recepcji turystów (fenomen determinizmu walorystycznego). Rozproszenie występowania obszarów podprzestrzeni kanałów tranzytowych jest naturalną konsekwencją rozproszenia wiązanych tymi kanałami obszarów podprzestrzeni emisji i recepcji turystów.

6. Integralność funkcjonalna.

Pomimo nieciągłości przestrzennej, wyspy i pasma poszczególnych podprzestrzeni turystycznych znajdują się w silnej wzajemnej integracji funkcjonalnej. Należy przez nią rozumieć:

a) spójność funkcjonalną na poziomie globalnym podprzestrzeni funkcjonalnych i występujących w nich obszarów wynikającą z ich uczestnictwa w ułożonych sekwencyjnie i powiązanych ze sobą organizacyjnie fazach podróży turysty (faza przygotowania do podróży – obszary emisji turystów; faza przemieszczania się – obszary kanałów tranzytowych turystów; faza zaspokajania potrzeb motywacyjnych – obszary recepcji turystów). Przestrzeń turystyczną cechuje ogromna liczebność rzeczywistych i potencjalnych relacji łączących jej funkcjonalne elementy strukturalne. Można to zjawisko ująć w postaci następujących tez:

- każdy obszar podprzestrzeni emisji jest emitentem turystów przyjmowanych przez wszystkie obszary podprzestrzeni recepcji,
- każdy obszar podprzestrzeni recepcji jest receptorem turystów generowanych przez wszystkie obszary podprzestrzeni emisji,
- każdy obszar podprzestrzeni emisji może być połączony z każdym obszarem podprzestrzeni recepcji z udziałem wielu możliwych – w określonych warunkach – alternatywnych obszarów podprzestrzeni kanałów tranzytowych.

Obecnie, w warunkach względnie wysokiej przejrzystości międzynarodowego rynku usług turystycznych (oferty w Internecie, mediach) i względnie coraz łatwiejszej dostępności czasowej i kosztowej usług turystycznych (zwłaszcza transportowych w kontekście fenomenu tanich linii lotniczych), tak wielka liczba możliwych relacji pomiędzy obszarami należącymi do każdej z trzech glo-

balnych podprzestrzeni funkcjonalnych ma swoje rozległe skutki przestrzenne, ekonomiczne i społeczne. Należy do nich narastająca dynamicznie, częstokroć już globalna w jej zasięgu, rozważana wieloaspektowo konkurencyjność produktów turystycznych – jednostkowych i terytorialnych, jak i obszarów turystycznych ich występowania¹⁸⁴.

- b) spójność na poziomie obszaru recepcji turystów – obszaru turystycznego, funkcjonalną (systemową) i przestrzenną (strukturalną: współwystępowanie i sąsiedztwo). Wyraża się ona jako funkcjonalno-przestrzenne sprzężenie występujących w nim elementów bilansowych reprezentujących popyt turystyczny (turyści z ich potrzebami) i podaż turystyczną (walory turystyczne z ich atrakcjami, obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi).

7. Zmienność.

Spośród atrybutów przestrzeni turystycznej szczególne zainteresowanie ekonomiki przestrzeni turystycznej kreującej i kształtującej przestrzeń turystyczną przedstawia także zmienność w czasie tej przestrzeni przejawiająca się w zmienności właściwych tej przestrzeni relacji funkcjonalnych – systemu oraz przestrzennych – struktury. Teoretyczna oraz inżynierska waga tego atrybutu wymaga jego omówienia w osobnym podrozdziale.

3.5. ZMIENNOŚĆ

Przestrzeń turystyczna – jej globalny areal, struktura funkcjonalna (obszary emisji, tranzytu, recepcji turystów) i terytorialna (domeny terytorialne: globalna, regionalna, obszarowa, obiektowa) oraz treść jej środowiska geograficznego podlegają ustawicznym zmianom w czasie¹⁸⁵.

Rola zmian przestrzeni turystycznej – w tym zmian z udziałem ekonomiki przestrzeni turystycznej (na tym zasadza się jej istota) – jest krytycznej wagi dla gospodarki turystycznej. Zmiany przestrzeni obszaru turystycznego pociągają bowiem za sobą zmiany w atrakcyjności immanentnej i konkurencyjności jego produktów turystycznych: jednostkowych i terytorialnego i – konsekwentnie – samego obszaru turystycznego jako miejsca ich występowania.

Przez wzgląd na ich tempo, zmiany przestrzeni turystycznej mogą mieć w ich przyczynach oraz ich przebiegu charakter ewolucyjny bądź rewolucyjny.

¹⁸⁴ Por. rozdz. 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność.

¹⁸⁵ Kwestia zmian przestrzeni turystycznej na terytorialnym poziomie obszaru turystycznego w geograficznym ujęciu modelowym została omówiona w rozdz. 2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.

Pomijając czynnik rewolucyjny w postaci zjawisk wielkich kataklizmów przyrodniczych (np. trzęsienia ziemi, tsunami, powodzie, pożary itp.) czy antropogennych (katastrofy nuklearne, konflikty militarne i polityczne, epidemie itp.) najczęściej ma się do czynienia ze względnie spokojnym procesem ewolucji przestrzeni turystycznej realizującym się odpowiednio według scenariusza albo spontanicznego, albo zrationalizowanego.

Powolne zmiany ewolucyjne przestrzeni turystycznej są z zasady właściwością scenariusza spontanicznego. Zmiany szybsze należą do specyfiki scenariusza zrationalizowanego interwencją ekonomiki przestrzeni turystycznej. Zachodzą one w sytuacjach: albo zmian tej przestrzeni *ab ovo usque ad mala* (od początku do końca) kierowanych inżynierią ekonomiki przestrzeni turystycznej – tak jest w scenariuszu w całości jego okresu zrationalizowanym, albo jej zmian *ab ovo* (od początku) spontanicznych, ale następnie *usque ad mala* (aż do końca) kierowanych – tak jest w scenariuszu w początkowej jego części spontanicznym, a w jego dalszej części zrationalizowanym (scenariusz obecnie najpowszechniejszy).

Wysoka dynamika ewolucji przestrzeni turystycznej towarzyszy dwom etapom jej „życia”, a mianowicie:

- kreacji nowego fragmentu przestrzeni turystycznej. Tak się to dzieje w przypadku tworzenia obszarów recepcji turystów *ex nihilo* na fundamencie nowo tworzonych walorów turystycznych z ich atrakcjami (scenariusz w całości zrationalizowany: *ab ovo usque ad mala*). Przykłady:
 - parki tematyczne rozrywki i poznawcze,
 - miejscowości o funkcji turystycznej opartej na walorach emocjonalnych: incydentalnych lub okresowych wielkich wydarzeń kulturalnych (np. festiwale muzyki i kultury młodzieżowej), religijnych (np. światowe zloty wyznaniowe) i sportowych (jak np. olimpiady, mistrzostwa świata czy kontynentu),
 - nowe wypoczynkowe stacje turystyczne (kurorty) bez historycznego jądra osadniczego, jak np. stacje sportów zimowych z obszaru Alp (wg nomenklatury nauki francuskiej tzw. stacje zimowe IV generacji sytuowane przez wzgląd na całoroczne warunki śniegowe w bezpośrednim sąsiedztwie górskich lodowców) bądź częściowo z pierwotnym jądrem osadniczym. Do tych ostatnich należą stacje wypoczynku nadmorskiego w Hiszpanii i Francji (np. w śródziemnomorskiej, francuskiej strefie Languedoc-Roussillon) powstałe w l. 60-70 ubiegłego wieku na fundamencie zastanych walorów kąpieliskowych czy też stacje nadmorskie powstające na wyspach tropikalnych o całorocznych warunkach kąpielowych (np. stacje – wioski wakacyjne Club Méditerranée),
 - kształtowaniu istniejącej przestrzeni turystycznej w sytuacji wyposażania obszarów turystycznych z zastanymi *a priori* walorami tury-

stycznymi w nowe walory turystyczne oraz udoskonaloną ilościowo i jakościowo infrastrukturę turystyczną (scenariusz spontaniczno-zracjonalizowany). Przykłady takiego procesu są powszechne i związane z dynamicznym rozwojem, modernizacją i rewaloryzacją starych, często renomowanych światowych obszarów i stacji turystycznych (np. w regionach: Łazurowe Wybrzeże, Alpy, Sudety).

Zmiany przestrzeni turystycznej dotyczą jej jako całości, jej funkcjonalnych podprzestrzeni (obszarów emisji, kanałów tranzytowych, obszarów recepcji turystów) oraz jej składników na poziomie obszaru turystycznego: podażowych (walorów turystycznych z ich funkcjami – atrakcjami oraz infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi) i popytowych (turystów z ich potrzebami).

Zmiany przestrzeni obszaru turystycznego (obszaru recepcji turystów) mogą dotyczyć struktury (relacji przestrzennych) albo systemu (relacji funkcjonalnych) występujących w niej turystycznych elementów podażowych i popytowych. Stosowanie instrumentów ustalenia bilansu równowagi w przestrzeni turystycznej elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego opiera się na tezie, że obydwa rodzaje takich relacji pozostają w związku przyczynowo-skutkowym i sekwencyjnym.¹⁸⁶

W obserwowanym z perspektywy historycznej procesie spontanicznej (niezracjonalizowanej) ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego pierwotne zmiany jej struktury (np. poprzez spontaniczne turystyczne inwestycje budowlane) wywołują zmiany jej systemu. Dalej, proces toczy się w sekwencji przyczynowo – skutkowej naprzemiennej: zmiany systemu wymuszają kolejne zmiany struktury, takie zmiany struktury wymagają kolejnych zmian systemu etc.

W zracjonalizowanym planowaniu przestrzennym procesie ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego proces ewolucyjny wygląda inaczej. Przyjęty „na wyjściu” pożądaný stan systemu pociąga za sobą ustalenie jemu odpowiadającego stanu struktury (inaczej mówiąc: planowanie systemu poprzedza planowanie struktury i jest dla tego drugiego dyrektywne).

Z uwagi na ich charakter zmiany przestrzeni turystycznej i jej poszczególnych składników mogą być albo ilościowe, albo jakościowe.

Zmiany systemu i struktury, ilościowe i jakościowe określonej turystycznej podprzestrzeni: funkcjonalnej (emisji, kanałów tranzytowych, recepcji) i terytorialnej (region, obszar, miejsce) warunkowane są zespołem czynników leżących zarówno po stronie popytowej, jak i podażowej bilansu takiej podprzestrzeni¹⁸⁷.

Genetycznie, czynniki zmian podprzestrzeni recepcji są albo pozaturystyczne, albo turystyczne.

¹⁸⁶ Por. wprowadzenie do rozdziału 2.2.2.2.3.2. Teorie przestrzeni turystycznej oraz rozdz. 6.2. Instrumenty ustalenia bilansu równowagi w przestrzeni obszaru turystycznego.

¹⁸⁷ Zmienności przestrzeni turystycznej pod wpływem czynników: popytu turystycznego i podaży turystycznej poświęcone są ustępy rozdziałów 4 i 5 niniejszej pracy.

Czynniki pozaturystyczne znajdują swe źródło poza turystami i gospodarką turystyczną. Mają charakter naturogennych (odprzyrodniczych) albo antropogennych (odczłowiecznych).

Naturogenne czynniki kreacji i modelowania przestrzeni turystycznej skupiają się w działaniu sił przyrody. Przejawia się ono w procesach długotrwałych (sekularnych) oraz w obserwowalnych w horyzoncie czasu jednej generacji ludzkiej efektach zdarzeń katastrofalnych takich, jak kataklizmy przyrodnicze (trzęsienia ziemi, tsunami, erupcje wulkaniczne, powodzie, osuwiska itp.). Działanie czynników naturogennych dotyczy wszystkich podprzestrzeni funkcjonalnych przestrzeni turystycznej, ale szczególnie istotne jest w odniesieniu do podprzestrzeni recepcji turystów.

Katastrofalne działanie sił przyrody jest uwzględniane w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej co najwyżej w odniesieniu do jego zastanych rezultatów, jak i sprawdzalnych statystycznie jego prognoz. Odnosi się to np. do uwzględniania w planowaniu turystycznym sejsmiki, katastrofalnych wiatrów, powodzi itp. w kontekście ich wpływu na stan ilościowy i jakościowy walorów turystycznych oraz infrastruktury turystycznej i w projektowaniu zagospodarowania terenu turystycznych obiektów inwestycyjnych.

Antropogenne pozaturystyczne czynniki zmian przestrzeni turystycznej wywodzą się z następujących sfer działalności człowieka:

- negatywnej w skutkach, wszechstronnie opisanej w literaturze, gospodarczej i społecznej działalności dewastacyjnej; odnosi się to głównie do pogarszania i niszczenia stanu środowiska geograficznego (przyrodniczego i kulturowego), rozumianego jako genetyczne siedlisko znaczącej liczby rodzajów walorów turystycznych. W konsekwencji prowadzi to do pogarszania stanu i zaniku walorów turystycznych. Taka działalność człowieka manifestuje się głównie w podprzestrzeni recepcji turystów.
- pozytywnej w skutkach działalności kreującej i kształtującej przestrzeń turystyczną polegającej na pośrednim (ubocznym, często wprost niezamierzonym) tworzeniu nowych walorów turystycznych (opisany w tej pracy efekt nabytej walorystycznej funkcji obiektów infrastruktury paraturystycznej): technicznej (w tym transportowej) i egzystencjalnej (noclegowej, żywieniowej, towarzyszącej). Taka działalność człowieka ma miejsce we wszystkich funkcjonalnych podprzestrzeniach turystycznych: emisji, kanałów tranzytowych i recepcji turystów.
- stanów zagrożeń natury społecznej, politycznej, militarnej, terrorystycznej, religijnej i epidemiologicznej, takich jak: rozruchy społeczne i powiązany z tym stan wojenny; wojny o podłożu ekonomicznym, politycznym, społecznym (w tym: etnicznym) i religijnym; akty ter-

roryzmu o wieloprzyczynowych źródłach (etnicznych, religijnych, społeczno- ekonomicznych, politycznych), epidemie (w tym: pandemie).

Specyficznymi w swej genezie pośród antropogennych czynników zmian przestrzeni turystycznej są **czynniki turystyczne**, do których należą: turysta, ekonomika przestrzeni turystycznej i ekonomika usług turystycznych.

Turysta stanowi pozytywny czynnik kształtowania przestrzeni turystycznej wówczas, gdy:

- w podprzestrzeni emisji: człowiek podejmując decyzję o podróży z motywów turystycznych staje się turystą, uczestnicząc swoją obecnością w kreowaniu lub poszerzaniu arealu tej podprzestrzeni,
- w podprzestrzeni kanałów tranzytowych: przemieszczając się bierze on udział w spontanicznym tworzeniu poszerzających tę podprzestrzeń nowych kanałów tranzytowych,
- w podprzestrzeni recepcji: odkrywając pioniersko nowe, przyszłe obszary recepcji (obszary turystyczne) bierze udział w rozszerzaniu arealu tej podprzestrzeni.

Turysta jest negatywnym czynnikiem zmian każdej turystycznej podprzestrzeni funkcjonalnej wtedy, gdy jego obecność, sposób zachowania i funkcjonowania w tej podprzestrzeni urąga zasadom ekologicznej kultury obcowania ze środowiskiem geograficznym i kulturze zachowań społecznych¹⁸⁸. Może tak się dzieć zarówno w sytuacji pionierskich, nie zagospodarowanych turystycznie obszarów, jak i w warunkach obszarów turystycznych nawet najkorzystniej zaplanowanych i zainwestowanych turystycznie pod względem ilościowym, jakościowym i funkcjonalno-przestrzennym. Kultura środowiskowych i przestrzennych zachowań turystów okazuje się równie ważna w każdych warunkach, na każdym obszarze i w każdej fazie podróży turysty (w każdej turystycznej podprzestrzeni funkcjonalnej).

Ekonomika przestrzeni turystycznej jako czynnik zmian przestrzeni turystycznej

Wbrew głoszonym w nauce poglądom o krytycznym znaczeniu rozmaitych czynników zmian przestrzeni turystycznej w kierunku zaspokajania w niej potrzeb turystów, poglądom – nieraz egzotycznym – jak np. upatrują-

¹⁸⁸ Zachowanie się turysty w reakcji na bodźce wysyłane przez zastane przez niego środowisko geograficzne i społeczne to problem behawioryzmu. Metodologia behawiorystyczna może okazać się użyteczna jako metodyka możliwie obiektywnej oceny środowiska geograficznego i społecznego, w tym zwłaszcza walorów turystycznych pod kątem ich użyteczności w gospodarce turystycznej. Por. poświęcony racjonalnemu gospodarowaniu walorami turystycznymi rozdz. 5.2.3.3. Atrakcyjność i jej ocena.

cym w takiej roli samych li tylko turystów – nośników popytu turystycznego,¹⁸⁹ głównym czynnikiem kreowania i ewolucji materialnej i obiektywnej przestrzeni turystycznej jest gospodarka turystyczna, zrationalizowana w postaci ekonomiki przestrzeni turystycznej i ekonomiki usług turystycznych.

Teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej pojmowanej właśnie jako czynnik zrationalizowanych zmian – tworzenia i kształtowania wieloaspektowo najlepszej przestrzeni turystycznej poświęcona jest całość niniejszej pracy. Ukierunkowanej praktycznie domenie tej teorii – teorii inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – poświęcony jest szczególnie rozdział 6, którego zwieńczeniem jest normatywny model pożądanych zmian operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów: model jej zintegrowanego planowania i projektowania.

Ale, interwencja planistyczna i projektowa ekonomiki przestrzeni turystycznej może dotyczyć w określonym zakresie turystycznych: regionu, obszaru i miejsca także wówczas, gdy chodzi o planowanie i projektowanie transobszarowych i transregionalnych obiektów sieciowej inwestycji paraturystycznej z dziedziny infrastruktury technicznej, zwłaszcza transportowej. Wynika to z niezbędności takiej infrastruktury w gospodarce turystycznej dla funkcjonowania obiektów infrastruktury turystycznej.

Pozytywne oddziaływanie inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej na powstanie, kształt i funkcjonowanie przestrzeni turystycznej polega na tym, że uczestniczy ona intelektualnie (planistycznie i projektowo) w korzystnym dla człowieka przystosowaniu jej środowiska geograficznego do zaspokajania potrzeb turystów.

Negatywne oddziaływanie inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej na powstanie, kształt i funkcjonowanie przestrzeni turystycznej wynika z faktu, że rezultaty jej czynności nie zawsze bywają społecznie i ekonomicznie korzystne. Chodzi tu zwłaszcza o nieumiejętne, niekorzystne, a nawet szkodliwe rozstrzygnięcia planistyczne i projektowe. Błędy mogą prowadzić nie tylko do stworzenia niezadowalających warunków infrastrukturalnych do zaspokajania potrzeb turystów (i – konsekwentnie – świadczenia usług turystycznych), ale – co dużo gorsze – do degradacji, a nawet zaniku walorów turystycznych, tego egzystencjalnego – w krótkim i długim okresie – warunku powstania i rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

Narzędziem, które stosownie użyte może nie tylko zapobiegać takim błędom, ale skutecznie sprzyjać wieloaspektowej optymalizacji kreowanej

¹⁸⁹ Sami turyści – bez udziału albo z marginalnym udziałem innych czynników – mieliby kształtować przestrzeń turystyczną rozumianą albo jako byt materialny i obiektywny – tak jest np. u J.-M. Miosseca (1976, 1977) albo rozumianą jako byt zarazem materialny i obiektywny oraz niematerialny i subiektywny (tzw. „indywidualna przestrzeń turystyczna”) – jak to jest np. u B. Włodarczyka (2009).

i kształtowanej przestrzeni turystycznej jest zaproponowany w rozdz. 6.3 model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Ekonomika usług turystycznych jako czynnik kształtowania przestrzeni turystycznej

Należy pamiętać, że realizacja ogólnego miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego mającego prawną moc egzekucyjną i zawierającego włączone doń ustalenia planu turystycznego nie jest obligatoryjna. Plany mogą, ale nie muszą zostać zrealizowane, co zależy od decyzji inwestorów gotowych realizować – w zgodzie ze wskazaniem planu – turystyczne inwestycje budowlane. Zatem, sama idea – przestrzenny plan turystyczny w zmianie przestrzeni turystycznej uczestniczy pośrednio i warunkująco, i jej ani wprost, ani skutecznie nie zmienia. Dlatego, konieczne jest spełnienie jeszcze jednego warunku. Jest nim inwestycyjna interwencja ekonomiki usług turystycznych.

Inżynieria ekonomiki usług turystycznych bierze udział w chronologicznie drugiej – po planistycznej – inwestycyjnej fazie kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Jej interwencja dotyczy turystycznego obiektu inwestycyjnego (tworzonego waloru turystycznego lub obiektu infrastruktury turystycznej) i polega na jego realizacji zgodnie z ustaleniami miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego (albo – w systemie prawa polskiego i co jest nieszczęśliwe – z decyzją o warunkach zabudowy). To dopiero takie obiekty stwarzają w przestrzeni obszaru turystycznego materialne warunki do świadczenia w nich usług przez tę samą inżynierię ekonomiki usług turystycznych.

Gestorem turystycznych, budowlanych czynności inwestycyjnych w obszarze turystycznym jest zazwyczaj inwestor prywatny. Rzadziej – w odniesieniu do inwestycji ryzykownych w kategoriach rentowności ekonomicznej, a ważkich społecznie – aktor publiczno-prywatny. Podobny w swej genezie jest obsługujący takie inwestycje kapitał.

Kształtowanie podprzestrzeni emisji i kanałów tranzytu turystów poprzez inwestycje budowlane ma głównie charakter paraturystyczny i – co do zasady – nie leży w dziedzinie inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz inwestorów z branży ekonomiki usług turystycznych. Aktorami i gestorami tych procesów (jak np. budowy sieci i systemu transportowego) są podmioty publiczne (państwowe i samorządowe), bywa, że w pewnych przypadkach przy współudziale podmiotów prywatnych, również ze sfery ekonomiki usług turystycznych (partnerstwo publiczno-prywatne). Finansujący takie działania kapitał ma genetycznie i odpowiednio charakter kapitału publicznego (w przeważającej liczbie takich inwestycji) albo publiczno-prywatnego.

Podobnie, jak w przypadku inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, wpływ inżynierii ekonomiki usług turystycznych na stan przestrzeni turystycznej oraz warunków rozwojowych gospodarki turystycznej może mieć charakter wartościowo ambiwalentny.

Pozytywne oddziaływanie inżynierii ekonomiki usług turystycznych na przestrzeń turystyczną przejawia się w podejmowaniu i finansowaniu prowadzonych z projektowym udziałem inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej inwestycji infrastrukturalnych ze sfery organizacji podróży, transportowej, atrakcji walorów turystycznych (infrastruktury motywacyjnej) oraz egzystencjalnej. Takie działanie sektora usług turystycznych jako inwestora dynamizuje nie tylko samą ewolucję, ale – co ważniejsze – pożądaną rozwój przestrzeni turystycznej na poziomie miejscowym i konsekwentnie – turystycznych: obszaru i regionu, w których turystyczne obiekty inwestycyjne występują.

Pozytywne oddziaływanie sektora inżynierii ekonomiki usług turystycznych polega również na eksploatacji wprowadzonych przez nią samą do przestrzeni turystycznej obiektów infrastruktury turystycznej, eksploatację zgodną z racjonalnością ekonomiczną, w harmonii z etyką prowadzenia biznesu w kontekście odpowiedzialności za stan środowiska geograficznego – w tym walorów turystycznych – w długim okresie (dbałość o trwały rozwój gospodarki turystycznej obszaru).

Inżynieria ekonomiki usług turystycznych jest także czynnikiem negatywnych z punktu widzenia sozologicznego i długookresowej gospodarki turystycznej zmian przestrzeni turystycznej. Jest ona takim czynnikiem wówczas, gdy nadmierna względem progu tolerancji (progu chłonności turystycznej) presja gospodarki turystycznej na stan środowiska geograficznego – przede wszystkim skalą przyjmowanych turystów (pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej), skalą emisji zanieczyszczeń (powietrza, wód, gleb, hałasu) wobec braku lub niedostatku zabezpieczeń ekologicznych (oczyszczalnie ścieków, filtry dymów i wyziewów, ekrany akustyczne, bezpieczne składowiska odpadów itp.), pochopnymi ingerencjami w rzeźbę terenu, szatę roślinną, klimat, stosunki wodne – degraduje lub zupełnie niszczy środowisko geograficzne obszaru. Szczególnie dotyczy to tych jego elementów, które stanowią bytową przesłankę powstania, istnienia i rozwoju tej gospodarki turystycznej – walorów turystycznych.

4. Popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej

Podjmując rozważania nad popytem turystycznym w przestrzeni turystycznej należy przypomnieć tezę z Wprowadzenia do niniejszej pracy: metodologicznym, istotnym problemem ekonomiki przestrzeni turystycznej jest zharmonizowanie pojęciowe, adekwatne przełożenie kategorii ekonomicznych na kategorie przestrzenne – pojęć ekonomiki usług turystycznych na pojęcia ekonomiki przestrzeni turystycznej. Do takich pojęć należą: popyt turystyczny, podaż turystyczna oraz bilans ich równowagi.

Popyt turystyczny – strona ustalanego bilansu równowagi w przestrzeni turystycznej zostanie ukazany poprzez takie zagadnienia, jak: pojęcie turysty, potrzeby turysty i źródła ich zaspokojenia w elementach przestrzeni turystycznej, pojęcie i rola popytu turystycznego w ekonomice przestrzeni turystycznej, jego czynniki oraz jego diagnozowanie, prognozowanie, planowanie i projektowanie.

4.1. TURYSTA

W polskiej i światowej literaturze przedmiotu nazwy „turysta” i nazwy blisko etymologicznie z nią związane: „migracje turystyczne” i „turystyka” bywają stosowane w rozmaitych ich znaczeniach (wieloznaczność) – bywa, że w granicach jednej nazwy wzajemnie sprzecznych – albo to samo pojęcie oznaczane jest wieloma nazwami (synonimiczność). Staje się to przyczyną konfuzji i przeszkodą w naukowej dyskusji, także w teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej. Wymaga to uporządkowania.

Człowiek staje się podróżnym – *homo viator* – w przestrzeni geograficznej wówczas, gdy pewnych swoich potrzeb nie może zaspokoić w miejscu swego stałego zamieszkania. Staje się on specyficznym podróżnym – turystą, gdy takie niezaspokojone, popychające go do podróży potrzeby mają charakter turystyczny.

Szczegółnej wagi dla teorii i praktyki nauk turystycznych jest definicja samego pojęcia „turysta”. To turysta jest elementem centralnym, nadającym egzystencjalny i funkcjonalny sens (cel) całości gospodarki turystycznej. Jej

racją bytu jest przecież – jak tu już stwierdzono – tworzenie w przestrzeni turystycznej warunków materialnych: walorów oraz obiektów infrastruktury turystycznej i warunków organizacyjnych w postaci świadczenia usług turystycznych do możliwie najlepszego zaspokajania szerokiego spektrum rodzajowego potrzeb turysty. Taka przesłanka rodzi konieczność sformułowania definicji turysty wolnej od metodologicznych mankamentów jego definicji aktualnie stosowanych. Oto ona.

Turysta – to człowiek odbywający w swoim czasie wolnym od obowiązków, w okresie ciągłym, w zasadzie nie przekraczającym jednego roku, w warunkach swoich wolnych wyborów dwukierunkową podróż kanałem tranzytowym pomiędzy miejscem swego stałego zamieszkania (obszarem emisji) a obszarem recepcji (obszarem turystycznym) w celu zaspokojenia w tym ostatnim – w relacji z jego walorami turystycznymi – swoich nie mających znamion kryminalnych potrzeb motywowanych poznaniem, wypoczynkiem oraz specyficznymi emocjami (łącznie: tzw. turystycznych potrzeb motywacyjnych)¹⁹⁰.

Przedstawiona tutaj autorska (metodologicznie: projektująca) definicja turysty zasadza się na definiujących turystę cechach kryterialnych, które są rozmaicie ujmowane albo pomijane w obecnych w literaturze przedmiotu definicjach. Warto rozważyć krytycznie tę kwestię w sekwencji kryteriów definiujących turystę w przyjętej definicji.

Podróż w warunkach osobistej wolności turysty i z nią związanych: wolnego od obowiązków czasu oraz wolnych wyborów

Podróż turysty odbywa się w czasie, w którym pozostaje on wolny od obowiązków zawodowych czy służbowych takich, jak świadczenie pracy, prowadzenie badań naukowych, uczenie się (nauka), służba wojskowa czy jakichkolwiek innych. Czas podróży turysty jest więc domeną jego czasu wolnego.

Czas wolny od obowiązków jest zarazem czasem swobody turysty w wyborze warunków jego wykorzystania, w tym w odniesieniu do właściwości jego podróży: motywu (celu funkcjonalnego), celu przestrzennego, momentu wyjazdu i powrotu, długości okresu, kosztów itp. Inaczej, czas podróży turysty to czas wolny człowieka, w zasadzie – w granicach dyspozycyjnego budżetu wyjazdowego, prawa i etyki – wolnego w swoich wyborach.

¹⁹⁰ Motyw: 1. „czynnik wewnętrzny natury psychicznej i fizjologicznej, świadomy lub nieświadomy, skłaniający do działania, ukierunkowujący je na osiągnięcie określonego celu; pobudka, powód”. (*Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 1980), 2. „bodziec skłaniający do określonego działania” (*Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa).

Nie jest osobą wolną turysta wg powszechnie stosowanej definicji sformułowanej na użytek klasyfikacji statystycznej przez Światową Organizację Turystyczną ONZ (UNWTO): „Odwiedzający (w kontekście całości definicji – de facto turysta; uwaga S.S.) jest podróżnym podejmującym podróż poza jego zwykłe środowisko do głównego miejsca przeznaczenia na okres krótszy od roku, dla głównego celu (biznes, wypoczynek lub inny cel osobisty) innego aniżeli być zatrudnionym przez miejscowy podmiot w odwiedzanym kraju albo miejscu. Takie podróże podejmowane przez odwiedzających kwalifikują się jako podróże turystyczne. Turystyka odnosi się do aktywności odwiedzających”¹⁹¹.

Nie jest wolną w swoich wyborach związanych z jej podróżą turystyczną osoba podróżująca powodowana np. motywem biznesowym, służbowym¹⁹² lub „innym celem osobistym” (jakim?), z czym wiąże się konieczność jej respektu dla reżimu takiego motywu – obowiązku. Czyż wolnym w swoim wyborze motywu, celu przestrzennego, czasu, długości okresu, kosztów itp. jego podróży jest „turysta” delegowany (jak w przytoczonej definicji wg UNWTO – przez pracodawcę spoza kraju lub miejsca recepcji turysty) w podróż służbową w interesach lub na kongres naukowy?

Taki „turysta” nie tylko nie jest w tym wolny, ale jest wręcz zniewolony dyspozycją wyjazdową precyzującą za niego warunki podróży, pokrywającą wszelkie koszty związane z taką podróżą, a bywa – premiującą finansowo delegowaną służbowo osobę za osiągnięty przez nią w toku takiej podróży sukces biznesowy. Odmowa takiej podróży ze strony „turysty” – delegowanego pracownika może jemu grozić dolegliwymi konsekwencjami służbowymi, włącznie z utratą pracy a nawet prawnymi konsekwencjami karnymi (w przypadku poniesienia strat finansowych przez pracodawcę z tytułu odmowy wyjazdu służbowego np. w celu podpisania ważnego dla pracodawcy kontraktu biznesowego). Podobnie ma się sprawa z tzw. podróżami kongresowymi w celu udziału w kongresie, sympozjum naukowym itp. Czas podróży służbowej nie jest więc czasem wolnym pracownika, jest jego czasem pracy, czasem obowiązku, zatem osoba podróżująca w celach biznesowych i kongresowych nie jest osobą wolną w swoich wyborach – nie jest turystą.

Tym, co może zaciemniać pogląd na pozaturystyczną w motywach istotę podróży w celach biznesowych, służbowych czy kongresowych jest zjawisko

¹⁹¹ *A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors.* UNWTO, 2010, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, New York, s. 10, punkt 2.9. Tłumaczenie na j. polski autora S.S.

¹⁹² Wg statystyki UNWTO, w roku 2016 „turystyczne” podróże z motywem służbowym i zawodowym stanowiły aż 13% ogółu zagranicznych podróży turystycznych (UNWTO, 2017, *Tourism Highlights*, 2017, edycja internetowa, s. 4).

z nimi związane, wynikające z potrzeby uatrakcyjnienia programu takich podróży. Polega ono na włączaniu do ich programu elementów zaspokajających również motywowane turystycznie: poznawcze, wypoczynkowe i emocjonalne potrzeby uczestników tych pozaturystycznych w swej istocie podróży. Daje to gestorom gospodarki turystycznej: touroperatorom, zarządzającym biurami podróży oraz infrastrukturą turystyczną asumpt do sprzedaży swego produktu turystycznego oferowanego akcesoryjnie względem głównego, pozaturystycznego produktu związanego z obsługą takich podróży. Nie zmienia to faktu, że pomimo „akcentów turystycznych” podróży w celach biznesowych, służbowych czy kongresowych pozostaje w swej genetycznej, misyjnej istocie podróżą o motywach pozaturystycznych i za turystyczną – podobnie jak osoba w niej uczestnicząca za turystę – nie może być uznana.

Podróż w okresie ciągłym w zasadzie nieprzekraczającym jednego roku

Jak to stwierdzono, bycie turystą to tylko efemeryczny stan człowieka opuszczającego miejsce swego stałego zamieszkania, ale tylko na okres zaspokajania jego turystycznych potrzeb motywacyjnych i doń powracającego. Autor przyjął za przedstawioną definicję turysty (odwiedzającego) wg UNWTO roczny okres graniczny trwania podróży turysty. Wobec pojawiającego się nowego zjawiska w tym zakresie konieczna jest jednak następująca uwaga.

W krajach zamożnych, statystycznie znacząca jest i ciągle wzrasta liczba „chronicznych turystów” wywodzących się najczęściej ze społecznej warstwy ludzi zamożnych (żyjących wg modelu *dolce far niente*) oraz emerytów wyłamujących się formalnie poza kryterialny w definicji turysty roczny limit okresu podróży turysty, których podróży w swej istocie turystyczna trwa nieprzerwanie kilka albo kilkanaście lat.

Podróż w celu zaspokojenia potrzeb motywowanych poznaniem, wypoczynkiem i specyficznymi emocjami

Cytowana definicja turystyki wg UNWTO twierdząc, że „odwiedzający jest podróżnym (...), dla głównego celu (biznes, wypoczynek lub inny cel osobisty)...innego aniżeli być zatrudnionym przez miejscowy podmiot w odwiedzonym kraju albo miejscu” czyni pojęcie turysty pojemnym, utożsamiając turystę niemal z pojęciem „każda osoba podróżująca w każdym celu”.

Tym, co jednoznacznie wyróżnia turystę spośród ogółu podróżujących osób są specyficzne potrzeby – motywy (turystyczne potrzeby motywacyjne), do których należą potrzeby: poznania, wypoczynku i emocji.

Jeśli skoncentrować uwagę na motywach podróży osób uznanych za turystów, to definicja UNWTO z jednej strony rozszerza zakres zbioru de-

sygnałów nazwy „turysta”, a z drugiej – „nie dostrzega” w populacji turystów osób podróżujących z pozostałych poza wypoczynkiem turystycznych motywów: poznania i emocji¹⁹³. Stosowanie definicji „turysty” wg UNWTO prowadzi więc do fałszywego, zdeformowanego liczbą milionów podróżujących w ogóle osób, zawyżonego ilościowo obrazu statystycznego migracji turystycznych. Wydaje się, że powodem tak błędnej, wewnętrznie sprzecznej definicji turysty jest czynnik przyjętej metody statystycznej. Na razie, nierozwiązalnym problemem z punktu widzenia metodyki statystyki ruchu podróznego, krajowego i międzynarodowego jest bowiem wyekstrahowanie podróży o motywach *stricte* turystycznych spośród ogółu podróży odbywanych w bardzo rozmaitych celach.

Podróż w celu zaspokojenia – w relacji z walorami turystycznymi obszaru turystycznego – potrzeb motywacyjnych turysty

Możliwe są podróże, gdzie osoba podróznego zaspokaja w miejscu recepcji pełen pakiet swoich potrzeb motywujących go do takiej podróży: wypoczynkowych, poznawczych i emocjonalnych nie opuszczając swego pokoju hotelowego i korzystając z obecnych w nim urządzeń telekomunikacji.

Zaspokaja ona nie opuszczając hotelu wymienione swoje potrzeby poprzez takie czynności, jak np. „podróżowanie” w Internecie i śledzenie krajoznawczych programów telewizji („wirtualne podróże krajoznawcze” – zaspokajanie potrzeby poznawczej), rozwiązywanie krzyżówek i długi sen (zaspokajanie potrzeby wypoczynku), oglądanie transmisji wydarzeń kulturalnych, religijnych i sportowych (zaspokajanie potrzeb emocjonalnych).

Taka osoba znalazła więc zaspokojenie swoich turystycznych potrzeb motywacyjnych w podróży formalnie turystycznej, ale bez kontaktu z lokalnymi walorami turystycznymi miejsca recepcji. Mogła zatem ona w tym samym stopniu zaspokoić takie swoje potrzeby nie opuszczając miejsca swego stałego zamieszkania, nie odbywając zbędnej w tych okolicznościach podróży. Czy taka osoba jest turystą?

Podróż turysty ma dwa zasadnicze rodzaje celów: cel funkcjonalny oraz cel przestrzenny.

Celem funkcjonalnym podróży turysty jest zaspokojenie jego potrzeb motywacyjnych mogące nastąpić tylko i wyłącznie w walorach turystycznych i utworzonych na nich atrakcjach (użytecznych dla turysty funkcjach walo-

¹⁹³ Światowa struktura zagranicznych podróży turystycznych wg kryterium motywu wyjazdu w 2016 r. była następująca (w % ogółu podróży): wypoczynek i poznanie – 53, emocje: wizyty u rodziny i przyjaciół, kultura, religia, sport oraz lecnictwo – 27, biznes i sprawy zawodowe – 13, podróże bez określonego motywu – 7, UNWTO, 2017, s. 4.

row). Służy temu świadczenie stosownych usług w obiektach motywacyjnej infrastruktury turystycznej¹⁹⁴.

Celem przestrzennym podróży turysty jest niemobilny adres geograficzny występowania zaspokajających takie potrzeby walorów i atrakcji turystycznych. Jest nim obszar turystyczny (miejscowość turystyczna).

Jest więc oczywistym i zasadniczym twierdzenie, że nie ma podróży turystycznej bez relacji turysty z walorami turystycznymi *in situ*. Stąd, tak jak podróż osoby z przytoczonego przykładu odbyta w świadomej jej izolacji od miejscowo występujących walorów turystycznych – pomimo tego, że faktycznie w jej toku zaspokaja ona swoje motywy formalnie turystyczne (poznanie, wypoczynek, emocje) – nie jest *sensu stricto* podróżą turystyczną, tak i sama osoba zaspokajająca w taki sposób swoje potrzeby, pomimo użytego w tym celu instrumentu podróży, nie jest turystą.

Z podobnego powodu nie można również uznać za turystyczne – jak to się opacznie czyni – podróże człowieka określane mianem *vacilando* (hiszp.)¹⁹⁵. Ich istotą i wartością jest samo w sobie podróżowanie (przemieszczanie się) bez określonego motywu turystycznego znajdującego zaspokojenie w jakimś walorze turystycznym mającym adres w przestrzeni turystycznej. Osoba podróżująca wg takiego pozaturystycznego motywu, bez celowej relacji z „zakotwiczonymi” w przestrzeni turystycznej walorami turystycznymi nie może więc być uznana za turystę.

Podróż w celu zaspokojenia turystycznych potrzeb motywacyjnych nie mających znamion kryminalnych

Pośród kwestii niepokojących w naukowej literaturze turystycznej pojawia się czynienie przedmiotem badań turystycznych specyficznych podróży człowieka, podróży o motywach społecznych: kryminalnych i nieetycznych.

¹⁹⁴ Por. rozdz. 5.3.1.3. Infrastruktura motywacyjna.

¹⁹⁵ *Vacilando* – hiszp. imiesłów przysłówkowy współczesny od czasownika *vacilar* w rozumieniu: „poruszając się bez stałego celu”. Jest terminem na oznaczenie aktu włóczęgostwa, gdzie samo doświadczenie podróży – przemieszczania się jest ważniejsze aniżeli osiągnięcie jakiegoś innego celu funkcjonalnego (zaspokojenie jakiejś innej potrzeby) lub przestrzennego. Na marginesie: swoją misją, bezcelowością, beztroską i oszczędnością angażowanych przez podróżującego środków finansowych oraz infrastrukturalnych i usług turystycznych w takim modelu podróżowania, naiwnie pojętym nastawieniem pacyfistycznym podróżującego wobec napotykanym po drodze osób i społeczności (motto ang. *make love, not war*) oraz respektem dla wartości ekologicznych *vacilando* wpisywało się idealnie w hippisowską ideologię lewicowej kontrkultury liberalnej, tego pacyfistycznego i anarchizującego młodzieżowego ruchu społecznego świata zachodniego, głównie USA lat 60-70. XX w. *Vacilando* stanowiło modny, popularny i częsty motyw literatury i filmów fabularnych epoki *hippies* (tzw. literatura i filmy drogi).

Misją nauki i gospodarki jest służba człowiekowi, możliwie najlepszy udział w zaspokajaniu jego potrzeb. Są jednak granice takiej służby. Działalność naukowa i gospodarcza nie może służyć, sprzyjać zaspokajaniu potrzeb człowieka mających znamiona potrzeb ocenianych jako społeczne, kryminalne i nieetyczne. Nie chodzi tutaj – co do zasady – o swoistą cenzurę wolności wyboru problematyki badań naukowych i swobody gospodarowania, ale o obiektywny interes osobniczy i społeczny, na którego szkodę nauka i gospodarka – w zgodzie ze swoją misją – działać nie powinny.

Nie można więc podróży z motywem kryminalnym zwać podróżą turystyczną pomimo faktu, że podróż z takiego motywu może formalnie wypełniać literalnie wszystkie inne kryteria definicyjne podróży turysty, w tym zwłaszcza zaspokajać – chociaż w sposób paradoksalny i perwersyjny – potrzeby poznawcze, wypoczynkowe czy emocjonalne takiej podróżującej osoby. Jest bowiem możliwe, że podróż w celu zaspokojenia potrzeby patologicznej: np. potrzeby seksualnej (pedofilii, prostytucji itp. obejmowanych w tych przypadkach łącznie nazwą tzw. turystyki seksualnej a. erotycznej), potrzeby kradzieży, morderstwa, rozboju czy terroru podróżującą w takich celach osobę przy okazji czegoś uczy, pozwala jej w swoisty sposób wypocząć czy przeżyć emocje w swym charakterze zarazem krajobrazowe, sportowe, kulturalne, a nawet religijne.

Z przedstawionych racji jest nieuzasadnione metodologicznie, aby podróż odbywaną z motywów kryminalnych zwać podróżą turystyczną (np. tzw. turystyką seksualną), podróżującą w takich celach osobę zwać turystą, a tak motywowaną osobę i podróż czynić przedmiotem turystycznych badań naukowych i gospodarki turystycznej (w tym ekonomiki przestrzeni turystycznej i ekonomiki usług turystycznych).

W związku z powyższym można podejrzewać, że wcale nie jednostkowe zainteresowanie badaczy nauk turystycznych np. tzw. turystyką seksualną może wynikać ze skłonności i emocji kryminalnych (w tym przypadku o charakterze erotycznym) samych autorów takich badań i publikacji, bądź z potrzeby cynicznego szukania przez nich łatwej, atrakcyjnej medialnie (np. sex!) sensacji stanowiącej instrument marketingowej kompensacji własnej – często miernej – działalności naukowej. Jak bowiem wykazano, racji naukowej i społecznej ku temu nie ma żadnej.

Z drugiej strony należy wyraźnie stwierdzić, że problem podróży z motywem kryminalnym bądź etycznie wątpliwym realnie istnieje i jest wieloaspektowo ważki, a jako taki stanowi i powinien stanowić przedmiot dociekań naukowych np. z pozycji geografii podróży i nauk społecznych: socjologii, psychologii, prawa (zwłaszcza kryminalistyki), nauk politycznych i ekonomicznych (wszak to swoisty „brudny”, ale biznes), ale na pewno nie nauk o turystyce.

Migracje turystyczne, ruch turystyczny – nazwy synonimiczne oznaczające skoncentrowane w przestrzeni i czasie, indywidualne lub zorganizowane podróże (przemieszczanie się) turystów.

Nazwa „turystyka” (turyzm) bywa stosowana wieloznacznie, w odniesieniu do rozmaitej natury pojęć, takich jak np. migracje turystyczne (ruch turystyczny, podróże turystyczne), frekwencja turystyczna (zbiór obecnych w danym miejscu i czasie turystów), gospodarka turystyczna (gospodarka zorientowana na produkcję, dystrybucję i konsumpcję usług turystycznych). Autor proponuje następującą definicję.

Turystyka (turyzm) – to zespół różnorodnych w charakterze zjawisk społecznych, gospodarczych, przyrodniczych i przestrzennych zogniskowanych wokół turysty i jego podróży¹⁹⁶.

W kontekście przedstawionych definicji, przymiotnik „**turystyczny**” może być pojmowany jako odnoszący się do turysty w rozmaitych jego uwikłaniach funkcjonalnych (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych, egzystencjalnych), bądź do turystyki (turyzmu) jako zespołu rozmaitej natury zjawisk nauki i praktyki wokół turysty skupionych (np. naukowych, społecznych, psychologicznych, gospodarczych, ekologicznych itp.).

4.2. POTRZEBY TURYSTY ORAZ ŹRÓDŁA ICH ZASPOKOJENIA W PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Potrzeby turysty – to potrzeby towarzyszące turyście w związku z jego podróżą. Asystują one turyście w każdej fazie jego podróży (przygotowania do podróży, dojazdu, pobytu, powrotu) i w każdej odwiedzanej przezeń funkcjonalnej podprzestrzeni turystycznej (emisji, kanałów tranzytowych, recepcji turystów).

Uniwersalne, bez odniesienia do konkretnego fragmentu podprzestrzeni recepcji potrzeby turysty warunkowane są czynnikami związanymi z jego właściwościami osobowymi: płcią, wiekiem, stanem zdrowia, statusem aktywności zawodowej, wykonywanym zawodem, posiadanym majątkiem, rocznym dochodem (indywidualnym i rodzinnym), wykształceniem, zainteresowaniami, kulturą osobistą, stylem życia, hobby, podatnością na presję mody, potrzebą demonstracji pozycji społecznej i marketingowej autopromo-

¹⁹⁶ Według *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (UNWTO, s. 10): „turystyka odnosi się do aktywności osób odwiedzających”, którą to aktywność można rozpatrywać z bardzo różnych perspektyw.

cji, snobizmem itd. Adresowane do obszaru turystycznego potrzeby turysty znajdują zaspokojenie w podaży turystycznej tego obszaru.

By przypomnieć, emanacją (reprezentacją) w przestrzeni turystycznej podaży turystycznej rozumianej w ekonomice przestrzeni turystycznej jako terytorialne świadczenie turystyczne obszaru obejmujące świadczenie ze strony walorów turystycznych oraz zespół usług turystycznych – terytorialny produkt turystyczny (a więc pojętej szerzej aniżeli jest to w ekonomice usług turystycznych, gdzie podaż turystyczna to tylko oferowany na rynku zespół usług turystycznych) są występujące w tej przestrzeni elementy: w przypadku świadczenia ze strony walorów turystycznych – walory turystyczne z ich funkcjami (atrakcjami), w przypadku usług turystycznych – sprzężone z nimi funkcjonalnie obiekty infrastruktury turystycznej.

Obecne w przestrzeni turystycznej elementy reprezentujące źródła zaspokojenia potrzeb turysty są szeroko omówione w specjalnie im poświęconym rozdziale 5. Podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej.

Potrzeby turysty obejmują ich cztery grupy funkcjonalne, a mianowicie potrzeby: organizacji podróży, transportowe, motywacyjne i egzystencjalne. Zostaną one przedstawione poprzez ich definicje oraz wymienienie głównych źródeł ich zaspokojenia w występujących w przestrzeni turystycznej elementach.

Potrzeby organizacji podróży – to potrzeby organizacyjne turysty związane z wielostronnym przygotowaniem i przebiegiem jego podróży.

Potrzeby transportowe – to potrzeby związane z koniecznością przemieszczania się pomiędzy miejscem jego stałego zamieszkania a miejscem – celem przestrzennym jego podróży turystycznej, a ponadto w obrębie regionu lub obszaru recepcji, w którym ów cel jest położony.

Potrzeby motywacyjne – to potrzeby związane z zaspokojeniem motywu (celu funkcjonalnego) jego podróży. Tworzą je trzy zróżnicowane w motywach funkcjonalne rodzaje potrzeb: poznania, wypoczynku i emocji (krajobrazowych, kulturalnych, religijnych, związanych z rywalizacją – sportowych i hazardowych¹⁹⁷ oraz specyficznej więzi społecznej: rodzinnej, przyjacielskiej, koleżeńskiej, korporacyjnej, patriotycznej, etnicznej, regionalnej itp.).

Część potrzeb motywacyjnych może występować w wariantach popularnym albo specjalistycznym – w postaci „niszowej” jako właściwość ograniczonej części turystów zaspokajających określoną potrzebę motywacyjną. Wymaga ona od turysty specjalistycznej wiedzy bądź umiejętności nieraz potwierdzonych certyfikatami, jak patent żeglarza, licencja pilota, karta myśli-

¹⁹⁷ Rywalizacja w sporcie dotyczy relacji: człowiek – człowiek, w hazardzie: człowiek – los (przypadek).

wego czy wędkarza itp.¹⁹⁸ Wówczas określa się te potrzeby mianem potrzeb zaspokojenia specyficznych zamiłowań o orientacji poznawczej, wypoczynkowej bądź emocjonalnej.

Pośród potrzeb turystów, potrzeby motywacyjne odgrywają rolę szczególną. To właśnie one:

- „czynią z człowieka turystę” i uczestniczą w tworzeniu populacji turystów¹⁹⁹. Z uwagi na efemeryczność (okresowość) zaspokajania turystycznych potrzeb motywacyjnych w cyklu życia człowieka, bycie turystą to również tylko efemeryczny stan człowieka. Inaczej rzecz ujmując, właściwość „turysta” nie jest atrybutem człowieka. To jego cecha akcydentalna.
- stanowią najbardziej urozmaiconą rodzajowo i najbardziej innowacyjną funkcjonalną grupę potrzeb turysty,
- spoczywają u genezy gospodarki turystycznej, nadając jej inicjalny sens. Celem gospodarki turystycznej jest zaspokajanie pełnego spektrum potrzeb turysty, ale inne potrzeby turystów (organizacji podróży, transportowe i egzystencjalne) nie mają racji bytu bez uprzedniego pojawienia się potrzeb motywacyjnych nadających im sens istnienia, „powołujących je do życia”. Z tytułu takiej ich roli, potrzeby motywacyjne można uznać za turystyczne potrzeby konstytutywne (stanowiące) w szerokim tego zakresie znaczeniowym. W takim kontekście, pozostałe grupy potrzeb turysty, których spełnienie warunkuje zaspokojenie motywacyjnych potrzeb turysty można nazwać turystycznymi potrzebami warunkującymi²⁰⁰,

¹⁹⁸ Przykład: potrzeby wypoczynkowe zaspokajane w funkcjach (atrakcjach) waloru turystycznego „jezioro”. Potrzebą wypoczynkową w wariacie popularnym jest potrzeba kąpiei wodnych i słonecznych. Potrzebami wypoczynkowymi w wariacie specjalistycznym są potrzeby np. wędkarstwa i rekreacyjnych sportów wodnych: nurkowania, żeglarstwa, kajakarstwa, wioślarstwa, windsurfingu, kitesurfingu, bojerów itp.

¹⁹⁹ Potrzeby organizacji podróży, egzystencjalne i transportowe człowieka nie są czymś, co skłania człowieka do odbycia podróży turystycznej. Nie czynią one z niego turysty. Turysta nie znajduje np. w biurze turystycznym, hotelu, restauracji czy samolocie zaspokojenia swoich turystycznych potrzeb motywacyjnych. Może tak się zdarzyć jedynie wówczas, gdy obiekt infrastruktury jest zarazem – przez wzgląd na swoje specyficzne, najczęściej nabyte z czasem właściwości – walorem turystycznym z przynależnymi jemu atrakcjami i stąd ma potencjał do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty (można wówczas mówić o tzw. walorystycznej funkcji obiektów infrastruktury turystycznej). Jest tak w sytuacji, gdy – przykładowo – hotel nabył charakter zabytkowy, jest oryginalny architektonicznie, posiada wyjątkową historię związaną z wydarzeniem historycznym, odwiedzinami słynnych klientów – postaci historii, kultury, polityki, sztuki, sportu itp. Jako walor turystyczny zaspokaja on potrzeby motywacyjne turysty: poznawcze i emocjonalne ze sfery kultury. Znane są liczne przykłady obiektów łączących funkcje infrastruktury turystycznej i walorów turystycznych (hotele, restauracje, dworce kolejowe, mosty, wiadukty, zabytkowe stacje metro, obiekty infrastruktury uzdrowiskowej i casino itp.).

²⁰⁰ Zaspokojenie motywacyjnej potrzeby wypoczynku wymaga jako swego warunku równoczesnego zaspokojenia potrzeb: organizacji podróży, transportowej, noclegowej, żywieniowej i towarzyszących.

- dynamizują bezpośrednio i pośrednio ekspansję terytorialną wszystkich funkcjonalnych podprzestrzeni turystycznych, głównie i bezpośrednio podprzestrzeni recepcji,
- dają rację do tworzenia na walorach o określonym profilu motywacyjnym (poznawczym, wypoczynkowym, emocjonalnym) i na ich atrakcjach (funkcjach) obiektów stosownej infrastruktury tych atrakcji oraz świadczonych w nich usług turystycznych²⁰¹,
- swoją funkcjonalną specyfiką prowadzącą do zaspokojenia w stosownych motywacyjnie, immobilnych przestrzennie walorach turystycznych oraz ich atrakcjach kierują ku obszarom ich występowania
 - regionom, obszarom i miejscom – potoki migracyjne odpowiednio sprofilowanych motywacyjnie turystów.

Potrzeby egzystencjalne (bytowe) – to potrzeby związane z egzystencją (bytowaniem) turysty podczas jego podróży. Wśród nich wyróżnia się egzystencjalne potrzeby podstawowe i towarzyszące. Podstawowymi potrzebami egzystencjalnymi turysty są potrzeby noclegu i wyżywienia. Do towarzyszących potrzeb egzystencjalnych turysty zalicza się takie, jak potrzeba bezpieczeństwa (zabezpieczenia szlaków turystycznych, ubezpieczenia finansowego, ochrony zdrowia i życia w toku podróży, ochrony bezpieczeństwa publicznego), higieny, dbałości o zdrowie i urodę, sportu rekreacyjnego, rozrywki, kultury itp.

W ujęciu modelowym (upraszczającym), funkcjonalne grupy potrzeb turysty występują i znajdują swoje zaspokojenie odpowiednio:

- w funkcjonalnych typach podprzestrzeni turystycznej:
 - potrzeby organizacji podróży: głównie w podprzestrzeni emisji (oraz w sytuacji tzw. *e-tourism* – w niematerialnej przestrzeni komunikacji elektronicznej²⁰²)
 - potrzeby motywacyjne: jedynie w podprzestrzeni recepcji,
 - potrzeby egzystencjalne i transportowe: we wszystkich podprzestrzeniach funkcjonalnych (emisji, kanałów tranzytowych, recepcji turystów).

²⁰¹ Obserwuje się sukcesywną i konsekwentną „przechodność” rodzaju motywu na poszczególnych etapach jego „wędrowki” poprzez fazy procesu podróży turysty. W przypadku np. motywu „kąpiele wodne” sekwencja jest następująca: motyw potrzeby (kąpiele wodne) – motyw podróży (kąpiele wodne) – motyw (funkcja) waloru turystycznego i jego atrakcji (kąpiele wodne) – motyw funkcji infrastruktury atrakcji waloru turystycznego (kąpiele wodne) – motyw funkcjonalny usługi turystycznej świadczonej w obiekcie infrastruktury atrakcji waloru turystycznego (kąpiele wodne).

²⁰² Kwestia tzw. *e-tourism* powraca w rozdz. 5.3.1.1. Infrastruktura organizacji podróży.

- w terytorialnym świadczeniu turystycznym złożonym z występujących w przestrzeni obszaru turystycznego elementach, na które składają się: materialne i niematerialne walory turystyczne z ich atrakcjami oraz niematerialne usługi turystyczne reprezentowane w tej przestrzeni przez materialne obiekty infrastruktury turystycznej. Określony funkcjonalny typ potrzeb turysty znajduje zaspokojenie w takich elementach, jak odpowiednio:
 - potrzeby organizacji podróży: w usługach organizacji podróży świadczonych w obiektach turystycznej i paraturystycznej infrastruktury organizacji podróży,
 - potrzeby transportowe: w usługach transportowych świadczonych w obiektach turystycznej i paraturystycznej infrastruktury transportowej,
 - potrzeby motywacyjne (poznawcze, wypoczynkowe i emocjonalne):
 - wprost w turystycznych walorach poznawczych, wypoczynkowych i emocjonalnych w tej ich części, na której nie są świadczone turystyczne usługi motywacyjne z racji braku wyposażenia atrakcji tych walorów w obiekty turystycznej infrastruktury motywacyjnej²⁰³ oraz
 - w turystycznych usługach motywacyjnych świadczonych w obiektach turystycznej infrastruktury motywacyjnej urządzonych na atrakcjach walorów z tych grup motywacyjnych²⁰⁴,
 - potrzeby egzystencjalne: w usługach egzystencjalnych świadczonych w obiektach turystycznej i paraturystycznej infrastruktury egzystencjalnej (noclegowej, żywieniowej i towarzyszącej).

²⁰³ Dotyczy to części turystycznych walorów jednostkowych (np. jezioro, obiekt zabytkowy), a w zasadzie wszystkich turystycznych walorów zbiorowych, jak krajobraz w sensie estetycznym, klimat, ekosystem.

²⁰⁴ Kwestia zaspokajania turystycznych potrzeb motywacyjnych zarówno w walorach turystycznych, jak i w usługach turystycznych reprezentowanych w przestrzeni turystycznej przez obiekty turystycznej infrastruktury motywacyjnej, w których są one świadczone, powraca w dalszej części pracy, w poświęconym terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.1. Definicja.

W sprawie zaspokojenia emocjonalnych potrzeb turysty związanych z silnymi więziami społecznymi takimi, jak więzi rodzinne, przyjacielskie, koleżeńskie i korporacyjne warto zauważyć, że są to potrzeby zaspokajane poprzez odwiedziny u rodziny i przyjaciół lub spotkania: koleżeńskie i korporacyjne. Podobnie, jak w sytuacji innych emocjonalnych potrzeb turysty, zaspokojenie tych potrzeb następuje wprost w odpowiadających im niematerialnych walorach turystycznych występujących w danym obszarze turystycznym. Odpowiadające im obiekty infrastruktury turystycznej mają charakter paraturystyczny (są to np.: mieszkania, aule szkolne, pomieszczenia klubowe itp.). Z uwagi na to, że zaspokojenie takich potrzeb nie wymaga tworzenia w przestrzeni turystycznej *stricte* turystycznych w ich genezie warunków infrastrukturalnych, taka kwestia nie jest istotnym problemem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

4.3. DEFINICJA I ROLA POPYTU TURYSTYCZNEGO

W ekonomice usług turystycznych powszechnie przyjmowana jest definicja popytu sformułowana przez Hunzikera W. i Krapfa K. (1942), według której popyt turystyczny adresowany wobec określonego obszaru turystycznego i w określonym czasie (np. dzień, miesiąc, rok) jest „sumą dóbr turystycznych, usług i towarów, które turyści są skłonni nabyć przy określonym poziomie cen”²⁰⁵. Popyt turystyczny ma więc tutaj charakter potencjalny (jest zależny od „skłonności” turystów) i jest wyrażony w jednostkach fizycznych (rodzaj i ilość nabywanych sztuk dóbr, usług i towarów) lub pieniężnych (gdy sztuki przemnożyć stosownie przez ich ceny jednostkowe). Jak uzasadniono w tej pracy, pomijając mało znaczącą rolę dla gospodarki turystycznej obszaru towarów turystycznych z uwagi na ich względnie nikły wolumen wartościowy i częste ich eksterytorialne pochodzenie (import), **w rozumieniu ekonomiki usług turystycznych popyt turystyczny znajduje zaspokojenie w zespole usług turystycznych obszaru, tj. w jego terytorialnym produkcie turystycznym**²⁰⁶.

Popyt turystyczny w ujęciu ekonomiki przestrzeni turystycznej – to adresowany wobec określonego obszaru turystycznego i w określonym okresie, wyrażony liczbą turystów (aktualną, prognozowaną albo projektowaną) ogół ich potrzeb (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych).

W rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej, popyt turystyczny adresowany do określonego obszaru znajduje zaspokojenie w terytorialnym świadczeniu turystycznym, złożonym ze świadczeń wprost walorów turystycznych w tej ich części, jaka nie jest wyposażona w obiekty własnej infrastruktury motywacyjnej i – konsekwentnie – w świadczone w nich usługi motywacyjne oraz z terytorialnego produktu turystycznego tj. zespołu usług turystycznych świadczonych w obiektach infrastruktury turystycznej.

Wynika z powyższego, że **wolumen popytu turystycznego adresowanego do obszaru turystycznego w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej jest większy, aniżeli wolumen takiego popytu w rozumieniu ekonomiki usług turystycznych.** Różnicę stanowi wolumen popytu zaspokajanego w świadczeniu wprost walorów turystycznych w tej ich części, jaka

²⁰⁵ W. Hunziker, K. Krapf, 1942, *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, (polskie tłumaczenie definicji wg: *Tłumaczenia materiałów dotyczących statystyki ruchu turystycznego w różnych krajach*, Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki SGPiS, Warszawa, 1961, s. 17).

²⁰⁶ Stosowane w tym miejscu pojęcia: terytorialny produkt turystyczny i terytorialne świadczenie turystyczne są zdefiniowane i omówione jako kategorie właściwe pochodzeniowo sferze podaży turystycznej w poświęconym podaży turystycznej w przestrzeni turystycznej rozdz. 5.1. Definicje i wprowadzenie do problemu oraz w poświęconym terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.1. Definicja.

nie jest wyposażona w obiekty własnej infrastruktury motywacyjnej (i – konsekwentnie – w świadczone w nich usługi motywacyjne). Wyraża to formuła:

$$VPOPT (EPT) > VPOPT (EUT)$$

gdzie: VPOPT (EPT) – wolumen popytu turystycznego wg ekonomiki przestrzeni turystycznej;

VPOPT (EUT) – wolumen popytu turystycznego wg ekonomiki usług turystycznych.

Należy zważyć, że w przestrzeni turystycznej popytu nie reprezentują ani sami w swej liczbie turyści, ani same tylko ich potrzeby. Po pierwsze jest tak dlatego, że każdy turysta reprezentuje właściwy tylko jemu specyficzny rodzajowo oraz ilościowo zespół potrzeb. Po drugie – bo byt potrzeb turysty nie jest sam w sobie materialny. Są to byty idealne zależne od czynnika fizjologicznego lub wolicjonalnego (zależne od pragnień i woli turysty). Potrzeby turysty niejako materializują się wówczas, gdy związane są z ich nośnikiem, materialnym bytowo turystą (warto przypomnieć, że turysta rozumiany jako element materialnej przestrzeni turystycznej jest materialnym przedmiotem, rzeczą). W ten sposób, tylko potrzeby rozważane w związku z ich „nosicielem” – turystą stają się ilościowo mierzalne.

Miarą określonej funkcjonalnie potrzeby turystycznej (np. organizacji podróży, motywacyjnej, transportowej, egzystencjalnej) adresowanej do określonego fragmentu przestrzeni turystycznej jest liczba turystów reprezentujących taką potrzebę w jej aspektach: funkcjonalnym (rodzajowym, jakościowym, ilościowym, organizacyjnym), czasowym i przestrzennym.

Popyt turystyczny stanowi tutaj suma iloczynów: potrzeba razy (x) liczba korzystających z niej turystów. Ujmuje to formuła:

$$POPT = \sum_{i=1}^n P_i \times TP_i$$

gdzie: POPT = popyt turystyczny, P_i – potrzeba turysty „i” od potrzeby „1” do potrzeby „n”, TP_i – liczba turystów reprezentujących potrzebę „i” od potrzeby „1” do potrzeby „n”.

Popyt turystyczny można rozważać albo jako popyt jednostkowy, adresowany wobec występujących w danym turystycznym regionie lub obszarze poszczególnych świadczeń ze strony walorów turystycznych i usług turystycznych zaspokajających określony typ potrzeby turysty (organizacji

podróży, transportowa, motywacyjna, egzystencjalna) albo jako popyt syntetyczny adresowany ze strony turystów wobec terytorialnego świadczenia turystycznego (w ekonomice przestrzeni turystycznej), albo terytorialnego produktu turystycznego (w ekonomice usług turystycznych) takiej jednostki przestrzennej.

Rola popytu turystycznego w ekonomice turystycznej jest – obok podaży turystycznej – pryncypialna. To popyt turystyczny – turyści z ich potrzebami – nadaje sens, rację bytu mającej misję najlepszego zaspokojenia takich potrzeb ekonomice turystycznej, zarówno w jej aspekcie przestrzennym, jak też usługowym. To właśnie i wyłącznie dla zaspokojenia jego potrzeb kreuje i kształtuje się przestrzeń turystyczną oraz organizuje i zarządza usługami turystycznymi. Popyt turystyczny spełnia istotną rolę w ekonomice przestrzeni turystycznej również jako jej kategoria metodologiczna w ustaleniu bilansu równowagi w przestrzeni turystycznej, gdzie obok podaży turystycznej stanowi stronę takiego bilansu²⁰⁷.

Przez wzgląd na charakter i stopień jej udziału w kreacji i kształtowaniu popytu turystycznego adresowanego do określonej turystycznej jednostki terytorialnej, inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej łączy dwa podejścia o odpowiadających im instrumentach:

- podejście bierne (popyt leży poza kształtującymi kompetencjami inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej), którego instrumentami są diagnozowanie i prognozowanie²⁰⁸,
- podejście aktywne (popyt jest przedmiotem kreacji i kształtowania z udziałem instrumentów inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej). Jego instrumenty to planowanie i projektowanie.

Zatem, zgodnie z generalną zasadą, również w ekonomice przestrzeni turystycznej prognozuje się w odniesieniu do przedmiotów (zdarzeń, zjawisk) od jej wpływów niezależnych, planuje i projektuje – w odniesieniu do przedmiotów od jej wpływów zależnych. Diagnozę stosuje taka inżynieria w obydwu sytuacjach.

Zarówno w podejściach: biernym (diagnozowanie i prognozowanie), jak i aktywnym (planowanie i projektowanie) popyt określony w wyniku zastosowania takich instrumentów musi odzwierciedlać działanie pełni czynników o charakterze globalnym i lokalnym.

Popyt turystyczny na poziomie globalnym, jako „nieoperacyjny”, jest przedmiotem jedynie diagnozowania i prognozowania. Popyt turystyczny na

²⁰⁷ Por. rozdz. 6. Bilans równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej – fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

²⁰⁸ „Diagnoza – 2. ocena stanu czegoś przedstawiona na podstawie badań i analiz”. Prognoza – 1. przewidywanie przyszłych zjawisk lub zdarzeń.” *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa.

poziomie turystycznego regionu i obszaru jest przedmiotem diagnozowania, prognozowania, a głównie planowania. Popyt turystyczny na poziomie turystycznego obiektu inwestycyjnego jest przedmiotem diagnozowania, prognozowania i projektowania. Ich rezultatem jest projektowana pojemność lub przepustowość takiego obiektu.

Wzajemne podobieństwo prognozowania, planowania i projektowania sprowadza się do tego, że odnoszą się do zdarzeń i zjawisk w przyszłości (diagnoza dotyczy teraźniejszości). Zasadnicza różnica pomiędzy rezultatem planowania – planem a wynikiem prognozowania – prognozą, w odniesieniu do określonego składnika bilansowego przestrzeni turystycznej – turystycznych: popytu albo podaży, wynika z charakteru takiego rezultatu przez wzgląd na jego udział w kreowaniu i kształtowaniu przyszłego stanu takiego składnika.

Prognoza przedstawia tylko hipotetyczne, większe lub mniejsze, nie powodowane sprawczą interwencją prognozującej osoby prawdopodobieństwo zaistnienia w przyszłości takiego elementu lub jego określonych właściwości w przestrzeni turystycznej.

Plan, rozważany w odniesieniu do podaży turystycznej interweniuje sprawczo stwarzając potencjalne, gwarantowane sankcją prawną warunki do zaistnienia w przestrzeni turystycznej elementu o określonych jego właściwościach reprezentującego podaż turystyczną (tworzone: walor turystyczny albo obiekt infrastruktury turystycznej). Pojawienie się w takiej przestrzeni przewidzianego planem elementu warunkowane jest ponadto jego realizacją inwestycyjną.

Ważkim z racji respektu dla postulatu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru elementem planowania i projektowania adresowanego doń popytu turystycznego jest limitowanie jego wolumenu odpowiadającego limitowanemu wolumenowi podaży turystycznej (chłonności turystycznej w przypadku walorów turystycznych, pojemności i przepustowości w przypadku obiektów infrastruktury turystycznej i sprzężonego funkcjonalnie i przestrzennie z takimi obiektami wolumenu świadczonych w nich usług turystycznych). Ujmując rzecz lapidarnie: w racjonalnych rozwiązaniach planistycznych i projektowych wolumen popytu turystycznego jest limitowany uprzednio limitowanym wolumenem podaży turystycznej²⁰⁹.

²⁰⁹ Taki mechanizm limitowania popytu turystycznego i podaży turystycznej jest wmontowany w przedstawiony w rozdz. 6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

4.4. CZYNNIKI POPYTU TURYSTYCZNEGO

Adresowany do danego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów popyt turystyczny jest wynikiem działania pospołu trzech genetycznie warunkowanych grup czynników:

- globalnych (uniwersalnych),
- lokalnych, mających swe źródło w skoordynowanych czynnościach ekonomiki turystycznej (przestrzeni i usług) ukierunkowanych na tworzenie (poprzez planowanie i projektowanie przestrzeni turystycznej; wprowadzanie do niej nowych walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej oraz usług turystycznych) i *marketing mix* lokalnych produktów turystycznych: jednostkowych i terytorialnego,
- indywidualnej decyzji turysty o wyborze przestrzennego celu jego podróży, uwzględniającej wśród kryteriów oceny konkurencyjności podobnych terytorialnych produktów turystycznych znane mu globalne (np. moda) i lokalne czynniki kształtowania takiego popytu (głównie walory turystyczne z ich atrakcjami, obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich w określonej jakości i po określonych cenach usługach turystycznych)²¹⁰.

4.5. DIAGNOZOWANIE I PROGNOZOWANIE

Stan adresowanego do określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów popytu turystycznego złożonego z turystów z ich potrzebami charakteryzuje się poprzez jego aspekty: rodzajowy, jakościowy, ilościowy oraz kierunek i dynamikę jego zmienności w czasie.

Określeniu stanu popytu turystycznego dla danego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów i w danym momencie służy diagnozowanie.

Do określenia przyszłych stanów popytu turystycznego dla danego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów i w danym momencie ma zastosowanie prognozowanie. Prognozowanie jest zagadnieniem bardziej złożonym aniżeli diagnozowanie, stąd wymaga szerszego wprowadzenia metodologicznego.

Prognozowanie może być irracjonalne albo racjonalne. Prognozowanie irracjonalne to twierdzenie o przyszłym zdarzeniu lub zjawisku w sytuacji

²¹⁰ Finalnie, to nie same w sobie globalne i lokalne czynniki kreacji popytu turystycznego, a uwzględniająca je decyzja turysty o wyborze określonego terytorialnego produktu turystycznego i – konsekwentnie – miejsca jego występowania stającego się przestrzennym celem podróży turysty jest źródłem realnego popytu turystycznego adresowanego do określonego miejsca czy obszaru turystycznego.

braku przesłanek albo w sytuacji ich istnienia, ale gdy zachodzi brak logicznego związku pomiędzy przesłankami a wnioskiem. Takie prognozowanie to wróżenie.

Prognozowanie racjonalne rozumiane jest jako wnioskowanie logiczne o zdarzeniach i zjawiskach, jakie miałyby nastąpić w przyszłości na podstawie – co jest jego warunkiem – przesłanek, jakimi jest stwierdzona ewolucja ich stanu (uporządkowany w czasie ciąg stanów) od przeszłości ku teraźniejszości. Takie prognozowanie, to ekstrapolacja trendu²¹¹. Prognozowanie racjonalne może być zdroworozsądkowe – z doświadczenia, albo naukowe – z zastosowania metody naukowej.

Prognozowanie naukowe oparte jest na wnioskowaniu uprawdopodobniającym, gdzie zaistnienie w przyszłości zdarzenia lub zjawiska nie jest pewne, a tylko prawdopodobne. Do określenia stopnia prawdopodobieństwa ich zaistnienia w przyszłości stosuje się koncepcję prawdopodobieństwa, głównie matematycznego i jego narzędzie: statystykę matematyczną.

W sensie ogólnometodologicznym, prognozowanie w nauce i inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest racjonalne i korzysta zarówno z podejścia zdroworozsądkowego, jak i naukowego.

Prognozę – rezultat prognozowania – w ekonomice przestrzeni turystycznej charakteryzują: jej przedmiot (jakiego zdarzenia a. zjawiska w przestrzeni turystycznej prognoza dotyczy?), lokalizacja jej przedmiotu (jak zdarzenie a. zjawisko jest usytuowane w przestrzeni?) oraz horyzont czasowy (jak daleko w przyszłość sięga prognoza?).

Znajomość kierunku (trendu), rozmiaru i dynamiki zmienności w czasie stanu stron bilansu: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej, czy uzyskana pośrednio w wyniku prognozowania czy przyjęta wprost jako parametr w turystycznym planowaniu (regionu, obszaru) czy projektowaniu (turystycznego obiektu inwestycyjnego) jest niezbędna do racjonalizacji kreacji i kształtowania turystycznej podprzestrzeni recepcji

²¹¹ „Ekstrapolacja – 1. przewidywanie przebiegu jakiegoś zjawiska w warunkach nieznanych na podstawie znajomości analogicznego zjawiska w znanych warunkach.” Słownik języka polskiego PWN, edycja internetowa.

Za Getz. D. (1986, s. 26-27) można stwierdzić, że modele „obiektywnego” prognozowania popytu turystycznego genetycznie należą do kilku dyscyplin nauki. Wśród metod pochodzących z ekonomii są to np. modele ekonometryczne z analizą regresji i analizą dyskryminacyjną. Modelami statystyki – matematyki są modele analizy serii czasowych, wśród nich prosta ekstrapolacja trendu, technika Box-Jenkins, modele funkcji transferowej. Modelami socjologiczno-psychologicznymi są np. modele behawioralne. Modelem opartym na fizyce jest np. model grawitacji. Specyficznym modelem prognozowania jest model tzw. elektrycznej analogii, wykorzystujący analogię wzajemnego „zachowania się” popytu turystycznego i podaży turystycznej do systemu produkcji i dystrybucji energii elektrycznej. Modelami „subiektywnego” prognozowania popytu turystycznego są np. modele typu Delphi (metoda delficka) i tzw. metoda pisanego scenariusza.

w długiej perspektywie czasowej (tylko długa perspektywa czasowa nadaje sens ekonomiczny i społeczny czynnościom kreacji i kształtowania przestrzeni geograficznej). Taka wiedza jest przydatna nie tylko nauce i inżynierii ekonomicznej przestrzeni turystycznej (badaczowi oraz planiście i projektantowi) ale też w równym stopniu ekonomicznie usług turystycznych (badaczowi oraz inwestorowi – zazwyczaj menedżerowi usług turystycznych).

Decyzję o wyborze celu przestrzennego swej podróży podejmuje turysta na podstawie własnej analizy konkurencyjności produktów turystycznych, jednostkowych i terytorialnych. Adresowany do danego fragmentu podprzestrzeni recepcji realny czy potencjalny popyt turystyczny stanowi sumę realnych czy potencjalnych indywidualnych potrzeb tych turystów, którzy są skłonni taki jej fragment odwiedzić.

4.6. PLANOWANIE I PROJEKTOWANIE

By przypomnieć: podczas gdy diagnoza i prognoza ewolucję przestrzeni turystycznej obserwują i metodycznie przewidują, to przestrzenne: plan i projekt biorą udział w jej kreowaniu i kształtowaniu.

Planowanie i projektowanie nie są – jak to jest w przypadku prognozowania – ekstrapolacją w czasie procesu, jaki w przeszłości kształtował określone zdarzenie lub zjawisko w przestrzeni turystycznej. One same biorą udział w kreowaniu i kształtowaniu zjawiska według przyjętych własnych kryteriów optymalizacyjnych. Zatem, planowanie i projektowanie przestrzeni turystycznej w zasadzie nie wymaga badania przeszłości zjawiska po to, by kształtować jego pożądaną przyszłość. Powyższe spostrzeżenia należy w równym stopniu odnieść do planowania i projektowania popytu turystycznego.

W ujęciu modelowym, zaspokajanie popytu turystycznego w pełnym spektrum funkcjonalnym potrzeb turysty (potrzeby organizacji podróży, transportowe, motywacyjne i egzystencjalne) koncentruje się jedynie w podprzestrzeni recepcji turystów, czyli tam, gdzie występują walory turystyczne z ich atrakcjami, a infrastruktura służąca do świadczenia usług turystycznych ma w przewadze charakter turystyczny (została stworzona specjalnie i najczęściej wyłącznie do obsługi turystów)²¹².

Popyt turystyczny stanowi odpowiedź turystów na postawioną w warunkach rynkowej konkurencji atrakcyjność immanentną terytorialnego produktu turystycznego jako składnika – obok tych walorów turystycznych, na których

²¹² W takim ujęciu, w podprzestrzeniach emisji i kanałów tranzytowych turystów walory turystyczne nie występują, a infrastruktura, z jakiej korzystają turyści, jest w swoim pochodzeniu wyłącznie paraturystyczna.

nie są świadczone motywacyjne usługi turystyczne – terytorialnego świadczenia turystycznego²¹³. Zatem, ekonomika przestrzeni turystycznej, biorąc udział w kreowaniu i kształtowaniu takiego produktu, ma znaczący udział w wywołaniu i kształtowaniu adresowanego doń popytu turystycznego.

Swoją decyzję o wyborze przestrzennego celu określonej w motywie (poznawczym, wypoczynkowym, emocjonalnym) podróży podejmuje turysta w warunkach ukierunkowanej na niego, spreparowanej przez ekonomistów – inżynierów marketingu usług turystycznych strategii *marketing mix* terytorialnego produktu turystycznego, której instrumentem jest przekazany turystcie w ramach realizacji strategii promocji takiego produktu komunikat marketingowy. Turysta uwzględnia więc w swej decyzji zakomunikowaną mu marketingowo realną podaż turystyczną miejsca (terytorialne świadczenie turystyczne). Taką podaż reprezentuje na rynku terytorialny produkt turystyczny złożony z zespołu mających rynkową cenę produktów (usług) turystycznych.

Jak wiadomo, na strategię *marketing mix* określonego produktu (usługi) mającą budować adresowany do niego popyt i doprowadzać do skutecznej i z sukcesem jego sprzedaży na rynku składają się strategie zaprojektowane w odniesieniu do czterech instrumentów marketingowych: produktu, ceny, kanałów dystrybucji oraz promocji. Zestawiając tę strukturę instrumentów i działań marketingowych ze strukturą funkcjonalnych domen ekonomiki turystycznej dochodzi się do wniosku, że za całość realizowanej wobec terytorialnego produktu turystycznego kompozycji wszystkich czterech instrumentów strategii *marketing mix* odpowiadają: inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej w zakresie części strategii produktu (obejmującej planowanie i projektowanie przestrzennego aspektu produktu turystycznego) oraz inżynieria ekonomiki usług turystycznych w odniesieniu do kompletu wszystkich instrumentów strategii *marketing mix*.

Za formułowanie i realizację strategii produktu turystycznego, jednostkowego i terytorialnego, odpowiadają pospołu:

- inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej poprzez planowanie i projektowanie podprzestrzeni recepcji turystów oraz
- inżynieria ekonomiki usług turystycznych – realizując budowanie według wskazań planistycznych i projektowych turystyczne obiekty inwestycyjne oraz świadcząc w takich obiektach – za określone ceny – usługi turystyczne.

Należy zauważyć, że nie cały generowany działaniem czynników podażowych i popytowych popyt turystyczny (potencjalny i realny) adresowany

²¹³ Pojęcia terytorialnych: świadczenia turystycznego i produktu turystycznego są wprowadzone w poświęconym podaży turystycznej w przestrzeni turystycznej rozdz. 5.1. Definicje i wprowadzenie do problemu.

do określonych terytorialnych jednostek turystycznych: regionu, obszaru czy obiektu może znaleźć zaspokojenie w granicach tych jednostek. Dotyczy to głównie części popytu przewyższającej chłonność turystyczną geograficznego środowiska obszaru.

Musi tak być ze wskazanego tutaj wcześniej powodu: potrzeby respektu dla postulatu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej. Realizacja takiego postulatu jest uzależniona od zachowania korzystnego stanu walorów turystycznych – w ich znacznej części elementów i cech środowiska geograficznego obszaru. Wynika z tego, że użyta jako metodyczne narzędzie ochrony walorów turystycznych chłonność turystyczna geograficznego środowiska obszaru powinna być wiążąca w określeniu limitu wolumenu adresowanego do tego obszaru popytu turystycznego.

System wspólnego (takiego samego) limitu wolumenów i wprowadzony instrumentami planistycznymi i prawno-administracyjnymi mechanizm „przechodniości” limitu od chłonności turystycznej środowiska geograficznego poprzez pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej i wolumen świadczonych w tych obiektach usług turystycznych po – ostatecznie – wolumen adresowanego do obszaru popytu turystycznego (wolumen liczby odwiedzających obszar turystów – frekwencji turystycznej obszaru) jest wmontowany w przedstawiony w tej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów²¹⁴.

Adresowany do określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów popyt turystyczny zostanie rozważony z dwóch perspektyw: planowania turystycznego regionu i obszaru – z uwagi na popyt na terytorialny produkt turystyczny oraz projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego – ze względu na popyt na jednostkowy produkt turystyczny.

Popyt turystyczny w planowaniu przestrzeni turystycznej

Zależnie od terytorialnego poziomu operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów cel planowania oraz metodyka jego osiągania są dwojakiego rodzaju. Można wyróżnić odmienne w tych aspektach planowanie regionu turystycznego oraz planowanie obszaru turystycznego.

Co do jego metodyki, **planowanie regionu turystycznego** oparte jest na przesłankach podażowych, na potencjale walorów turystycznych regionu do zaspokajania określonych potrzeb motywacyjnych turysty. Celem fizycznym (funkcjonalno-przestrzennym) planowania regionu turystycznego jest uzyskanie struktury funkcjonalno-przestrzennej regionu, tj. wskazanie – na pod-

²¹⁴ Rozdz. 6.3. Por. także rozdz. 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej, w tym rozdz. 6.2.2.1. Instrumenty planistyczne.

stawie identyfikacji obecnych w niej walorów turystycznych: przestrzennej (miejsc występowania) i funkcjonalnej (poznawcze, wypoczynkowe, emocjonalne) – położenia obszarów turystycznych o określonej funkcji turystycznej z ich granicami przestrzennymi oraz ich chłonnością turystyczną (ściślej: chłonnością turystyczną ich środowiska geograficznego).

Niezbędna do planowania regionu turystycznego wiedza o potencjalnym adresowanym do regionu popycie turystycznym opiera się na charakterystyce globalnego popytu turystycznego zestawionej z funkcjonalnym charakterem walorów turystycznych regionu. Stąd, wiedza o adresowanym do regionu popycie odnosi się do jego właściwości jakościowych (ściślej: rodzajowych) i ograniczona jest do znajomości funkcjonalnej typologii znajdujących zaspokojenie w walorach turystycznych motywacyjnych potrzeb turysty, takich jak poznanie, wypoczynek i emocje.

Interesująca z punktu widzenia planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów jest zmienność rodzajowa adresowanego do takiej podprzestrzeni popytu turystycznego. Chodzi tutaj o zmiany na liście rodzajów motywacyjnych (wypoczynku, poznania, emocji) potrzeb turystów adresowanych do wyposażonej w zróżnicowane w ich aspekcie motywacyjnym walorów turystycznych takiej podprzestrzeni. Lista jest uporządkowana według ustalonej statystycznie liczby turystów wybierających określony rodzaj potrzeby motywacyjnej.

Zawartość i porządek takiej listy są dynamiczne. Zmiany na niej następują z racji pojawiających się nowych motywów podróży turysty (głównie w orientacji specjalistycznej), zaniku motywów dotychczas popularnych czy przesunięć ich kolejności w rankingu z uwagi na zmianę liczby wybierających dany motyw dla swej podróży turystów.

Nowe motywy podróży turysty i związane z nimi nowe typy jego motywacyjnych potrzeb pojawiają się pod wpływem zarówno pomysłowości, wynalazczości człowieka (według schematu: nowatorskie urządzenia, nowatorski sprzęt turystyczny – nowe motywy i potrzeby z nimi związane, jak np. w przypadku paralotni i deski windsurfingowej w powiązaniu z żaglem czy kitesurfingu w powiązaniu ze spadochronem), jak i mody²¹⁵.

Istotne w planowaniu i projektowaniu turystycznym jest to, że moda jest zarazem czynnikiem popytu turystycznego oraz czynnikiem podaży turystycznej – kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej. Jest tak wówczas, gdy wpływa ona zawężająco bądź rozszerzająco na długość listy motywów podróży turysty oraz kształtującą na kolejność na niej motywów wg

²¹⁵ Szerokie w ich spektrum funkcje i mechanizmy oddziaływania mody, w tym w odniesieniu do masowej konsumpcji, czasu wolnego i luksusu (to również właściwości gospodarki turystycznej i turysty z jego potrzebami) przedstawił w interesującym studium René König, 1979.

kryterium frekwencyjnego (liczby turystów, dla których określony motyw stanowi motyw ich podróży).

Moda wpływa na taką listę poszerzając, gdy promuje nowatorskie motywy podróży np. związane z aktywniejszym stylem życia, w tym spędzania czasu wolnego lub przesuwając w jej frekwencyjną górę określony motyw podróży turysty, gdy „przywraca do życia” zapomniany społecznie motyw i potrzeby z nimi związane.

Moda może wpływać na taką listę zawężając jej długość lub przesuwając w jej frekwencyjny dół określony motyw podróży turysty, jak to dzieje się w przypadku eliminacji z niej pewnych motywów podróży uznanych za *démodes*, np. w kontekście aktywnego modelu życia. Przykładem znaczącego, degradującego przesunięcia na frekwencyjnej liście motywów podróży turysty pod wpływem forsowanego przez modę modelu aktywniejszego stylu życia i zaniku społecznej – towarzyskiej funkcji (zwłaszcza w odniesieniu do elit *high society*) jest znajdujący się w kryzysie frekwencyjnym od 2 połowy wieku XX motyw pobytu w uzdrowisku. Obecnie, funkcja uzdrowisk powróciła do ich pierwotnej i założycielskiej, wąsko pojętej misji leczniczej.

Skutkiem takich strukturalno-motywacyjnych zmian popytu w odniesieniu do regionu turystycznego jest włączanie doń w jego planowaniu nowych obszarów turystycznych wyposażonych w walory turystyczne o atrakcjach (funkcjach) zdolnych do zaspokajania nowych potrzeb motywacyjnych turysty (odkrywanie nowych turystycznych: walorów i nowych obszarów ich lokalizacji) albo usuwanie tych obszarów, których walory turystyczne z ich atrakcjami są zdadne zaspokajać jedynie takie potrzeby motywacyjne, które zagubiły – np. wskutek zmiennej mody na taki typ potrzeb motywacyjnych – zainteresowanie turystów.

Zdarza się, że odpowiedź planistyczna na nowe turystyczne potrzeby motywacyjne jest *de facto* elementem rewitalizacji terenów znajdujących się w kryzysie funkcjonalnym. Tak jest np. w przypadku terenów nieużytków gospodarczych po poligonach artyleryjskich przewidzianych w planie zagospodarowania turystycznego do zaspokajania turystycznej potrzeby rekreacyjnej w postaci jazdy na *quadach*. Ich w potocznym rozumieniu zdegradowane: zdeformowane wybuchami rzeźba i pokrycie terenu, piaszczysta gleba stają się niemal idealnymi walorami turystycznymi w świetle tak określonej nowej turystycznej potrzeby motywacyjnej. Teren nieużytku staje się użytkiem gospodarczym i społecznym – ściślej turystycznym – i zostaje włączony, poprzez pojawienie się i trwałą nań obecność turystów do przestrzeni turystycznej powiększając jej zasięg terytorialny.

Celem funkcjonalnym i przestrzennym **planowania obszaru turystycznego** jest ustalona bilansem równowagi jego struktura funkcjonalno-przestrzenna. Bilans równowagi dotyczy podażyowych (walory turystyczne z ich atrak-

cjami, obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi) oraz popytowych (turyści z ich potrzebami) składników przestrzeni obszaru turystycznego. Jak z tego wynika, inaczej aniżeli w planowaniu regionu turystycznego, planowanie obszaru turystycznego oparte jest na przesłankach podażowo – popytowych.

Planowanie regionu turystycznego i planowanie obszaru turystycznego różnią się nie tylko ich przesłankami, celem, metodyką, ale i rolą popytu turystycznego w ich planowaniu.

By przypomnieć, w planowaniu regionu turystycznego popyt reprezentują turyści zdefiniowani jedynie poprzez ich ogólnie ujęte potrzeby motywacyjne (wypoczynku, poznania i emocji) oraz ich liczbę określoną limitem chłonności turystycznej środowiska geograficznego dla każdego wyróżnionego w regionie obszaru turystycznego.

W planowaniu obszaru turystycznego, popyt turystyczny jest uwzględniany poprzez dużo szersze spektrum potrzeb turysty, wykraczające poza potrzeby motywacyjne. Wiedza o planowanym popycie turystycznym obejmuje uszczegółowione jego właściwości rodzajowe i jakościowe (standardy) ujęte w postaci listy wszystkich planowanych do zaspokajania w obszarze typów potrzeb turystów: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych²¹⁶.

Syntetycznym czynnikiem, sprowadzającym turystów na dany obszar turystyczny – a więc kształtującym adresowany doń popyt turystyczny – jest działająca na nich psychologicznie: racjonalnie i emocjonalnie, promowana marketingowo siła konkurencyjności istniejącego lub planowanego terytorialnego produktu turystycznego. Na taki produkt składa się zespół odpowiadających na pełnię potrzeb turystów świadczonych w obiektach infrastruktury turystycznej jednostkowych produktów (usług) turystycznych²¹⁷.

Popyt turystyczny w projektowaniu przestrzeni turystycznej

Celem projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów na poziomie turystycznego obiektu inwestycyjnego – w kierunku nowotworzonego waloru turystycznego lub obiektu infrastruktury turystycznej – jest stworzenie projektu zagospodarowania terenu takiej inwestycji budowlanej.

²¹⁶ W przypadku samych tylko potrzeb motywacyjnych, w kontekście waloru turystycznego „jezioro” ich struktura może obejmować np. potrzeby wypoczynkowe: kąpieli wodnych i słonecznych, nurkowania, rekreacyjnych sportów wodnych (żeglarstwa, kajakarstwa, wioślarstwa, windsurfingu, kitesurfingu, bojerów), wędkarstwa oraz potrzeby poznawcze: amatorskie obserwacje życia przyrody itp.

²¹⁷ Por. poświęcone terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdziały: 5.5.2. Czynniki popytu oraz 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność.

Podobnie, jak w sytuacji planowania na poziomie obszaru turystycznego, opiera się ono na przesłankach podażowo – popytowych.

Badanie potencjalnego popytu turystycznego dla takiego obiektu jest nieodzownym składnikiem prowadzonego w jego przeważającej części przez inżyniera ekonomiki usług turystycznych, wchodzącego w zakres studiów projektowych poprzedzających i warunkujących podjęcie decyzji o przystąpieniu do realizacji turystycznego obiektu inwestycyjnego (tzw. studiów przeddecyzyjnych) studium rynku i konsekwentnie – studium zwrotu inwestowanego kapitału w aspekcie rentowności inwestycji.

Inaczej aniżeli w sytuacji planowania regionu i obszaru turystycznego, gdzie względnie ograniczona swoim zakresem analiza popytu ma głównie charakter jakościowy (rodzajowy, funkcjonalny) oraz ilościowy (rozumiany jako limit chłonności turystycznej geograficznego środowiska regionu czy obszaru), w przypadku projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego niezbędna jest możliwie pełna znajomość adresowanego wobec obiektu popytu turystycznego: diagnozowanego (aktualnego), prognozowanego i projektowanego. Jest tak z uwagi na krytycznie istotną rolę popytu turystycznego w podjęciu decyzji inwestycyjnej, pozytywnej albo negatywnej zależnie od wyniku przeprowadzonego z uwzględnieniem popytu turystycznego rachunku ekonomicznego takiej inwestycji.

Wymaga to uzyskania informacji o adresowanym popycie we wszystkich jego aspektach: rodzajowym (jaki profil motywacyjny celowego segmentu populacji turystów? jakie rodzaje funkcjonalne potrzeb turysty?), jakościowym (jaki standard potrzeb?), ilościowym (ilu turystów reprezentuje potrzebę o określonym typie funkcjonalnym?), organizacyjnym (turysta pojedynczy czy grupa?), środka transportu (czym turyści się poruszają?), przestrzennym (gdzie sytuują się i jak poruszają się w przestrzeni zagospodarowywanego terenu turyści z ich potrzebami?) i czasowym (kiedy odwiedzają turyści, przez jak długi okres, w pobycie ciągłym czy nieciągłym?).

Metoda pracy inżyniera ekonomiki usług turystycznych projektującego adresowany do obiektu potencjalny – ale w granicach zadanego z góry dla obiektu jego limitu – popyt turystyczny, zmierzająca do jego oszacowania może uwzględniać mechanizm decyzyjny turysty o wyborze określonego produktu turystycznego i miejsca jego występowania. Mówiąc lapidarnie, projektant „wchodzi w głowę” podejmującego decyzję turysty reprezentującego celowy segment rynkowy potencjalnej klienteli obiektu.

Taka decyzja turysty zapada po konfrontacji jego „zdolności popytowej” (dyspozycyjny budżet wyjazdowy, motyw podróży, okres wyjazdu, oczekiwany standard usług turystycznych itp.) z rezultatem przeprowadzonej – na podstawie posiadanych przezeń dostarczonych środkami marketingu turystycznego informacji o produktach – wieloaspektowej analizy konkurencyj-

ności podobnych produktów turystycznych: jednostkowych i terytorialnego właściwych obszarom i miejscom zdolnym zaspokoić jego potrzeby, głównie motywacyjne.

Należy bowiem pamiętać o szczególnym, dominującym znaczeniu roli motywacyjnych potrzeb turysty tworzących rdzeń struktury potrzeb w profilu turysty. Rola ta spełnia się według zasady: wola zaspokojenia turystycznej potrzeby motywacyjnej „czyni z człowieka turystę” i ukierunkowuje wybór funkcjonalnego i przestrzennego celu jego podróży (określonego produktu turystycznego położonego w określonym miejscu). Podejmując decyzję akceptującą dany produkt turystyczny, turysta ze swoimi potrzebami staje się potencjalnym składnikiem popytu adresowanego do miejsca występowania takiego produktu: obiektu turystycznego, obszaru i regionu.

Zróżnicowane funkcjonalnie potrzeby turystów odwiedzających określony obiekt turystyczny mono- czy wielofunkcyjny są szacowane ilościowo odrębnie dla każdego rodzaju potrzeby (organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej, egzystencjalnej). Wynika to z faktu, że nie wszyscy odwiedzający turyści zgłaszają te same potrzeby, nie wszyscy korzystają z każdego rodzaju funkcjonalnego walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi. Takie podejście dostarcza parametrów rodzajowych, jakościowych, ilościowych i czasowych do projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego pod względem jego programu obsługowego, pojemności i przepustowości zaspokajających jedną lub w przypadku obiektu wielofunkcyjnego kilka rodzajów potrzeb turysty.

Z uwagi na respekt dla postulatu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej (zależnego od zachowania w długim okresie korzystnego stanu walorów turystycznych) łączna projektowana: pojemność i przepustowość obiektu powinna mieścić się w limicie „przyznanym” dla obiektu przez administrację wydającą decyzję „pozwolenie na budowę”, ustalonym w warunkach istniejącej wolnej (jeszcze niewykorzystanej inwestycyjnie) części pojemności i przepustowości wszystkich obiektów infrastruktury turystycznej bilansowanej w granicach obszaru turystycznego.

W języku marketingu turystycznego można stwierdzić, że punktem wyjścia analizy popytu jest wielokryterialny tzw. profil popytowy (profil potrzeb) potencjalnego turysty odwiedzającego projektowany turystyczny obiekt inwestycyjny, pozwalający na zdefiniowanie jakościowe, ilościowe i czasowe celowego dla obiektu segmentu rynku.

Znajomość segmentu rynku i potencjalnego popytu turystycznego (w granicach jego limitu) adresowanego do projektowanego obiektu pozwala inżynierii – poza wykorzystaniem takiej wiedzy w projektowaniu urbanistycznym i architektonicznym – oszacować potencjalny przychód z projektowanej inwestycji, a następnie określić – w zestawieniu z kosztami inwestycji wy-

liczonymi w odniesieniu do kosztów nabycia nieruchomości i kosztów realizacji inwestycji według wykonanego wstępnego (uproszczonego) projektu architektoniczno-budowlanego oraz kosztów eksploatacyjnych – stopę zwrotu inwestowanego kapitału i rentowność inwestycji. Te ostatnie kryteria ekonomiczne są rozumiane – obok wieloaspektowego studium wykonalności projektu – jako ostatecznie rozstrzygające o przystąpieniu inwestora do rozwijania określonego projektu turystycznego obiektu inwestycyjnego.

W aspekcie popytu turystycznego, interwencja inżyniera ekonomiki przestrzeni turystycznej w projekt turystycznego obiektu inwestycyjnego polega na racjonalnym wkomponowaniu w projekt zagospodarowania terenu strukturyzowanego funkcjonalnie i przestrzennie popytu turystycznego o z góry limitowanym jego wolumenie wyrażonym w postaci limitowanej chłonności turystycznej projektowanego waloru turystycznego czy pojemności i przepustowości projektowanego obiektu infrastruktury turystycznej.

Jak z powyższego wynika, rozwiązanie problemu popytu turystycznego w projektowaniu turystycznego obiektu inwestycyjnego wymaga współpracy aktorów obydwu składników inżynierii gospodarki turystycznej: w aspekcie przestrzennym – inżynierii przestrzeni turystycznej oraz w aspekcie ekonomicznym (inwestycyjnym i eksploatacyjnym) – inżynierii usług turystycznych.

5. Podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej

Rozdział niniejszy jest poświęcony przedstawieniu podaży turystycznej, drugiej – obok popytu turystycznego – strony bilansu w przestrzeni turystycznej. Jak tutaj stwierdzono, w ekonomice przestrzeni turystycznej podaż turystyczna obszaru turystycznego jest rozumiana jako zaspokajające pełnię potrzeb turystów jego terytorialne świadczenie turystyczne, na które składają się terytorialne świadczenia jego walorów turystycznych i terytorialny produkt turystyczny (zespół jego usług turystycznych)²¹⁸.

Tak rozumiana podaż turystyczna obszaru turystycznego zostanie ukazana poprzez problemy związane z reprezentującymi terytorialne świadczenie turystyczne, występującymi w tej przestrzeni elementami podażowymi. W przypadku świadczenia ze strony walorów turystycznych jest to problem walorów turystycznych z ich funkcjami (atrakcjami), w przypadku terytorialnego produktu turystycznego (zespołu usług turystycznych obszaru) – to kwestia ściśle sprzężonych funkcjonalnie i przestrzennie z usługami turystycznymi – można rzec reprezentujących takie usługi w przestrzeni turystycznej – obiektów infrastruktury turystycznej.

Problem terytorialnego produktu turystycznego wiążącego metodologicznie obydwie ekonomiki – usług turystycznych oraz przestrzeni turystycznej (jako wspólny składnik podaży turystycznej obszaru w jej definicjach według każdej z tych dyscyplin) jest omówiony poprzez wskazanie czynników takiego produktu i rozważenie jego aspektów mających odniesienia przestrzenne: atrakcyjności immanentnej i względnej (konkurencyjności), w tym konkurencyjności jego szczególnej funkcjonalno-przestrzennej struktury, jaką jest tzw. klaster turystyczny.

5.1. DEFINICJE I WPROWADZENIE DO PROBLEMU

Rozważanie problematyki podaży turystycznej w ekonomice przestrzeni turystycznej wymaga uprzedniego przedstawienia definicji podstawowych związanych z taką podażą pojęć.

²¹⁸ W rozumieniu ekonomiki usług turystycznych, podaż turystyczna obszaru to terytorialny produkt turystyczny. Wynika z tego, że tak rozumiana podaż turystyczna obszaru nie może zaspokoić pełni potrzeb turystów (pełni popytu turystycznego), a jedynie te, jakie mogą zostać zaspokojone w formie dóbr ekonomicznych – oferowanych na rynku i mających na nim cenę usług turystycznych.

Walog turystyczny – to położony w podprzestrzeni recepcji turystów element lub cecha środowiska geograficznego albo przejaw działalności człowieka, posiadający wyrażony w swoich atrakcjach (funkcjach) potencjał użyteczności do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty²¹⁹.

Atrakcja turystyczna (atrakcja waloru turystycznego) – to funkcja waloru turystycznego użyteczna do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty: poznania, wypoczynku i emocji, wyrażająca jego potencjał atrakcyjny (przyciągający) wobec turystów²²⁰.

Z relacji pojęć: walog turystyczny – jego atrakcje wynika wniosek, że nie wprost w samym walogu turystycznym znajduje turysta zaspokojenie swojej potrzeby motywacyjnej, a w funkcji waloru – w jego atrakcji. Walog ma ku temu jedynie potencjał. Zatem, walog sam z siebie nie przyciąga turysty w określone miejsce, a sprawiają to jego użyteczne dla turysty jego funkcje – atrakcje²²¹.

²¹⁹ Definicja autora stanowi rozwinięcie i doprecyzowanie definicji autorstwa O. Rogalewskiego (1974): „(...) specyficzne elementy i cechy środowiska geograficznego lub specyficzne przejawy działalności człowieka. To są właśnie walory turystyczne”. O. Rogalewski, 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*, s. 7. Jak z tego wynika, w aspekcie ontycznym walog turystyczny może być bytem materialnym albo niematerialnym (jako cecha, przejaw).

²²⁰ Tak pojmowana atrakcja turystyczna jest bytem niematerialnym. Kwestię atrakcji turystycznych w zupełnie odmiennym ich rozumieniu szerzej rozważa Z. Kruczek (2011). Po przytoczeniu za P.J. Benckendorff (2004) siedemnastu rozmaitego autorstwa definicji pojęcia „atrakcje turystyczne” daje on ich obszerną definicję własną: „Można więc za atrakcje turystyczne uważać wszystkie elementy składowe produktu turystycznego (walory miejsca i wydarzenia, obiekty autentyczne i wytwory kultury wyższej) oznaczone jako szczególne, mające zdolność przyciągania turystów i decydujące o tym, że wybierają oni dany obszar, a nie inny. Połączone z usługami turystycznymi tworzą produkt turystyczny”, Z. Kruczek, 2011, s. 18.

W rozdz. 1.2. pt. *Typologia atrakcji turystycznych* poszerza on jeszcze zakres znaczeniowy nazwy „atrakcje turystyczne” włączając doń takie jej desygnaty, jak „elementy infrastruktury sportowo-rekreacyjnej” i obiekty infrastruktury handlowej, np. sklepy wolnocłowe (Kruczek 2011, s. 19). Analiza takiej definicji atrakcji turystycznych prowadzi do wielu zastrzeżeń metodologicznych, z których istotniejsze są następujące:

- definicja czyni *de facto* równoważnymi znaczeniowo (synonimicznymi) dla nazwy „atrakcje turystyczne” powszechnie funkcjonujące w innym znaczeniu nazwy: walory turystyczne, wydarzenia, obiekty autentyczne (?), wytwory kultury wyższej (?), infrastruktura turystyczna, infrastruktura sportowo – rekreacyjna.
- tak zdefiniowane przez Z. Kruczka atrakcje turystyczne mają być – jego zdaniem – dla turystów „decydujące o tym, że wybierają oni dany obszar, a nie inny”. Autor niniejszej pracy rozważając mechanizm decyzyjny turysty w kwestii wyboru celu przestrzennego jego podróży (rozdz. 4.6. Planowanie i projektowanie oraz 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność) wskazał, że taka decyzja powstaje w oparciu o rezultat przeprowadzonej przez turystę analizy uwzględniającej znaczący wpływ wielu innych – poza swoiście pojętymi przez Z. Kruczka „atrakcjami turystycznymi” – czynników w swej genezie nie tylko podażowych, ale i popytowych. Skądinąd słuszną jest teza, że wśród tych czynników decyzyjnych właśnie walory turystyczne z ich atrakcjami – tak, jak są one pojmowane przez autora tej pracy – mają potencjał do zaspokajania najważniejszych z potrzeb turysty, potrzeb motywacyjnych – są najistotniejsze (*vide* głoszony w tej pracy determinizm walorystyczny).

²²¹ Przykład. Jeżeli walogem turystycznym jest jezioro przydatne (użyteczne) do zaspokojenia potrzeb turysty (np. w zakresie czystości i termiki wód, rozkładu głębokości, właściwości dna

Warto zauważyć, że obok sytuacji, gdy z jednym walorem turystycznym związany jest zespół jego atrakcji (przywołany tutaj walor turystyczny „jezioro”) występuje sytuacja odwrotna: jedna atrakcja (funkcja) jest wspólna dla skoncentrowanego przestrzennie, koncentrycznie albo liniowo zespołu walorów turystycznych. Jest tak w przypadku zabytkowych centrów miast, obszarów cennych przyrodniczo oraz szlaków turystycznych przyrodniczych i kulturowych (wspólna funkcja poznawcza – „wspólny temat” walorów turystycznych; przykłady: Toruńska Starówka, Białowieski Park Narodowy, Szlak Orlej Perci, Szlak Piastowski).

Udostępnienie atrakcji waloru turyście wymaga najczęściej wprowadzenia do podprzestrzeni recepcji na poziomie terytorialnym turystycznego obiektu inwestycyjnego stosownej infrastruktury turystycznej takiej atrakcji, tzw. infrastruktury motywacyjnej (służy bowiem ona zaspokojeniu motywacyjnej potrzeby turysty).

Mające swój stały adres w podprzestrzeni recepcji turystów walory turystyczne z ich atrakcjami stanowią główny czynnik w zespole czynników nie tylko podaźowych, do których walory turystyczne należą, ale – pośrednio – i popytowych, wpływających na decyzję turysty o wyborze celu przestrzennego jego podróży²²².

Ale, jak celnie zauważył O. Rogalewski (1974), same walory turystyczne z ich atrakcjami (służąc zaspokojeniu jednej tylko grupy potrzeb turysty – potrzeb motywacyjnych) nie wystarczają do zaspokojenia pełni potrzeb turysty, gdy twierdzi on: „uprawianie turystyki jest możliwe dzięki temu, że trasy, po których turysta porusza się, oraz miejsca, w których przebywa, są wyposażone w urządzenia ułatwiające, a niekiedy w ogóle umożliwiające zaspokojenie podstawowych potrzeb, jakie odczuwa on w czasie swojej podróży.(...). Urządzenia, umożliwiające zaspokojenie podanych wyżej potrzeb, nazywa się bazą materialną turystyki.”²²³

i brzegu, krajobrazu, ekosystemu przyrodniczego, bezkonfliktowości jego funkcji turystycznych z innymi funkcjami społeczno-gospodarczymi jego otoczenia itp.), to użytecznymi dla turysty funkcjami – atrakcjami tego waloru mogą być możliwości korzystania z niego przez turystę do zaspokojenia jego potrzeb motywacyjnych: wypoczynkowych (kąpiele wodne, słoneczne; nurkowanie; rekreacyjne sporty wodne – żeglarstwo, kajakarstwo, wioślarstwo, windsurfing, kitesurfing, bojery itp.; wędkarstwo), poznawczych (np. w postaci amatorskich obserwacji życia przyrody) i emocjonalnych (wzruszenia związane z estetyką krajobrazu wizualnego, akustycznego, zapachowego). To one – nie sam w sobie walor turystyczny – przyciągają turystę.

²²² Por. poświęcony popytowi turystycznemu w przestrzeni turystycznej rozdz. 4.6. Planowanie i projektowanie oraz poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.3. Atrakcyjność.

²²³ O. Rogalewski, 1974, s. 11-12. Użyta przez niego nazwa „baza materialna turystyki” jest synonimiczna wobec nazw stosowanych przez innych autorów, np. przez autora niniejszej pracy – „obiekty infrastruktury turystycznej” i np. A. Kowalczyk, M. Derek (2010) – „urządzenia turystyczne”.

Infrastruktura turystyczna – to obiekty: budynki, budowle i urządzenia techniczne służące – poprzez świadczone w nich usługi turystyczne – do zaspokojenia szerokiego spektrum potrzeb turysty (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych).

Towarzyszy ona turyście w całości turystycznej czasoprzestrzeni jego podróży. Zawsze – na każdym jej etapie czasowym: przygotowania, przemieszczania się, pobytu w miejscu stanowiącym cel przestrzenny podróży, powrotu i wszędzie – w każdej funkcjonalnej podprzestrzeni turystycznej: emisji, kanałów tranzytowych i recepcji turystów

Określonym typom funkcjonalnym potrzeb turysty odpowiadają funkcjonalne typy obiektów infrastruktury turystycznej, w następujący sposób: potrzebom organizacji podróży – obiekty infrastruktury organizacji podróży, potrzebom transportowym – obiekty infrastruktury transportowej, potrzebom motywacyjnym – obiekty infrastruktury motywacyjnej (infrastruktury atrakcji turystycznych), potrzebom egzystencjalnym – obiekty infrastruktury egzystencjalnej.

Potencjał do powstania, egzystencji i rozwijania gospodarki turystycznej (świadczenia usług turystycznych) określonego fragmentu przestrzeni turystycznej wypływa z zasobów turystycznych takiej przestrzeni.

Zasobami turystycznymi w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej są występujące w tej przestrzeni walory turystyczne i obiekty infrastruktury turystycznej. Strukturę rzeczową zasobów turystycznych obszaru turystycznego można przedstawić następująco:

$$ZTOT = WTOT + OITOT$$

gdzie: ZTOT – zasoby turystyczne obszaru turystycznego, WTOT – walory turystyczne obszaru turystycznego, OITOT – obiekty infrastruktury turystycznej obszaru turystycznego.

Zasoby turystyczne wyrażają w przestrzeni turystycznej jej potencjał funkcjonalny: walorystyczny oraz infrastrukturalny do zaspokajania potrzeb turystów. Taki potencjał stanowią odpowiednio: w przypadku walorów turystycznych – potencjał do świadczenia ze strony ich atrakcji (funkcji), w przypadku obiektów infrastruktury turystycznej – potencjał do świadczenia w nich usług turystycznych.

Na zasoby turystyczne składają się zarówno dobra antropogenne (tj. dobra ekonomiczne, wytworzone przez człowieka: część walorów turystycznych i obiekty infrastruktury turystycznej), jak i naturogenne (zastane walory turystyczne środowiska przyrodniczego, jednostkowe i zbiorowe jak np. kra-

jobraz, klimat). Ni jedno ni drugie dobra nie występują w ilościach nieogrzaniczonych, zatem są dobrami rzadkimi, co czyni je nieuniknieniem przedmiotem racjonalnego gospodarowania, tj. ekonomii.

Usługi turystyczne – to zorganizowane w formie działalności gospodarczej czynności świadczone na rzecz turystów w stosownych obiektach infrastruktury turystycznej w celu zaspokojenia szerokiego spektrum ich potrzeb: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych.

Podaż turystyczna określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów **w ujęciu ekonomiki usług turystycznych**, to wymierna liczbą turystów suma potencjału recepcyjnego występujących w nim jednostkowych produktów (usług) turystycznych (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych) – inaczej: to potencjał recepcyjny wyrażony przez **terytorialny produkt turystyczny** takiego fragmentu tej przestrzeni. Ujmuje to formuła:

$$PODT (EUT) = TPT$$

gdzie: PODT (EUT) – podaż turystyczna obszaru według ekonomiki usług turystycznych, TPT – terytorialny produkt turystyczny obszaru (zespół oferowanych usług turystycznych)

Na takim tle rodzi się spostrzeżenie, że tym, co w danym obszarze recepcji turystów zaspokaja pełnię potrzeb turysty (organizacji podróży, motywacyjnych, transportowych i egzystencjalnych) nie są same produkty (usługi) turystyczne: jednostkowe i terytorialne. Turysta konsumuje bowiem nie tylko tworzone przez gospodarkę produkty turystyczne (usługi turystyczne), tj. dobra ekonomiczne oferowane na rynku i mające wyrażoną w pieniądzu cenę. „Konsumuje” on również nie wytworzone przez gospodarkę turystyczną dobra wolne nie będące produktami, a więc nie mające ceny (za nie turysta nie płaci) i dlatego nie stanowiące przedmiotu wymiany na rynku. Takimi dobrami są funkcje (atrakcje) tych spośród walorów turystycznych, które są walorami „netto” nieobudowanymi obiektami turystycznej infrastruktury motywacyjnej i na których nie są świadczone motywacyjne usługi turystyczne. Walorami turystycznymi o takich właściwościach są pewne walory emocjonalne środowiska geograficznego, jak np. zbiorowe walory turystyczne, takie jak krajobraz w sensie estetycznym, klimat, rzeźba terenu, ekosystem oraz turystyczne walory emocjonalne silnej więzi społecznej (rodzinnej, przyjacielskiej, koleżeńskiej, korporacyjnej itp.). Takie pojmowanie źródeł zaspokojenia pełni potrzeb turysty w podprzestrzeni recepcji turysty jest właściwe definicji podaży turystycznej według ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Podaż turystyczna określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów **w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej**, to zespół wystę-

pujących w określonym fragmencie podprzestrzeni recepcji turystów dóbr zaspokajających pełnię potrzeb turysty rozumiany jako **terytorialne świadczenie turystyczne**.

Składają się nań: terytorialne świadczenie ze strony tych walorów turystycznych, na których nie są świadczone usługi turystyczne (walorów „netto”, tj. nie wyposażonych w obiekty turystycznej infrastruktury motywacyjnej) oraz terytorialny produkt turystyczny (zespół oferowanych usług turystycznych, w tym usług motywacyjnych świadczonych na części walorów turystycznych w obiektach turystycznej infrastruktury motywacyjnej). Ujmuje to formuła:

$$\text{PODT (EPT)} = \text{TŚT} = \text{TŚWT} + \text{TPT}$$

gdzie: PODT (EPT) – podaż turystyczna obszaru według ekonomiki przestrzeni turystycznej, TŚT – terytorialne świadczenie turystyczne obszaru, TŚWT – terytorialne świadczenie ze strony walorów turystycznych, TPT – terytorialny produkt turystyczny (zespół oferowanych usług turystycznych).

Porównując zawartość zbiorów wyrażających podaż turystyczną obszaru według obydwu ekonomik turystycznych: usług i przestrzeni łatwo zauważyć, że potencjał do zaspokojenia pełni potrzeb turysty okazuje jedynie podaż w rozumieniu ekonomiki przestrzeni turystycznej. Podaż turystyczna w ujęciu ekonomiki usług turystycznych jest w tym ułomna.

Różnicę stanowi wolumen podaży w postaci świadczeń walorów turystycznych w tej ich części, jaka nie jest wyposażona w obiekty własnej infrastruktury motywacyjnej i – konsekwentnie – w świadczone w nich usługi motywacyjne. Jeżeli miarą podaży turystycznej i jej składników jest liczba turystów (wolumen turystów), mogących znaleźć zaspokojenie swoich potrzeb w składnikach podaży, to relację podaży turystycznej obszaru według obydwu definicji wyraża formuła:

$$\text{VPODT (EPT)} > \text{VPODT (EUT)}$$

gdzie: VPODT (EPT) – wolumen podaży turystycznej obszaru wg ekonomiki przestrzeni turystycznej; VPODT (EUT) – wolumen podaży turystycznej obszaru wg ekonomiki usług turystycznych.

Emanacją (reprezentacją) w przestrzeni turystycznej podaży turystycznej rozumianej jako terytorialne świadczenie turystyczne obszaru są występujące w tej przestrzeni elementy: w przypadku świadczenia ze strony

walorów turystycznych – walory turystyczne z ich funkcjami (atrakcjami), w przypadku usług turystycznych – sprzężone z nimi funkcjonalnie i przestrzennie obiekty infrastruktury turystycznej. W aspekcie ilościowym (wolumenów) daje się to wyrazić następująco:

$$VPODT = VT\acute{S}T = VT\acute{S}WT + VPOIT$$

gdzie: VPODT – wolumen podaży turystycznej obszaru, VT $\acute{S}$ T – wolumen terytorialnego świadczenia turystycznego obszaru, VT $\acute{S}$ WT – wolumen terytorialnego świadczenia ze strony walorów turystycznych, VPOIT – wolumen pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej (równy limitowi wolumenu oferowanych usług turystycznych).

Podaż turystyczna jest w ekonomice przestrzeni turystycznej ważką kategorią metodologiczną mającą zastosowanie w racjonalizacji przestrzeni turystycznej, gdzie obok popytu turystycznego stanowi stronę w ustalaniu ich bilansie równowagi w tej przestrzeni, rozumianym jako instrument optymalizacji jej samej oraz jej gospodarki turystycznej²²⁴. W prezentowanym w niniejszej pracy modelu zintegrowanego kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji (rozdz. 6.3), jej podaż turystyczna – z uwagi na respekt dla determinizmu walorystycznego oraz postulatu trwałego i zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej, jest limitowana ilościowo adekwatnie do chłonności turystycznej środowiska geograficznego. Wyraża się to w postaci mieszczącej się swoim wolumenem w limicie takiej chłonności, bilansowanej w granicach obszaru turystycznego dopuszczalnej maksymalnej pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej jako miejsc świadczeń na rzecz turystów ze strony atrakcji walorów turystycznych oraz usług turystycznych.

Podaż turystyczna (czy to w postaci terytorialnego świadczenia turystycznego, czy samego tylko terytorialnego produktu turystycznego) stanowi odpowiedź gospodarki turystycznej określonego fragmentu podprzestrzeni recepcji na adresowany wobec niego potencjalny popyt turystyczny. Stąd wypływa jej zasadnicza rola w ekonomice turystycznej, gdzie jej obydwie dyscypliny – ekonomika przestrzeni turystycznej oraz ekonomika usług turystycznych solidarnie i komplementarnie składają się na stworzenie w obszarze turystycznym stosownych warunków podażyowych do zaspokajania pełnego spektrum potrzeb turysty.

²²⁴ Por. rozdz. 6. Bilans równowagi : popyt turystyczny – podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej – fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

5.2. WALORY TURYSTYCZNE

Przedmiotem tego rozdziału są walory turystyczne – wieloaspektowo, krytycznie niezwykle istotny składnik zasobów turystycznych. Rozważone zostaną związane z nimi takie kwestie, jak: natura ontyczna, determinizm walorystyczny jako naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej, racjonalne gospodarowanie obejmujące ich typologię, identyfikację, atrakcyjność i jej ocenę oraz stan i nim zarządzanie, to ostatnie głównie w kontekście zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

5.2.1. NATURA ONTYCZNA

W ujęciu ekonomiki przestrzeni turystycznej, natura bytu zasobów turystycznych obszaru: walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej, chociaż w każdym przypadku obiektywna, jest zróżnicowana. O ile byt obiektów infrastruktury turystycznej niemal zawsze jest materialny (wyjątek - nowość: e-infrastruktura organizacji podróży), to w sytuacji walorów turystycznych jest on albo materialny, albo niematerialny.

Według kryterium ontycznego, wśród walorów turystycznych rozróżnia się:

- walory turystyczne materialne;

Są nimi elementy środowiska geograficznego (np. góry, akweny, flora i fauna, zabytkowe lub współczesne zespoły architektoniczno-urbanistyczne, muzea, parki rekreacyjne i poznawcze, oryginalne obiekty infrastruktury turystycznej w funkcji walorów turystycznych²²⁵ itp.),

- walory turystyczne niematerialne;

Są nimi, obok cech środowiska geograficznego, jednostkowych (jak np. w przypadku materialnego waloru turystycznego „jezioro”: kształt linii brzegowej, powierzchnia; termika, czystość i rybność wód, zróżnicowanie gatunkowe flory i fauny) i zbiorowych (jak np. krajobraz w aspekcie estetycznym – wizualnym, akustycznym, zapachowym; ekosystem, klimat, rzeźba terenu) również specyficzne przejawy działalności człowieka (np.: znaczące wydarzenia ze sfery kultury, religii, sportu; oparte na silnej więzi społecznej nostalgiczne spotkania: rodzinne, przyjacielskie, koleżeńskie i korporacyjne). Walory tej grupy jako niematerialne nie stanowią składnika materialnej turystycznej podprzestrzeni recepcji, jednak w niej występują.

Przez wzgląd na ich istotę, jaką są funkcje waloru turystycznego, atrakcje waloru turystycznego są w swoim bycie niematerialne.

²²⁵ Jest to tzw. walorystyczna rola obiektów infrastruktury turystycznej.

5.2.2. DETERMINIZM WALORYSTYCZNY – NACZELNA ZASADA METODOLOGII GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

Nie sposób prowadzić badań czy działalności inżynierskiej w gospodarce turystycznej i jej dziedzinach: ekonomice przestrzeni turystycznej i ekonomice usług turystycznych, bez uwzględnienia krytycznie istotnej roli waloru turystycznego, jako występującego w przestrzeni turystycznej elementu ukierunkowanego na zaspokajanie motywacyjnych potrzeb turysty, składnika zasobów turystycznych regionu i obszaru turystycznego oraz terytorialnego świadczenia turystycznego. Walory turystyczne – obok turystów z ich potrzebami – nadają więc sens ekonomice przestrzeni turystycznej oraz ekonomice usług turystycznych.

Walory turystyczne warunkują w zasadniczym stopniu adresowane do określonego obszaru migracje turystyczne i w tej roli stanowią genetyczny czynnik pierwotny, „warunek założycielski” powstania podprzestrzeni recepcji turystów i jej gospodarki turystycznej.

Tak jak istnienie, jakość i stan walorów turystycznych warunkują powstanie i trwałość frekwencji obszaru turystycznego ich występowania przez turystów oraz gospodarki turystycznej obszaru, tak degradacja ich stanu lub zanik prowadzą odpowiednio do ograniczenia tej frekwencji lub jej zaniku, a to z kolei do funkcjonalnego kryzysu (dysfunkcji) lub zaniku przestrzeni turystycznej. Towarzyszy temu równoległy i powiązany kryzys rentownościowy i upadek usług turystycznych, a w finalnej konsekwencji – zanik całości gospodarki turystycznej obszaru²²⁶.

Właściwości walorów turystycznych, ich: obecność, położenie, użyteczność, stopień atrakcyjności, frekwencja turystów, stan oraz jego zmienność warunkują egzystencjalnie powstanie i ewolucję nie tylko podprzestrzeni recepcji, ale pośrednio – wskutek ich powiązań funkcjonalnych – stan i zmienność pozostałych turystycznych podprzestrzeni funkcjonalnych – emisji i kanałów tranzytowych turystów – a więc całości przestrzeni turystycznej.

W ekonomice przestrzeni turystycznej walory turystyczne stanowią wobec przestrzeni turystycznej:

- 1) warunek inicjalny i egzystencjalny powstania i ewolucji podprzestrzeni recepcji turystów. Skoro bowiem celem funkcjonalnym podróży turysty jest zaspokojenie jego potrzeb motywacyjnych: wypoczynku, poznania i emocji, to jej celem przestrzennym jest zawsze miejsce (obszar) występowania ze swej natury immobilnych przestrzennie walorów turystycznych, mających – jako jedyny występujący w przestrzeni turystycznej element – spoczywający w ich funkcjach (atrakcjach) potencjał

²²⁶ Por. poświęcony geograficznym modelom przestrzeni turystycznej rozdz. 2.2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.

do zaspokajania takich potrzeb. Niezależnie od typu scenariusza kreacji i ewolucji obszaru turystycznego, scenariusza spontanicznego czy zrationalizowanego, obecność walorów turystycznych w przestrzeni geograficznej jest niezbędnym warunkiem inicjalnym (*conditio sine qua non*) towarzyszącym etapowi wyjściowemu takiego procesu²²⁷. Jeżeli na etapie kreacji przestrzeni turystycznej (gdy znajduje się ona *in statu nascendi*), tj. transformacji przestrzeni geograficznej w przestrzeń turystyczną walory turystyczne nie istnieją, to należy je stworzyć²²⁸.

2) warunek trwania obecności turystów.

Jak dowodzą tego prezentowane i w tej pracy główne teorie ewolucji obszaru turystycznego, trwała w czasie obecność turystów w podprzestrzeni recepcji jest zawsze (inicjalnie i w kontynuacji) w zasadniczym stopniu warunkowana obecnością i jakością walorów turystycznych. Z trwałym pojawieniem się turystów w określonym wyposażonym w walory turystyczne fragmencie przestrzeni geograficznej przeistacza się on we fragment przestrzeni turystycznej (ściślej – we fragment podprzestrzeni recepcji turystów). Synchronicznie, potencjał walorów turystycznych do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turystów staje się realną właściwością takiego nowego fragmentu podprzestrzeni turystycznej.

3) główny czynnik ustalania ładu przestrzennego.

W ustalającej ład przestrzenny (strukturę funkcjonalno-przestrzenną) obszaru turystycznego analizie triady sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych elementów popytu turystycznego (turyści z ich potrzebami) i podaży turystycznej (walory turystyczne z ich atrakcjami, infrastruktura turystyczna ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi) walory turystyczne są kształtująco-dominującym elementem. Są czynnikiem możliwie najkorzystniejszej racjonalizacji ich systemu (relacji funkcjonalnych) i struktury (relacji przestrzennych). Ze swymi właściwościami funkcjonalnymi (atrakcjami) oraz stałym położeniem w przestrzeni turystycznej, walory turystyczne „zakrzywiają grawitacyjnie” wokół siebie podprzestrzeń recepcji turystów, strukturyzują ją funkcjonalnie i przestrzennie, głównie w odniesieniu do jej turystycznych elementów podażowych i popytowych.

²²⁷ By – dla pogładowej analogii – odnieść się do typowej sekwencji serwowania potraw w posiłku antycznego Rzymianina rozpoczynającej się od jajka (*ab ovo*) można stwierdzić, że walory turystyczne stanowią nieodzowne „*ovium*” w każdym procesie powstania i rozwoju turystycznej podprzestrzeni recepcji.

²²⁸ Tak, jak się to często dzieje w przypadku kreacji *ex nihilo* parku rozrywki czy parku poznawczego prezentującego osiągnięcia nauki i techniki, sztucznego jeziora o inicjalnych funkcjach turystycznych czy wielkiego wydarzenia opartego na turystycznych walorach emocjonalnych (kulturowych, sportowych, religijnych). Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.1.2. Tworzenie.

- 4) z uwagi na ich kapitalne znaczenie – przedmiot racjonalnego gospodarowania obejmującego ich typologię, identyfikację, ocenę atrakcyjności oraz zarządzanie zmianami ich stanu.
- 5) ze swoimi atrakcjami (funkcjami) jako źródłem ich świadczenia na rzecz turystów – główny obok terytorialnego produktu turystycznego składnik terytorialnego świadczenia turystycznego, tj. podaży turystycznej obszaru.

W ekonomice usług turystycznych walory turystyczne warunkują gospodarkę świadczenia usług turystycznych, jej: powstanie, egzystencję, funkcję, strukturę funkcjonalno-przestrzenną, atrakcyjność i konkurencyjność rynkową jej produktów: jednostkowego (usługi motywacyjnej) i terytorialnego, trwałość oraz sukces społeczny i ekonomiczny (rentownościowy).

Walory turystyczne stanowią główny, konstytutywny składnik terytorialnego świadczenia turystycznego. Wpływają one wybitnie warunkująco i kształtująco na drugi składnik takiego świadczenia – terytorialny produkt turystyczny rozumiany jako zespół jednostkowych produktów (usług) turystycznych. W szczególności, w ekonomice usług turystycznych walory turystyczne:

- 1) stanowią niezbędne jądro podaży turystycznej, „rdzeń założycielski” jednostkowego produktu turystycznego – turystycznej usługi motywacyjnej ukierunkowanej na zaspokojenie motywacyjnej potrzeb turysty i – konsekwentnie – taki rdzeń terytorialnego produktu turystycznego określonego obszaru. Jest tak dlatego, że produkty (usługi) motywacyjne stanowią kapitalnej wagi składnik terytorialnego produktu turystycznego (motywem podróży turysty jest zaspokojenie potrzeby motywacyjnej: wypoczynku, poznania, emocji, a nie potrzeby organizacji podróży, transportowej czy egzystencjalnej)²²⁹. Będąc istotnym czynnikiem atrakcyjności i konkurencyjności na rynku terytorialnego produktu turystycznego walory turystyczne w zasadniczym stopniu generują popyt turystyczny adresowany do niego samego i przestrzeni jego występowania – regionu, obszaru czy miejsca²³⁰.
- 2) wpływają na motywacyjny (wypoczynkowy, poznawczy, emocjonalny) profil jednostkowego motywacyjnego produktu turystycznego (usługi turystycznej).

²²⁹ Walory turystyczne, chociaż nie stanowią rdzenia niemotywacyjnych produktów turystycznych, takich jak usługi organizacji podróży, transportowe i egzystencjalne (noclegowe, żywieniowe i towarzyszące), ale pośrednio warunkują ich powstanie i rozwój. Te ostatnie nie mają racji swego bytu bez uprzedniego zaistnienia warunkowanych walorami turystycznymi usług motywacyjnych. Ujmując rzecz inaczej: oparte na walorach turystycznych turystyczne usługi motywacyjne nadają sens pozostałym usługom turystycznym.

²³⁰ Por. w poświęconym popytowi turystycznemu w przestrzeni turystycznej rozdz. 4.6. Planowanie i projektowanie uwagi nt. mechanizmu kreowania decyzji turysty o wyborze celu przestrzennego dla jego określonej w motywie podróży turystycznej i – w tego rezultacie na poziomie populacji turystów – kreacji popytu turystycznego adresowanego do określonego turystycznego regionu, obszaru czy obiektu recepcji.

- 3) swoją okresowością – najczęściej fenologiczną – wpływają na jego okresowość.
- 4) jako fundamentalny czynnik zorientowanego na zaspokojenie motywacyjnej potrzeby turysty jednostkowego motywacyjnego produktu turystycznego (turystycznej usługi motywacyjnej) stanowią one podstawę do budowy strategii marketingowej samego produktu o krytycznie istotnym znaczeniu w ramach kompozycji instrumentów stosowanej wobec niego *marketing mix* (strategie: produktu, ceny, kanałów dystrybucji, promocji).
- 5) swoją immobilną lokalizacją w przestrzeni wymuszają współlokalizację turystycznych: produkcji i konsumpcji (jedność miejsca: walorów turystycznych, produkcji i konsumpcji produktu turystycznego). W obszarze turystycznym, struktura przestrzenna walorów turystycznych i struktura funkcjonalno-przestrzenna zdeterminowanych przez lokalizację walorów obiektów infrastruktury turystycznej determinują z kolei strukturę funkcjonalno- przestrzenną sprzężonych z takimi obiektami produktów turystycznych, jednostkowych i terytorialnego.
- 6) jak to już w tej pracy wykazano, pułapem swojej chłonności turystycznej wpływają limitująco na – ekonomicznie i sozologicznie istotną w kontekście postulatu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej, a poprzez to na wolumen świadczonych w takich obiektach usług turystycznych²³¹.

Wobec tak krytycznie istotnej roli walorów turystycznych w gospodarce turystycznej, w zupełności uprawnionym jest mówić w ekonomice turystycznej o **determinizmie walorystycznym** (*per analogiam* do determinizmu geograficznego²³²).

Teoria determinizmu walorystycznego głosi, że w sytuacji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów zarówno jej podaż turystyczna (terytorialne świadczenie turystyczne obejmujące terytorialne świadczenie ze strony walorów turystycznych oraz terytorialny produkt turystyczny) – bezpośrednio, jak i adresowany do niej popyt turystyczny (turyści z ich potrzebami) – pośrednio są w ich genezie, ewolucji, aspektach funkcjonalnych i przestrzennych determinowane w stopniu dominującym istnieniem, położeniem, wła-

²³¹ Metody limitowania presji turystów na walory turystyczne są przedmiotem poświęconego stanowi walorów turystycznych rozdz. 5.2.3.4.2.2. Przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu oraz rozdz. 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

²³² Por. uwagi nt. klasycznej teorii determinizmu geograficznego w rozdz. 2.2.2.2.2.3.1. Teorie przestrzeni geograficznej. Można również mówić o odrodzeniu determinizmu geograficznego np. w postaci neodeterminizmu geograficznego dającego się odczytać z publikacji P. Krugmana (np. 1995, 2009).

ściwościami i zmianami stanu położonych w tej podprzestrzeni walorów turystycznych.

Determinizm walorystyczny stanowi główną rację i zasadę egzystencji, systemu (organizacji funkcjonalnej), struktury (organizacji przestrzennej) i ewolucji (zmian w czasie systemu i struktury) całości gospodarki turystycznej: gospodarowania przestrzenią turystyczną (domena ekonomiki przestrzeni turystycznej) oraz gospodarowania w przestrzeni turystycznej (domena ekonomiki usług turystycznych). Z tej racji, **determinizm walorystyczny należy uznać za naczelną zasadę metodologii gospodarki turystycznej.**

Definicja determinizmu walorystycznego pociąga za sobą oczywisty wniosek, że nie można jego odnieść do ujętych modelowo wszystkich trzech podprzestrzeni funkcjonalnych przestrzeni turystycznej. Ma on zastosowanie wprost jedynie do wyposażonej w walory turystyczne podprzestrzeni recepcji turystów. Ale, dotyczy on pośrednio i pozostałych, nieposiadających takich walorów, funkcjonalnych podprzestrzeni turystycznych: emisji i kanałów tranzytowych turystów. Chociaż obecne w tych podprzestrzeniach obiekty infrastruktury i usługi są w ich genezie niemal wyłącznie paraturystyczne oraz w ich lokalizacji, sprofilowanych funkcjach i rozmiarach wprost niezależne od czynnika walorów turystycznych, to sens ich powstania oraz istnienia uzasadnia pośrednio fakt istnienia i lokalizacji warunkowanych już *explicite* walorami turystycznymi obszarów recepcji turystów (by przypomnieć: rację do powstania oraz istnienia podprzestrzeni emisji i kanałów tranzytowych turystów daje uprzednie powstanie oraz istnienie wyposażonej w walory turystyczne podprzestrzeni recepcji turystów).

Poza znaczeniem dla nauki, teoria determinizmu walorystycznego ma swoje zastosowanie inżynierskie w planistycznej i projektowej optymalizacji przestrzeni turystycznej. Stanowi on naczelną zasadę metodologiczną modelu zintegrowanego kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów opartego na ustaleniu bilansu równowagi elementów reprezentujących w tej podprzestrzeni podaż turystyczną (walory turystyczne z ich atrakcjami oraz obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi) i popyt turystyczny (turyści z ich potrzebami). Wyrazem respektu dla determinizmu walorystycznego w konstrukcji bilansu na poziomie obszaru turystycznego jest nadanie elementowi – czynnikowi „walory turystyczne” w zastosowanej jako narzędzie ustalania ładu przestrzennego analizie triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń takich elementów priorytetu kształtującego dyrektywnie pozostałe dwa elementy takich sprzężeń²³³.

²³³ Por. rozdz. 6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego oraz rozdz. 6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

W sytuacji opartego na przesłankach podaźowych – wyłącznie na walorach turystycznych – planowania regionu turystycznego determinizm walorystyczny przejawia się w determinowaniu lokalizacją i potrzebą ochrony stanu walorów turystycznych położenia obszarów turystycznych, zajmowanego przez nie arealu w przestrzeni geograficznej (obszar turystyczny jest wyznaczany tam, gdzie występują walory turystyczne) oraz limitu chłonności turystycznej ich środowiska geograficznego.

Rozwijając już tutaj zgłoszoną ideę można stwierdzić, że z uwagi na swoją dominację funkcjonalną, swoistą funkcję „sterownika” w systemie sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych występujących w obszarze turystycznym trzech jego podaźowych i popytowych elementów, immobilnie usytuowane walory turystyczne „zakrzywiają grawitacyjnie” tę przestrzeń tworząc w obrębie obszaru turystycznego powiązane funkcjonalnie układy przestrzenne z nimi samymi położonymi w centrum takich układów oraz współwystępującymi z nimi lub położonymi we względnie bliskim ich sąsiedztwie: obiektami infrastruktury turystycznej jako miejscami świadczenia usług turystycznych oraz skupiskami turystów z ich potrzebami²³⁴.

Na polu teorii lokalizacji i przestrzennej struktury gospodarki turystycznej determinizm walorystyczny wyraża się w jedności lokalizacji (współwystępowania) w podprzestrzeni recepcji turystów: „surowca” (walorów turystycznych) oraz produkcji i konsumpcji produktu turystycznego. Skutkuje to również specyficznym dla gospodarki turystycznej fenomenem – w zasadzie brakiem potrzeby transportu pomiędzy tymi elementami cyklu wytwórczości i konsumpcji produktu.

Na polu systemu i ewolucji obszaru turystycznego poszanowanie determinizmu walorystycznego przejawia się w zachowaniu pożądanego stanu walorów turystycznych jako warunku zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej takiego obszaru.

Na poziomie opartego na przesłankach podaźowo-popytowych, z dominacją podaźowych walorów turystycznych, projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego skupia się najpełniejsza pod względem wielości aspektów i głębokości, respektująca determinizm walorystyczny analiza ustalająca bilans równowagi: popyt turystyczny – podaź turystyczna. Taka analiza wchodzi w zakres zespołu tzw. studiów przeddecyzyjnych, przesłankowych do podjęcia decyzji o przystąpieniu do realizacji projektu. Czynności

²³⁴ Są to układy w przestrzeni turystycznej zarówno koncentryczne (jak np. w przypadku obszaru cennego kulturowo zabytkowego centrum miejscowości albo cennego przyrodniczo parku narodowego), jak i liniowe (jak w przypadku drogi krajobrazowej, szlaku turystycznego czy ścieżki dydaktycznej). Por. także poświęcony kwestii specyficznej formy przestrzennej koncentracji gospodarki turystycznej rozdz. 5.5.4. Klaster turystyczny.

inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej polegają tutaj na sporządzeniu planu zagospodarowania terenu inwestycji.

Czynności inżynierii ekonomiki usług turystycznych obejmują wykonanie dla turystycznego obiektu inwestycyjnego zespołu studiów: rynkowego, zwrotu inwestowanego kapitału, wieloaspektowej wykonalności. Po podjęciu decyzji o rozwijaniu projektu, kolejnymi czynnościami są: sporządzenie projektu architektoniczno-budowlanego z respektem dla chłonności turystycznej obszaru transferowanej z poziomu planu regionu *via* plan obszaru turystycznego do poziomu miejscowego, występującej tutaj jako dyspozycyjny inwestycyjnie limit pojemności albo przepustowości turystycznego obiektu inwestycyjnego.

5.2.3. RACJONALNE GOSPODAROWANIE

Krytycznie istotne znaczenie walorów turystycznych, ich determinująca rola w gospodarce turystycznej wymaga stosownego ich traktowania w nauce i praktyce zarówno ekonomiki przestrzeni turystycznej, jak i ekonomiki usług turystycznych. Troska o kondycję stanu walorów turystycznych ma tutaj znaczenie imperatywu. Narzędziem realizacji takiego postulatu w obrębie ekonomiki przestrzeni turystycznej jest racjonalne gospodarowanie walorami turystycznymi, uwzględniane w planowaniu i projektowaniu przestrzeni turystycznej.

Postulat racjonalnego gospodarowania wiąże etyczną i metodologiczną odpowiedzialność gospodarującego każdym dobrem człowieka w szczególności, gdy przedmiotowe dobro jest dobrem rzadkim, często w znacznej swojej części nieodtwarzalnym przez człowieka. Takim dobrem są walory turystyczne.

Ogólnie, przez gospodarowanie jakimś przedmiotem (materialnym czy idealnym) rozumie się nim dysponowanie, rozporządzanie. Tak pojęte gospodarowanie nie jest samo w sobie kategorią wartościującą. Gospodarować czymś można równie dobrze, jak i źle. *Homo oeconomicus* jest zainteresowany w głównej mierze gospodarowaniem – zarówno w krótkim, jak i w długim okresie – możliwie dlań najkorzystniejszym, zarówno w samym procesie gospodarowania, jak i w jego skutkach. Takie gospodarowanie jest możliwe wówczas, gdy jest racjonalne.

Racjonalne gospodarowanie walorami turystycznymi – to rozporządzanie walorami turystycznymi w sposób możliwie najlepiej odpowiadający nie tylko aktualnym, ale i przyszłym celom i potrzebom turysty oraz celom i po-

trzebom rozwojowym gospodarki turystycznej określonego fragmentu turystycznej podprzestrzeni recepcji (turystycznego: regionu, obszaru, obiektu inwestycyjnego).

Obejmuje ono uporządkowane w sekwencji chronologicznej – od planowania regionu poprzez planowanie obszaru turystycznego po projektowanie obiektu turystycznego – takie czynności na walorach turystycznych, jak typologia, identyfikacja i diagnoza, ocena atrakcyjności i zarządzanie zmianami stanu. Zarządzanie zmianami stanu waloru obejmuje takie czynności na walorze, jak przystosowanie (adaptacja), tworzenie (kreacja), zapobieganie (profilaktyka), ochrona (protekcja) i odtwarzanie (restytucja i waloryzacja²³⁵).

Przedstawiona sekwencja czynności racjonalnego gospodarowania walorami turystycznymi daje przesłankę do porządku prezentacji tych czynności.

5.2.3.1. TYPOLOGIA

Trudno racjonalnie gospodarować walorami turystycznymi, poczynając od ich identyfikacji w przestrzeni geograficznej, bez znajomości ich indywidualnej różnorodności i specyfiki z jednej, a równoczesnego ich wpisania w określone ich typy z drugiej strony.

Typologia walorów turystycznych – to zespół czynności polegający na szeregowaniu i logicznym porządkowaniu, według określonego kryterium,

²³⁵ Z uwagi na obserwowaną w literaturze przedmiotu konfuzję stosowania w związku z walorami turystycznymi nazw *waloryzacja* i *ocena* warto odwołać się do *Słownika języka polskiego PWN*, edycja internetowa. Jeżeli w obydwu przypadkach, spośród znaczeń tych nazw wybrać te mające sens w teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej, jak „Ocena – 1. opinia o czymś lub o kimś dokonana w wyniku analizy” i „Waloryzacja – 2. przywrócenie czemuś, np. środowisku, wartości lub naturalnych walorów”, to dla oznaczenia czynności, jakimi są opiniowanie użyteczności i jej stopnia (tj. atrakcyjności) walorów turystycznych właściwą nazwą jest „ocena”. Natomiast „waloryzacja” ma swój sens w teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej jako „odtworzenie utraconej lub pogorszonej w jej stopniu użytecznej wartości czyli atrakcyjności istniejącego waloru turystycznego.”

Warto przy okazji zauważyć, że w przytoczonej słownikowej definicji ocena może również oznaczać „3. określenie materialnej wartości czegoś”. Takie rozumienie oceny nie ma zastosowania w odniesieniu do walorów turystycznych. Jest tak dlatego, że chociaż walory turystyczne jako byty obiektywne, materialne i niematerialne mają wartość użyteczną, to nie mają one wartości wymiennej wyrażonej ceną (w pieniądzu).

Zatem, nie są towarem i jako takie nie stanowią przedmiotu obrotu rynkowego. Stąd, obiekt materialny np. średniowieczny zamek sprzedaje się za ustaloną cenę nie jako turystyczny walor materialny, a jako dobro ekonomiczne – zabudowaną nieruchomość. Obiekt niematerialny, np. krajobraz estetyczny będąc walorem turystycznym, a zarazem dobrem wolnym (nie stanowiąc rezultatu wytwórczości człowieka) nie jest przedmiotem prawa własności (posiadania), a zatem nie może mieć on wartości wymiennej i mierzącej ją ceny. W tego konsekwencji, nie może być on przedmiotem sprzedaży ni jako walor turystyczny, ni jako dobro wolne w rozumieniu ekonomii.

elementów zbioru walorów turystycznych w ich typy (wzorce, modele). Każdy walor turystyczny, którego cechy mieszczą się w granicach przyjętego dla danego typu walorów zbioru cech charakterystycznych należy do takiego ich typu.

Typologia walorów turystycznych ma swoje uzasadnienie w jej rozmaitej natury istotnych implikacjach w gospodarce turystycznej, w tym w ekonomice przestrzeni turystycznej. W tej ostatniej, spośród możliwych wielokryterialnych typologicznych podziałów walorów turystycznych szczególnie użyteczne są dwa: według kryterium genetycznego (rezultat: typy genetyczne walorów) oraz według kryterium rodzaju zaspokajanego przez walory turystyczne motywu podróży turysty (według rodzaju motywacyjnej potrzeby turysty; rezultat: typy motywacyjne walorów).

Typologia walorów turystycznych według kryterium genetycznego wynika z tego, że walory turystyczne są sytuowane w pochodzeniowo dwóch składnikach środowiska geograficznego:

- w środowisku przyrodniczym. Są to walory turystyczne środowiska przyrodniczego, czyli użyteczne dla turysty elementy i cechy środowiska przyrodniczego,
- w środowisku kulturowym (cywilizacyjnym). Są to walory turystyczne środowiska kulturowego (cywilizacyjnego) obejmujące użyteczne dla turysty elementy tego środowiska: kultury materialnej oraz kultury duchowej (szczegółne przejawy współczesnej działalności człowieka).

Genetyczna typologia walorów turystycznych jest użyteczna w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej wówczas, gdy pochodzeniowy charakter środowiska geograficznego rzutuje na specyfikę waloru, jego kontekst systemowy, jego odporność na ingerencję i presję człowieka itp. Ma to istotne znaczenie np. w analizach ilościowych w kierunku ochrony walorów turystycznych w celu uniknięcia tzw. syndromu modliszki w gospodarce turystycznej i realizacji w praktyce postulatu jej trwałego rozwoju²³⁶.

Typologia genetyczna walorów turystycznych jest istotna również z uwagi na specyficzną dla każdego ich typu genetycznego podatność na naprawczą interwencję inżynierii ekonomiki turystycznej. Stworzone przez *homo faber* walory kulturowe: materialne i duchowe są z tej racji bez wątpienia zdecydowanie lepiej przezeń rozpoznane, a jako takie podatniejsze na skuteczną interwencję naprawczą. Są one we względnie wysokim stopniu naprawialne i odtwarzalne.

²³⁶ Por. rozdz. 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

Zastane walory przyrodnicze, wytwory nie poznanej do końca przez człowieka w jej uwarunkowaniach systemowych przyrody, stanowią wysoce wrażliwy przedmiot bardzo często niewłaściwej ingerencji gospodarującego człowieka. Są one tylko w nikłym stopniu kreowalne, naprawialne i odtwarzalne przez człowieka²³⁷.

Typologia walorów turystycznych według kryterium motywacyjnego opiera się na przyjęciu jako jej cechy kryterialnej motywu podróży i związanych z nim potrzeb turysty, dla których określone walory z ich atrakcjami stanowią potencjał do ich zaspokojenia. W taki sposób walory turystyczne stają się celem funkcjonalnym, a ich adres w przestrzeni turystycznej – celem przestrzennym podróży turysty. Wyróżnia się następujące typy motywacyjne walorów turystycznych: walory poznawcze, walory wypoczynkowe oraz walory emocjonalne.

Każdy z motywacyjnych typów walorów turystycznych może występować w orientacji specjalistycznej wówczas, gdy zaspokojenie przez turystę jego potrzeb motywacyjnych w walorze określonego typu i jego atrakcjach wymaga specjalistycznych zamiłowań, wiedzy i umiejętności często potwierdzonych stosownymi certyfikatami (świadectwami kompetencji, licencjami, koncesjami itp.)²³⁸.

Spośród cech waloru turystycznego szczególnie istotnego znaczenia w gospodarce turystycznej są jego cechy funkcjonalne zwane atrakcjami turystycznymi, warunkujące zakres rodzajowy możliwych celów (motywów) wykorzystania waloru przez turystę. Atrakcje (funkcje) jednego waloru turystycznego mogą sytuować ten walor zarazem w kilku motywacyjnych: typach (poznawczych, wypoczynkowych i emocjonalnych) i podtypach walorów turystycznych. Dla jasności kwestii, warto posłużyć się przykładem.

W przypadku waloru turystycznego „jezioro”, walor ten w zależności od jego potencjalnych funkcji do zaspokajania określonych motywacyjnych po-

²³⁷ Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.2.3. Przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu – odtwarzanie: istnienia, atrakcyjności.

²³⁸ Przykłady. „Konsumpcja” specjalistycznych atrakcji (funkcji) walorów wypoczynkowych, poznawczych czy emocjonalnych wymaga od turysty odpowiednio: w przypadku np. atrakcji wypoczynkowych: żeglarskich – patentu sternika jachtowego, amatorskiego lotnictwa – licencji pilota, myśliwskich – specyficznego pozwolenia; atrakcji poznawczych: amatorskich obserwacji przyrody w parku narodowym – uznania kompetencji poznawczych i uzyskania zezwolenia ze strony zarządu parku; atrakcji emocjonalnych – np. sportowych: znajomości zasad rywalizacji sportowej (regulaminu zawodów; zasad danej gry sportowej itp.). Warto w tym miejscu przypomnieć, że mocno zróżnicowane w ich charakterze specjalistyczne orientacje motywów podróży i potrzeb turysty znajdujące się pod przemożną presją oddziaływań marketingowych (w tym mody) stanowią pośród motywów podróży turysty czynnik najbardziej dynamizujący popyt turystyczny – i w powiązaniu z nim ekspansję przestrzeni turystycznej – oraz całość gospodarki turystycznej (ekonomikę przestrzeni turystycznej i ekonomikę usług turystycznych).

trzeb turysty (jego potencjalnych atrakcji), zaliczyć można zarazem do typu walorów poznawczych, jak i walorów wypoczynkowych. Waler ten należy do typu „walory poznawcze” wówczas, kiedy jest pożytkowany przez turystę w celach poznawczych np. obserwacji życia przyrody jeziornej.

Waler ten należy do typu „walory wypoczynkowe” i – po uwzględnieniu jego szczegółowych specyficznych potencjalnych czy realnych funkcji (atrakcji) w obrębie jego funkcji wypoczynkowej – można ów waler zaklasyfikować do podtypów walorów wypoczynkowych zarówno o charakterze pospolitym (jak np. walory kąpielowe), jak też walorów wypoczynkowych orientacji specjalistycznej, takich jak walory żeglarskie, kajakarskie, windsurfingowe, wędkarskie, bojerowe, łyżwiarskie, przydatne do nurkowania itp.

Typologia walorów turystycznych według kryterium motywacyjnego jest użyteczna w planowaniu i projektowaniu operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów, gdzie motywacyjny aspekt potrzeb turysty jest odpowiednio harmonizowany z takimże aspektem zaspokajających takie potrzeby: walorów turystycznych z ich atrakcjami (funkcjami) oraz obiektów motywacyjnej infrastruktury turystycznej (infrastruktury atrakcji waloru turystycznego) ze świadczonymi w nich motywacyjnymi usługami turystycznymi. Tak postępuje się w toku procedury mającej na celu ustalenie zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego (ustalenia jego ładu przestrzennego)²³⁹.

Z uwagi na głównie naukowy cel niniejszej pracy, prezentacja tak istotnej inżynieriynie typologii walorów motywacyjnych jest tutaj ograniczona – co do zasady – do samego rejestru typów takich walorów i krótkiego komentarza bez ich rozbudowanej, szczegółowej charakterystyki.

Walory poznawcze

Ogólnie ujętym motywem poznawczej podróży turysty jest zaspokojenie jego złożonej potrzeby ciekawości świata dokonujące się w kontakcie z odwiedzanymi walorami turystycznymi posiadającymi wraz z ich atrakcjami (funkcjami) potencjał do zaspokojenia takiej potrzeby. Chodzi tutaj o zaspokojenie przez turystę jego ciekawości świata poprzez w zasadzie emocjonalnie obojętny intelektualny akt poznawczy.

W zależności od logicznego charakteru zbioru walorów (zbiór w sensie dystrybutywnym albo kolektywnym), rozróżnia się dwie grupy turystycznych walorów poznawczych:

²³⁹ Instrumentem takiej procedury jest metoda analizy triady funkcjonalnych i przestrzennych sprzężeń obecnych w przestrzeni obszaru elementów podaźowych i popytowych. Por. rozdz. 6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego.

- walory poznawcze tematyczne.

Ich zbiór ma charakter zbioru dystrybutywnego. Należą do nich wyizolowane z ich kontekstu środowiskowego walory turystyczne poznawcze środowiska przyrodniczego, kulturowego i stanowiące przejaw działalności człowieka skoncentrowane wokół wspólnego poznawczego „tematu”. Takim są „walory – tematy”, jak np. owady, fortyfikacje, wiatraki, folklor. Poznawcze walory tematyczne są celem funkcjonalnym i przestrzennym turystycznych poznawczych podróży tematycznych.

- walory krajoznawcze.

Należą do nich postrzegane w ich zespole współwystępujące w określonym fragmencie podprzestrzeni recepcji turystów („kraju”) różne walory turystyczne środowiska przyrodniczego, kulturowego i walory stanowiące przejaw działalności człowieka. Ich postrzegany przez turystę krajoznawczy zbiór może mieć charakter zbioru dystrybutywnego albo kolektywnego.

Walory turystyczne stanowią zbiór w sensie dystrybutywnym wówczas, gdy są przez turystę postrzegane w przestrzeni turystycznej (w zwiedzonym „kraju”) jedynie jako zbiór odrębnych elementów jej środowiska geograficznego, stanowiących odrębne przedmioty zwiedzania (np. zabytkowy zamek, drzewo pomnikowe itp.). Tutaj zwiedza się „kraj” poprzez proste sumowanie rezultatów odwiedzin jego poszczególnych, odrębnych w ich właściwościach walorów turystycznych (np. gdy mówi się: „zwiedziłem Toruń”, w tym przypadku oznacza to, że odwiedziłem Ratusz, Katedrę Św. Janów, Planetarium, mury staromiejskie, Krzywą Wieżę, Dom Kopernika itd.).

Walory turystyczne tworzą zbiór w sensie kolektywnym wtedy, gdy są postrzegane w ich wspólnej właściwości niestanowiącej właściwości poszczególnych walorów turystycznych – elementów ich zbioru. Kolektywny zbiór różnych w charakterze walorów turystycznych ma tę właściwość, że pojawia się efekt holistyczny – nowy „syntetyczny” walor, o cechach przysługujących całości zbioru i nie stanowiących prostej sumy cech jednostkowych jego walorów składowych. Takim zbiorem jest np. doświadczana jako całość uroda krajobrazu w sensie emocjonalnym: malarskim (wizualnym), akustycznym, zapachowym czy klimatycznym (np. gdy mówi się: „zwiedziłem Toruń”, w tym przypadku oznacza to, że podziwiałem z drugiego brzegu Wisły panoramę Starego Miasta, kontemplowałem pejzaż, nastrój estetyczny: wizualny, akustyczny i zapachowy Rynku Staromiejskiego itd.). Tutaj zwiedza się „kraj” poprzez odwiedziny „całości krajobrazowych” emanujących ze zbioru występujących w nim walorów turystycznych.

Poznawcze walory krajoznawcze są celem funkcjonalnym i przestrzennym turystycznych podróży (wycieczek) krajoznawczych.

Walory poznawcze można również porządkować według kryterium genetycznego. Wyróżnia się walory poznawcze środowiska przyrodniczego oraz walory poznawcze środowiska kulturowego. Każdy z typów genetycznych obejmuje odpowiednio swoje klasy rodzajowe walorów:

- walory środowiska przyrodniczego, ożywionego i nieożywionego, takie jak charakterystyczne ekosystemy przyrodnicze oraz zespoły krajobrazowe (w sensie przyrodniczo-estetycznym), obszary chronionej przyrody (parki narodowe, parki krajobrazowe, obszary chronionego krajobrazu, rezerваты) i obiekty przyrodnicze (drzewa i głązy pomnikowe itp.), osobliwości przyrody (oryginalne zjawiska przyrodnicze, jak np. wulkanizm, bifurkacja rzek, spektakularne pływy morskie etc.),
- walory środowiska kulturowego:
 - walory historycznego dziedzictwa kultury materialnej: zabytki archeologii, urbanistyki, budownictwa i architektury, muzea, kolekcje współczesnych dzieł plastycznych, zabytki materialnej kultury ludowej (w tej liczbie eksponowane w formie skansenów) itp. Walory tej grupy miewają swoistą organizację przestrzenną ich występowania – jej formami są zabytkowe: centrum, zespół, obiekt oraz miejsce historyczne i ośrodek zabytków ruchomych (muzeum, archiwum, biblioteka),
 - walory historycznego niematerialnego dziedzictwa kultury duchowej: język (dialekt, gwara), folklor, zwyczaj i obyczaj, obrzędowość, strój regionalny, receptury kuchni regionalnej,
 - walory współczesnej kultury i cywilizacji (walory współczesnych osiągnięć człowieka), materialne i niematerialne: budowle – wybitne osiągnięcia architektury o różnych funkcjach, osiągnięcia nowoczesnej nauki, techniki, gospodarki etc.

Szczególnymi miejscami wysokiej koncentracji przestrzennej dużej liczby i często wysokiej wartości wszystkich wymienionych tutaj odmian walorów poznawczych w wariacie walorów środowiska kulturowego są wielkie miasta. Dotyczy to walorów o charakterze zabytkowym, a zwłaszcza współczesnym. Parafrazując celne spostrzeżenie O. Rogalewskiego (1996, s. 14) można powiedzieć, że w wielkich miastach pojawia się nowy walor turystyczny o charakterze zbiorowym, holistycznym manifestujący się we wszystkich składnikach materialnych, społecznych, kulturowych, cywilizacyjnych i gospodarczych jego życia. Zwłaszcza nagromadzony w wielkich miastach ogromny potencjał osiągnięć nowoczesnej kultury i cywilizacji oraz doskonała zazwyczaj dostępność transportowa tych miast sprawiają, że wielkie miasta same w sobie – niezależnie od liczby i wartości występujących na ich terenie jednostkowych walorów turystycznych – stanowią poważnej siły

magnes do przyciągania turystycznych: migracji oraz inwestycji infrastrukturalnych. W sumie, stwarza to warunki do dynamicznego rozwoju wielkomiejskiej gospodarki turystycznej.

Walory poznawcze, zarówno przyrodnicze jak i kulturowe, występują w przestrzeni geograficznej bądź w postaci wyizolowanych punktów bądź ich skupisk zorganizowanych w formie układów koncentrycznych albo liniowych. Takie struktury przestrzenne walorów mogą mieć swoje naturalne źródło pochodzenia (np. linia rzeki, linia brzegu morskiego, kontur parku narodowego – biotopu) bądź stanowić wynik ich świadomego zaplanowania i urządzenia przez człowieka (np. szlak drogowy, pieszy szlak górski itp.). W obu przypadkach ich urządzenie do potrzeb turystyki poznawczej wymaga specyficznych prac z dziedziny inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej (por. kolejne podrozdziały nt. przystosowania i tworzenia walorów turystycznych) oraz ekonomiki usług turystycznych.

Do układów koncentrycznych zespołu poznawczych walorów turystycznych zalicza się przykładowo centra i zespoły zabytkowe oraz zwarte kompleksy parków narodowych i krajobrazowych. Układami liniowymi w przestrzeni turystycznej zespołu turystycznych walorów poznawczych są szlaki turystyczne, a turystycznych walorów emocjonalnych – drogi krajobrazowe.

Zarówno szlak turystyczny, jak i droga krajobrazowa, to zorganizowane liniowo w przestrzeni turystycznej zbiory – odpowiednio – poznawczych i emocjonalnych walorów turystycznych odmienne w charakterze i w tego konsekwencji – w sposobie ich postrzegania i przeżywania przez turystę.

Szlak turystyczny – to zorganizowany liniowo w przestrzeni turystycznej zbiór poznawczych walorów turystycznych rozumiany zarówno w sensie dystrybutywnym – wtedy, gdy walory ze zbioru są postrzegane przez turystę w ich różnorodności tematycznej i nieraz wybiórczo („pseudo szlak turystyczny”), albo kiedy zbiór walorów turystycznych szlaku łączy ich wspólny „temat – motyw przewodni” np. historyczny, przyrodniczy. To, co łączy walory turystyczne szlaku turystycznego w umyśle turysty ma więc charakter racjonalny²⁴⁰.

Droga krajobrazowa – to odcinek drogi kołowej lub wodnej przecinający atrakcyjne estetycznie zespoły krajobrazowe, przyrodnicze i kulturowe. Krajobraz jest cechą środowiska geograficznego rozumianego jako zbiór kolektywny, postrzegana przez turystę holistycznie i przeżywana emocjonalnie. Jest więc turystycznym walorem emocjonalnym. To, co łączy elementy środowiska geograficznego drogi krajobrazowej w umyśle turysty ma więc charakter emocjonalny.

²⁴⁰ Według O. Rogalewskiego (1997, s. 104) szlaki turystyczne to „odcinki dróg kołowych, ścieżek pieszych i narciarskich, nizinnych i górskich oraz cieki i zbiorniki wodne, które ze względu na posiadane walory turystyczne są systematycznie uczęszczane przez turystów, a więc stanowią trasę wędrówek i wycieczek turystycznych.”

Obydwa układy liniowe walorów rządzą się inną, właściwą sobie organizacją poruszania się oraz ich zwiedzania przez turystę. Walory turystyczne szlaku występują najczęściej w układzie liniowym ich koncentracji przestrzennej, a każdy z walorów składowych szlaku jest przedmiotem zatrzymania się i wizyty turysty.

W przypadku drogi krajobrazowej, koncentracja przestrzenna jej walorów ma charakter powierzchniowego zespołu krajobrazowego (pejzażu) o charakterze przyrodniczym, kulturowym lub przyrodniczo – kulturowym i w zasadzie – za wyjątkiem postoju w punktach widokowych (belwederach) – są postrzegane przez przemierzającego się tą drogą bez zatrzymań turystę jako swoisty ruchomy film.

W odróżnieniu od starannie i kompleksowo zagospodarowywanych szlaków turystycznych, drogi krajobrazowe są w zasadzie poddane jedynie podstawowym zabiegom przystosowującym w kierunku najlepszej ekspozycji wizualnej walorów krajobrazowych (np. wizura – przecinka przesłaniających widok drzew i krzewów, urządzenie punktu widokowego – belwederu wraz z parkingiem, sanitariatem, miejscem do odpoczynku i spożycia posiłku).

Walory wypoczynkowe

Wysoce użyteczna w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej typologia turystycznych walorów wypoczynkowych jest oparta na kryterium genetycznym. Wyróżnia się walory wypoczynkowe środowiska przyrodniczego i walory wypoczynkowe środowiska kulturowego (cywilizacyjnego).

Walory wypoczynkowe środowiska przyrodniczego

Częstą specyfiką ekosystemów przyrodniczych jest ich strefowość fizycznogeograficzna, równoleżnikowa albo południkowa z racji przestrzennego rozkładu ukształtowania rzeźby powierzchni Ziemi (geomorfologii) oraz równoleżnikowa – skutek takiego rozkładu przestrzennego typów klimatu. Modelowa może być tutaj warunkowana głównie geomorfologicznie strefowość środowiska przyrodniczego Polski. Można tutaj mówić o tzw. strefowych walorach wypoczynkowych (por. Tab. 3 w rozdz. 6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury).

Jest ogólnościową, dowiedzioną statystyką migracji turystycznych prawidłowością, że dwie strefy występowania walorów wypoczynkowych zdecydowanie dominują nad pozostałymi poziomem ich frekwencji turystycznej. Są to: strefa ciepłych obszarów nadmorskich i strefa górską. Tak wysoka, wyróżniająca frekwencja obu wymienionych typów stref fizycznogeograficznych jest niewątpliwie pochodną dominujących trendów, w tym zjawiska mody w migracjach turystycznych ostatnich dziesięcioleci.

Osobną grupę typologiczną przyrodniczych walorów wypoczynkowych stanowią walory astrefowe, tzn. położone bez związku przyczynowo-skutkowego z charakterem strefy fizycznogeograficznej swej lokalizacji (mogą one występować w każdej takiej strefie). Zaliczyć do nich należy walory uzdrowiskowe.

Walory wypoczynkowe środowiska kulturowego (cywilizacyjnego)

Antropogenne walory wypoczynkowe środowiska kulturowego są położone zarówno w obszarach aglomeracji miejskich, jak i na obszarach wiejskich. Należą do nich walory rozrywki²⁴¹ (zorganizowane w formie parku rozrywki, zwanego inaczej parkiem rekreacyjnym albo parkiem wypoczynku) i walory wypoczynkowe gospodarstwa agroturystycznego.

Walorami rozrywki są: wielkoskalowy park rozrywki (np. typu Disneyland) i centrum rozrywki. Walory rozrywki oraz ich atrakcje są kreowane *ex nihilo*. Park rozrywki jest przedmiotem specyficznego, częstokroć wyrafinowanego, interdyscyplinarnego projektowania.

Kulturowym walorem wypoczynkowym w środowisku wiejskim są wakacje w gospodarstwie znane pod nazwą „agroturystyka”. Precyzyjniej, takim walorem jest „funkcja wypoczynkowa połączona z funkcją poznawczą w gospodarstwie rolnym” oparta na modelu życia po chłopsku (w nomenklaturze francuskiej – *la vie à la paysanne*), z jego atrakcjami (funkcjami) – czynnościami pracy i czasu wolnego rodziny chłopskiej. Wieś daje poznać turystom z miasta – najczęściej rodzinom – swoje życie w różnych przejawach, rzemiosło rolnika i jego produkty oraz dziedzictwo kulturowe. Odbywa się to w integracyjnej i symbiotycznej relacji rodzina chłopska – rodzina turystów wyrażającej się poprzez wspólne zamieszkiwanie, posiłek, pracę (w odniesieniu do turystów – nieodpłatną lub bilansowaną dyspensą z ponoszenia przez turystę kosztów utrzymania), świętowanie, rozrywkę itd.²⁴². Tak jest np. we Francji, gdzie idea agroturystyki jako instrumentu w rządowym programie aktywizacji obszarów rolniczych znajdujących się w kryzysie powstała w latach 1970 i odniosła spektakularny sukces (był to problem bardziej gospodar-ki rolnej i wsi, aniżeli gospodarki turystycznej)²⁴³.

²⁴¹ O. Rogalewski użył nazwy „walory rozrywkowe” (cudzołłów w oryginale). O. Rogalewski, 1996, s. 13.

²⁴² Istotę tzw. agroturystyki jako formy wypoczynku na wsi, w jej aspektach: psychologicznych, socjologicznych, ekonomicznych oraz infrastrukturalnych – na co wskazał S.S. Szadziński, 1984, s. 156-158 – już dawno ujęto w licznych pracach z okresu wprowadzania tej idei do praktyki społecznej i gospodarczej (np. prace: W. Pevetz, 1966; Banque Nationale de Paris, 1971; M. Montard de Peythieu, 1971; W.V. Oertzen, 1971; M. Roedling, 1974; B. Leprince, 1975; R. Picherie i M. Smith, 1976; M. Falquier, 1979).

²⁴³ W ich dużej liczbie w Polsce (ponad 8 tys. w r. 2014 – dane GUS), formalne tzw. gospodarstwa agroturystyczne nie mają nic wspólnego z tak zdefiniowaną ideą „agroturystyki”. Są to

Walory emocjonalne

Turystycznymi walorami emocjonalnymi są emocje związane z krajobrazem w sensie estetycznym (wizualnym, akustycznym, zapachowym) oraz wydarzeniami ze sfery kultury, religii, rywalizacji w sporcie i hazardzie oraz silnej więzi społecznej (rodzinnej, przyjacielskiej, koleżeńskej, korporacyjnej, patriotycznej, etnicznej, regionalnej) zaspokajające tak rodzajowo sprofilowane duchowe, emocjonalne potrzeby turysty.

W świetle tego wyróżnia się:

- walory emocjonalne krajobrazu – cechy środowiska geograficznego, z jego estetyką wizualną, akustyczną i zapachową,
- walory emocjonalne kulturalne, adresowane do turysty podróżującego z motywem emocji kulturalnych. Są nimi przeżycia podczas „żywych” manifestacji kulturalnych odbywających się w specjalnie dla tych celów urządzonych obiektach infrastrukturalnych. W przypadku takich walorów o charakterze ciągłym są nimi budynki i budowle opery, teatru, filharmonii, a w sytuacji walorów o charakterze cyklicznym lub incydentalnym – obiekty plenerowe (np. amfiteatry) lub wynajmowane i adaptowane w takim celu stałe (nieraz zabytkowe) obiekty infrastrukturalne festiwali teatralnych, filmowych, piosenkarskich, muzycznych, operowych, kabaretowych itp.
- walory emocjonalne religijne, adresowane do turysty podróżującego z motywem emocji religijnych. Są nimi przeżycia związane z pielgrzymowaniem oraz pobytem i uczestnictwem w obrzędach religijnych w urządzonych infrastrukturalnie miejscach o funkcjach religijnych, takich jak obiekty pielgrzymkowe, sanktuaria oraz inne miejsca kultu religijnego związane np. z osobą świętego lub wybitnej postaci z dziejów religii, miejsca uroczystości i kongresów religijnych (np. stadiony sportowe) etc.
- walory emocjonalne rywalizacji w sporcie i hazardzie, adresowane do turysty podróżującego z motywem emocji takiego rodzaju. Należą do nich przeżycia związane z różnymi formami rywalizacji w sporcie i w hazardzie, w szczególności doświadczanymi w toku wydarzeń sportowych, jak np. olimpiada, mistrzostwa: świata, kontynentalne i krajowe oraz w kasynach gier z szeroką paletą zróżnicowanych atrakcji – gier hazardowych. Walory tej grupy występują w miejscach

w swej istocie pokoje gościnne w środowisku wiejskim, dziwnym zbiegiem okoliczności usytuowane głównie na obszarach położonych w bliskim sąsiedztwie wysoce atrakcyjnych walorów wypoczynkowych w krajobrazie nadmorskim, pojeziernym i górskim (walor życia po chłopsku nie ma tutaj nic do rzeczy). Program obsługowy tzw. gospodarstw agroturystycznych obejmujący funkcję egzystencjalną – noclegową i żywieniową – może uzupełniać mniej lub bardziej nieautentyczny, sztuczny, najczęściej w stylizacji folklorystycznego kiczu program rozrywkowo – poznawczy. Zatem, w warunkach Polski ma się do czynienia z wypaczoną (głównie przez wzgląd na związane z tym korzyści, dotacje – w tym z funduszy Unii Europejskiej) interpretacją „agroturystyki” sprowadzoną do jej karykatury. Właściwą nazwą dla takiego zjawiska jest „pseudoagroturystyka”.

i obiektach infrastrukturalnych odbywania się rywalizacji sportowej oraz w kasynach gier hazardowych. Walory emocjonalne rywalizacji mogą stanowić o charakterze dominującej, a nawet wyłącznej funkcji turystycznej (monofunkcyjność turystyczna) i strukturze funkcjonalno-przestrzennej danej miejscowości turystycznej. Tak jest np. w przypadku miejscowości olimpiady sportowej oraz miasta – centrum rozrywki jak światowa stolica hazardu Las Vegas. Bywa, że walory rywalizacji sportowej i hazardowej pełnią rolę walorów komplementarnych wobec walorów związanych z zaspokojeniem podstawowego, innego motywu podróży turysty, czego wyrazem infrastrukturalnym jest np. kasyno gier w wypoczynkowym kurorcie nadmorskim (Monte Carlo, Atlantic City itp.) czy górskim (np. Chamonix).

- walory emocjonalne silnej więzi społecznej (można je zwać walorami przeżyć nostalgicznymi), są adresowane do turysty podróżującego z motywem emocji związanych z takim rodzajem więzi społecznej. Ta grupa walorów obejmuje:
 - walory więzi rodzinnej, przyjacielskiej. Walorami turystycznymi są tutaj przeżycia turysty związane z obcowaniem z osobami, z którymi łączy go więzi rodzinne i przyjacielskie, na które składają się: dobre samopoczucie, klimat emocjonalnego ciepła i zrozumienia, wspólnota tematów rozmów (osoby, przeżycia, miejsca, wspomnienia), poczucie wspólnoty bezpieczeństwa i relaksu.
 - walory więzi koleżeńskiej i korporacyjnej. Walorem turystycznym są przeżycia turysty związane ze spotkaniem wspólnoty koleżeńskiej lub korporacyjnej. Często formą organizacyjną dla takiego waloru są zjazdy koleżeńskie oparte na wspólnocie losów szkolnych, akademickich, wojennych, wojskowych, zawodowych, sportowych itp. Takie walory występują zazwyczaj w miejscach i obiektach infrastrukturalnych wspólnotowego życia w przeszłości (szkoła, uczelnia, zakład pracy, klub wojskowy, klub sportowy itp.).
 - walory więzi patriotycznej, etnicznej czy regionalnej. Walorami są tutaj:
 - przeżycia w miejscach ważkich dla narodu, państwa, wspólnoty etnicznej czy regionalnej wydarzeń historycznych (w tzw. miejscach historycznych, jak np. miejsca bitew, zrywów powstańczych, podpisania historycznej wagi porozumień politycznych i społecznych, miejsca związane z biografią wybitnych postaci życia patriotycznego, politycznego, naukowego, kulturalnego etc.) oraz współczesnych (manifestacje patriotyczne, zloty),
 - przeżycia związane z zaspokajaną potrzebą turysty, jaką jest nostalgiczny „powrót do korzeni” pochodzeniowych: ojczystych, etnicznych i rodzinnych.

Z uwagi na częstokroć dyskretny, sporadyczny i efemeryczny charakter walorów silnej więzi społecznej ani one same, ani zazwyczaj ich paraturystyczna infrastruktura motywacyjna nie są przedmiotem interwencji inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej. Natomiast, potrzeby turystów – amatorów takich walorów są przedmiotem zainteresowania inżynierii ekonomiki usług turystycznych ze względu na świadczone takim turystom usługi transportowe i egzystencjalne (noclegowe, żywieniowe i towarzyszące).

Jeżeli wziąć pod uwagę gwałtownie narastające psychologiczne problemy człowieka, jakie niesie ze sobą współczesna cywilizacja, emocjonalny motyw podróży turysty, turystyczne walory emocjonalne oraz potrzeby tej grupy turystów wymagające zaspokojenia w obiektach infrastruktury turystycznej i świadczonych w nich usługach turystycznych mogą odgrywać coraz znaczącą rolę w gospodarce turystycznej.

5.2.3.2. IDENTYFIKACJA

Punktem wyjścia racjonalnego gospodarowania walorami turystycznymi określonego regionu czy obszaru jest stwierdzenie ich istnienia w przestrzeni geograficznej (identyfikacja). Odbywa się ona poprzez znalezienie w tej przestrzeni takiego jej elementu lub jej cechy albo przejawu specyficznej działalności człowieka, który(a) spełnia kryterium definicyjne waloru turystycznego polegające na posiadaniu potencjału do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty. Inaczej, identyfikacja walorów turystycznych, to stwierdzenie użyteczności środowiska geograficznego przestrzeni geograficznej do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty.

W inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, identyfikacji walorów turystycznych dokonuje się inicjalnie w planowaniu regionu w rezultacie przeprowadzonej oceny potencjału użyteczności położonych w regionie elementów i cech środowiska geograficznego (przyrodniczego i kulturowego) oraz specyficznych przejawów współczesnej działalności człowieka do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty: poznawczych, wypoczynkowych i emocjonalnych. Rezultatem identyfikacji walorów turystycznych w planowaniu potencjalnego regionu turystycznego jest wskazanie przez plan w jego granicach obszarów wyposażonych w walory turystyczne – potencjalnych obszarów turystycznych.

5.2.3.3. ATRAKCYJNOŚĆ I JEJ OCENA

Atrakcyjność czegoś, to jego posiadająca zwrot właściwość relacyjna²⁴⁴. W przypadku atrakcyjności waloru turystycznego oznacza ona jego zdolność

²⁴⁴ Relacyjna właściwość czegoś (podmiotu lub przedmiotu) wymaga istnienia dwóch stron relacji (podmiotów lub przedmiotów, A i B) pozostających we wzajemnym stosunku ze

do przyciągania turysty (zwrot siły przyciągającej od turysty ku walorowi) ze względu na potencjalny stopień zaspokojenia we właściwościach waloru (jego funkcjach – atrakcjach) motywacyjnych potrzeb turysty (potrzeb: poznania, wypoczynku, emocji).

Jeżeli identyfikacja waloru turystycznego stwierdza jego istnienie, tzn. istnienie w przestrzeni geograficznej przedmiotów materialnych i niematerialnych wykazujących potencjalną użyteczność do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty, to atrakcyjność waloru turystycznego oznacza stopień takiej jego użyteczności.

Wysoki stopień atrakcyjności waloru turystycznego znacznie uprawdopodobnia sukces ekonomiczny, rentowność inwestycji i usług opartych na tym walorze jako rdzeniu produktu turystycznego i znaczącym czynnikiem adresowanego do takiego produktu popytu turystycznego. Wymaga to sporządzenia w ramach planowania obszaru turystycznego oceny jego walorów turystycznych, a następnie dokonania ich hierarchizacji ze względu na stopień ich atrakcyjności.

Miejsce w hierarchii (rankingu) walorów turystycznych według ich stopnia atrakcyjności rzutuje na ustalenie listy rankingowej priorytetów: planistycznych (w wyborze terenów planowania) – to w ekonomice przestrzeni turystycznej oraz lokalizacyjnych (w wyborze najlepszych lokalizacji dla budowlanych turystycznych inwestycji infrastrukturalnych i – konsekwentnie – dla turystycznej działalności usługowej) – to w ekonomice usług turystycznych.

Jak to wynika z lektury literatury przedmiotu, ocena atrakcyjności walorów turystycznych przedstawia trudność metodologiczną, wyraźnie większą aniżeli w przypadku ich identyfikacji. Metody oceny atrakcyjności walorów turystycznych (oceny stopnia użyteczności walorów turystycznych dla turysty) należą do metod fizjografii urbanistycznej stanowiącej dział tzw. geografii stosowanej. Zazwyczaj są one stosowane łącznie z poprzedzającymi je w sekwencji czynności badawczych metodami identyfikacji walorów turystycznych.

Jeżeli przypomnieć, że atrakcyjność waloru turystycznego jest jego właściwością relacyjną, tzn. zachodzi ona w powiązaniu walor turystyczny – turysta, stanowi to przesłankę ku temu, aby metody oceny stopnia atrakcyjności waloru zasadały się na badaniu właśnie takiej relacji. Jednak tak nie jest. Miejsce opinii turystów zastępuje ocena badacza, co jest źródłem metodologicznej ułomności wielu znanych i stosowanych metod, głównie z powodu deformującego ocenę ich subiektywizmu.

względem przedmiotu tej relacji, jakim jest ta właściwość. W przypadku właściwości „atrakcyjność” jest nią atrakcyjność – siła przyciągania, mająca swój określony zwrot: albo A przyciąga B, albo B przyciąga A albo A i B przyciągają się wzajemnie.

Przyjmując – jako porządkujące prezentację takich metod – kryteria: genetyczne i motywacyjne typologii walorów turystycznych, klasyfikacja najczęściej powiązanych metod identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych przedstawia się następująco (i w takim porządku zostanie omówiona):

- metody identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska przyrodniczego: wypoczynkowych i poznawczych,
- metody identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska kulturowego (cywilizacyjnego): wypoczynkowych, poznawczych i emocjonalnych.

Metody identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska przyrodniczego

Metody identyfikacji i oceny atrakcyjności wypoczynkowych walorów turystycznych środowiska przyrodniczego

Najpowszechniej stosowaną – szczególnie wśród polskich fizjografów urbanistycznych – metodą łączącą w sobie identyfikację z oceną atrakcyjności waloru turystycznego jest metoda bonitacji punktowej środowiska przyrodniczego na potrzeby migracji wypoczynkowych (rekreacyjnych), najpełniej od strony teoretycznej przedstawiona przez D. Sołowiej (1987)²⁴⁵.

Należy zwrócić uwagę, że nie jest to metoda odnosząca się do oceny waloru turystycznego należącego do każdego typu genetycznego i motywacyjnego. Zawęża ona ocenę walorów turystycznych do jednego tylko ich typu genetycznego – do walorów środowiska przyrodniczego (pomija walory środowiska kulturowego: zarówno materialne, jak i niematerialne) i jednego tylko ich typu motywacyjnego – do walorów wypoczynkowych (nie odnosi się ona do walorów poznawczych i emocjonalnych). Krytyczna analiza tej metody jest tutaj przeprowadzona z uwagi na możliwości jej zastosowań w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Metoda bonitacji punktowej środowiska przyrodniczego (na przykładzie bonitacji rzeźby terenu) do celów rekreacji obejmuje następującą sekwencję operacji²⁴⁶:

- 1) przyjęcie założenia wyjściowego: rzeźba terenu jest turystycznym walorem wypoczynkowym.
- 2) wykonanie typologii zespołów form rzeźby terenu (w przykładzie D. Sołowiej, 1987, należą tutaj typy rzeźby: równinny, falisty, pagórkowaty, wzgórzowy, rynnowy, krawędziowy) rozumianej zarazem jako typologia walorów wypoczynkowych opartych na typach form rzeźby terenu.

²⁴⁵ D. Sołowiej, 1987, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 36-44 i 72-123.

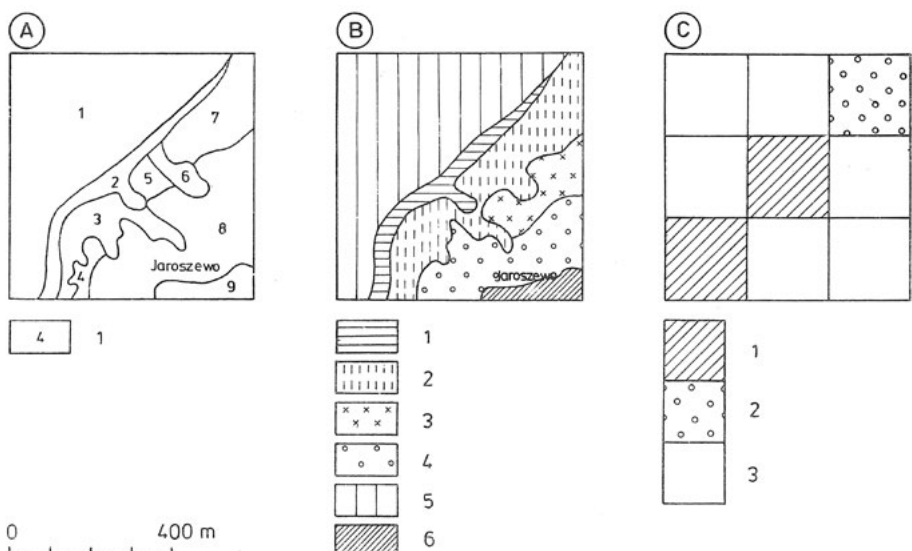
²⁴⁶ D. Sołowiej, 1987, s. 36-38.

- 3) sporządzenie klasyfikacji bonitacyjnej typów rzeźby terenu, podziału typów form rzeźby na klasy – klasy typów walorów wypoczynkowych rzeźby z równoczesnym porządkowaniem klas typów rzeźby terenu w szereg wartościujący wg kryterium potencjału generowanej wobec turysty siły atrakcyjności określonej klasy malejąco, poczynając od typów rzeźby terenu o największej sile atrakcji – typy rzeźby: pagórkowaty, rynnowy, krawędziowy, średniej – wzgórzowy i niskiej – równinny, falisty²⁴⁷.
- 4) wykonanie bonitacji punktowej walorów turystycznych, której sens polega na formalnej zamianie (konwersji) wyrażonej słownie oceny uzyskanej w wyniku klasyfikacji bonitacyjnej w ocenę wyrażoną liczbowo – w punktach. Tytułem przykładu (za D. Sołowiej, 1987, s. 38), klasom atrakcyjności dla wypoczynku typów rzeźby terenu odpowiada ich bonitacja punktowa: pagórkowaty, rynnowy, krawędziowy – 6 punktów; wzgórzowy – 3 punkty; równinny, falisty – 0 punktów.
- 5) dokonanie kwalifikacji terenu o określonym typie rzeźby, jakiemu przypisano w rezultacie bonitacji jakąś liczbę punktów bonitacyjnych. Operacja ta jest powrotną zamianą uzyskanej oceny wyrażonej liczbowo (punkty) w ocenę wyrażoną słownie z tą jednak różnicą, że o ile ocena użyteczności i atrakcyjności w wyniku przeprowadzonej klasyfikacji bonitacyjnej dotyczyła typu formy rzeźby terenu jako waloru wypoczynkowego, to w przypadku kwalifikacji ocena użyteczności i atrakcyjności dla turysty typu formy rzeźby jako waloru turystycznego została przeniesiona na ocenę użyteczności i atrakcyjności terenu występowania tego waloru. W cytowanym przykładzie wyróżniono pięć klas terenów o zróżnicowanej przydatności (inaczej: użyteczności) i atrakcyjności, cytat: „pojawiają się następujące kategorie kwalifikacyjne: – teren bardzo przydatny, – teren atrakcyjny, – teren średnio atrakcyjny, – teren nieatrakcyjny, – teren nieprzydatny.”²⁴⁸

Uzyskany syntetyczny rezultat zastosowania przez D. Sołowiej metody bonitacji punktowej do identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych oraz ich siedliska (terenu występowania) dla wybranych form rekreacji, metody obejmującej: typologię uroczysk, ocenę ich przydatności (użyteczności) rekreacyjnej oraz ocenę rekreacyjnej atrakcyjności terenów przedstawia ryc. 8.

²⁴⁷ Uwaga autora S.S.: istotnym jest podkreślić znaczenie celu oceny. Ocena przydatności jakiegoś komponentu środowiska przyrodniczego do potrzeb gospodarki turystycznej jest różna, nieraz diametralnie, w zależności od celu oceny związanego z jego sposobem użytkowania turystycznego. Np. morenowy klif morski bez plaży u jego podnóża może być oceniony wysoko jako turystyczny walor poznawczy (krajobrazowy), ale jest nieużyteczny jako walor wypoczynkowy (do kąpiei morskich i słonecznych) czy z racji warunków inżynierskich do posadowienia obiektu infrastruktury turystycznej.

²⁴⁸ D. Sołowiej, 1987, s. 38.



A. Typy uroczysk: 1. kolejne numery opisanych na mapie uroczysk, charakterystyka jednostek znajduje się w części B ryciny; B. Ocena przydatności uroczysk dla wybranych form rekreacji: 1. uroczyska przydatne do plażowania (płaska, sucha półka abrazyjna porośnięta zespołem trawiastym), 2. uroczyska przydatne do spacerów (zróżnicowane morfologicznie zbocze z borem świeżym i suchym), 3. uroczyska przydatne dla potrzeb budownictwa rekreacyjnego (piaszczyste, bezleśne z przewagą gleb 6 kompleksu rolniczej przydatności), 4. uroczyska przydatne do biwakowania (tereny płaskie i orne), 5. uroczysko jeziorne (jeziora rynnowe, wody czyste, dobra dostępność od strony wody i lądu), 6. tereny zabudowane; C. Ocena atrakcyjności terenu w polach kwadratu: 1. tereny o dużej atrakcyjności, 2. tereny o średniej atrakcyjności, 3. tereny o małej atrakcyjności

Ryc. 8. Przykład graficznej prezentacji rezultatu oceny przydatności uroczysk dla wybranych form rekreacji na tle oceny atrakcyjności okolic Jaroszewa

Źródło: D. Sołowiej, 1987, s. 92

Bonitacji punktowej i kwalifikacji terenu w metodzie bonitacji punktowej środowiska przyrodniczego do celów rekreacji według D. Sołowiej odpowiadają w prezentowanej w niniejszej pracy metodyce inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej: identyfikacja oraz ocena atrakcyjności turystycznych walorów wypoczynkowych (ocena stopnia ich użyteczności) przeniesiona również na obszar ich występowania (jako ocena atrakcyjności turystycznych: regionu i obszaru).

Zastrzeżenia metodologiczne do metody bonitacji punktowej środowiska przyrodniczego do celów rekreacji sprowadzić można głównie do subiektywizmu oceny z tego skutkami dla wartości naukowej i praktycznej uzyskanych w wyniku jej zastosowania rezultatów. Subiektywizm oceny pojawia się

wtedy, kiedy autorka arbitralnie, według własnego uznania nie opartego na wynikach stosownych badań w tym kierunku:

- dobiera subiektywnie, jako reprezentatywny i metodologicznie właściwy zestaw komponentów środowiska przyrodniczego do jego oceny dla określonego celu, jakim w tym przypadku jest wypoczynek turystów. W cytowanym przypadku są to: „rzeźba, wody, użytkowanie”, a pomija inne istotne w tak zorientowanej ocenie komponenty, jak np. naturalna szata roślinna (a nie tylko lasy, ta zarządzana przez człowieka forma użytkowania środowiska przyrodniczego), fauna (podstawowy komponent – warunek środowiskowy dla takich form rekreacji, jak wędkarstwo, polowanie), klimat itd.
- przypisuje subiektywnie komponentom środowiska kryteria ocenne – cechy komponentu mające mieć jednoznaczny wpływ na ocenę jego użyteczności (przydatności) i atrakcyjności dla turysty (w przypadku komponentu – rzeźby terenu, ma to być wielkość spadków lub deniwelacji terenu),
- buduje subiektywnie oparty na wartości względnej szereg ocen (ranking) w ramach jednej cechy, w przypadku rzeźby terenu według subiektywnie przyjętej zasady: im większe spadki i deniwelacje terenu, tym wyższa przydatność (użyteczność) i atrakcyjność tego komponentu²⁴⁹.

²⁴⁹ Jest to czynność wysoce subiektywna, nieuprawniona metodologicznie chociażby wobec innych – można przypuszczać, że uzasadnionych wynikami stosownych badań psychologiczno-socjologicznych – stanowisk w tej kwestii, jak np. w publikacji autorstwa Nimit Chowdhary (2007). Twierdzi on, że w ocenie środowiska geograficznego (i walorów turystycznych w nim występujących) do zaspokajania potrzeb turystów należy uwzględniać obserwowalne pośrednio (a więc behawioralnie) zjawiska zachodzące w psychice (rozumie i emocjach) turysty, określane przez niego jako „rytualne inwersje geograficzne” oraz „rytualne inwersje fizyczno-mentalne”.

Zjawiska te polegają na tym, że turysta w wyborze celu przestrzennego swojej podróży – miejsca występowania walorów turystycznych będącego w potencjale do zaspokojenia jego określonej potrzeby motywacyjnej (wypoczynku, poznania, emocji) – opiera się na psychologicznym mechanizmie poszukiwania opozycyjnego kontrastu wobec codzienności swego bytu: charakteru środowiska geograficznego i społeczno-ekonomicznego miejsca swego stałego zamieszkania, charakteru relacji społecznych życia codziennego (rodzinnego, zawodowego, towarzyskiego itp.), które są przyczyną jego frustracji, rutyny życia, zmęczenia itp. Ze zjawiskiem „rytualnych inwersji geograficznych” ma się do czynienia w wyborach turysty zamierzającego podróżować: z klimatu zimnego do gorącego, z interioru na brzeg morski, ze wsi do miasta, z nizin w góry, z obszaru o skromnej roślinności do obszaru roślinności obfitej itp.

„Rytualne inwersje fizyczno-mentalne” przejawiają się w następujących wyborach turysty: nudny – ekscytujący, stresujący – spokojny, aktywny – relaksujący, nowoczesny – historyczny, laicki – religijny, bezpieczny – ryzykowny, formalny – nieformalny, praca – czas wolny, alienacja – komunikacja, wolny od dydaktyki – poznawczy, rodzinny – nierodzinny, zgodny z normami kultury – oparty na „nowej kulturze”, separacji od rodziny (przyjaciół) – dążenie do rodziny

Uogólniając krytykę metody bonitacji punktowej poza odniesienie do przykładu z pracy D. Sołowiej (1987) należy stwierdzić, że podstawowym problemem metodologicznym ocen atrakcyjności waloru turystycznego jest usunięcie błędu ich subiektywizmu. Uzyskana w rezultacie zastosowanej metody ocena będzie obiektywną wówczas, gdy sama metoda będzie umożliwiała taki efekt.

Subiektywizm metod oceny środowiska geograficznego (przyrodniczego i kulturowego) i walorów turystycznych w nim usytuowanych można – zdaniem autora niniejszej pracy – przezwyciężyć. Należałoby powrócić do metodologicznego punktu wyjścia: pojęcia atrakcyjności. Skoro atrakcyjność to właściwość relacyjna, to – jak już tutaj stwierdzono – ocenę atrakcyjności waloru turystycznego należy rozumieć jako ocenę potencjalnego stopnia zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty w relacji: walor turystyczny z jego właściwościami – turyści z ich potrzebami.

Wychodząc z takiego założenia, właśnie w ocenie takiej relacji należałoby szukać możliwie obiektywnej oceny atrakcyjności waloru turystycznego, której nie sposób znaleźć w jednostkowej, subiektywnej – w zasadzie zaledwie intuicyjnej – ocenie badacza, który nie jest stroną takiej relacji – nie jest każdym turystą. To sami turyści są w kompetencji oceny ich relacji z walorem turystycznym.

Na takim stwierdzeniu opiera się propozycja autora niniejszej pracy stworzenia we współpracy z badaczami – psychologami społecznymi katalogu ocen typów relacji: określony motywacyjny typ waloru turystycznego z jego właściwościami – stopień zaspokojenia odpowiadającej jemu motywacyjnej potrzeby turysty określonego typu (stopień oceny jego atrakcyjności dla określonego typu turysty). Względny, uprawdopodobniony obiektywizm takiemu katalogowi mógłby zapewnić sposób jego sporządzenia oparty na intersubiektywnych w charakterze wynikach statystycznych, reprezentatywnych (w zakresie doboru walorów turystycznych i badanej populacji turystów, me-

(przyjaciół), skromność – luksus, rutyna – nie rutyna, serio – zabawa, ograniczenia – wolność i w każdym przypadku *vice versa*.

W świetle powyższego, nie do utrzymania z racji metodologicznych jest subiektywne w przedstawionej metodzie bonitacyjnej oceny rzeźby terenu dla potrzeb wypoczynku, wykonane z pozycji gustów autora oceny porządkowanie szeregu ocenego typów rzeźby terenu w taki sposób, że typami rzeźby terenu o największej sile atrakcji wobec turystów są typy: pagórkowaty, rynnowy, krawędziowy; średniej – wzgórzowy i niskiej – falisty i równinny. W kontekście koncepcji „rytualnych inwersji” w umyśle turysty, najwyższej oceniony przez autora bonitacji typ rzeźby pagórkowaty, rynnowy i krawędziowy dla potencjalnego turysty, dla którego taki typ rzeźby terenu jest otaczającą go codziennością nie znajdzie takiego uznania w jego oczach. Natomiast, przyzna on najwyższą ocenę typom rzeźby mniej dynamicznym (o mniejszych spadkach i deniwelacjach terenu), jak np. typy równinne: step, pustynia. Właśnie na terenach o takich „opozycyjnych” typach rzeźby będzie szukał on satysfakcji dla swoich potrzeb wypoczynkowych i poznawczych.

todyki stawiania pytań itp.) badań ankietowych opinii turystów. Stosowanie katalogu w praktyce oceny atrakcyjności walorów turystycznych polegałoby na wnioskowaniu dedukcyjnym: konkretnemu zidentyfikowanemu w jego typie motywacyjnym w przestrzeni turystycznej walorowi turystycznemu o określonych właściwościach przypisywano by katalogowy stopień oceny jego atrakcyjności dla określonego typu turysty.

Metody oceny atrakcyjności poznawczych walorów turystycznych środowiska przyrodniczego

Metody tej grupy stanowią interpretację na gruncie inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej uzyskanych w naukach przyrodniczych rezultatów zastosowania im właściwych metod oceny wartości (cЕННОści) środowiska przyrodniczego jako całości – ekosystemu przyrodniczego – lub jego elementów i cech.

Wychodząc z założenia, że cЕННОść obiektu dla nauki oznacza jego cЕННОść jako turystycznego waloru poznawczego, inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej korzysta wprost z rezultatów takich ocen uzyskanych przez nauki przyrodnicze w odniesieniu do obszarów cennych przyrodniczo, wyznaczanych w przestrzeni geograficznej ze względu na występowanie w nich cennych ekosystemów albo gatunków flory lub fauny (najczęściej o charakterze endemicznym i unikatowych w aspekcie tzw. banku genetycznego).

Przyjmuje się, że wartość względna środowiska przyrodniczego określonego fragmentu przestrzeni geograficznej – pozycja w rankingu relatywizującym wartość przyrodniczą tego fragmentu przestrzeni wobec wartości przyrodniczej innych obszarów przyrodniczych – stwarza podstawę do określenia, na zasadzie analogii, oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska przyrodniczego.

Swoistym wyrazem oceny wartości przyrodniczej obszaru jest nadanie jemu prawnego statusu ochronnego w ramach systemu obszarów chronionej przyrody. W Polsce, jest to park narodowy, rezerwat przyrody, park krajobrazowy, obszar chronionego krajobrazu, obszar NATURA 2000, stanowisko dokumentacyjne, użytek ekologiczny, zespół przyrodniczo – krajobrazowy. W odniesieniu do poszczególnych gatunków roślin i zwierząt jest to wpisanie gatunku do rejestru chronionych gatunków roślin, zwierząt i grzybów, a ponadto prawne uznanie za pomnik przyrody²⁵⁰.

Innym źródłem pozyskiwania ocen atrakcyjności turystycznych walorów poznawczych środowiska przyrodniczego są dokonywane na poziomie światowym przez wyspecjalizowane ku temu organizacje rankingi relatyw-

²⁵⁰ Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz.U. z 2015 r., poz. 1651 z późn. zm.).

nie wartościujące wybitnej cennej obszary i obiekty przyrodnicze. Przykładami takich rankingów są Lista Światowego Dziedzictwa Kultury i Przyrody UNESCO (UNESCO WCNH)²⁵¹ oraz Lista Rezerwatów Biosfery UNESCO (UNESCO MAB).

Oceną w odniesieniu do turystycznych walorów środowiska przyrodniczego, jaka nie jest przedmiotem badań nauk przyrodniczych (więc nie może być od nich zapożyczona), i która wymaga własnej oceny sporządzonej przez inżynierię ekonomiki przestrzeni turystycznej jest identyfikacja i ocena atrakcyjności estetyki krajobrazu przyrodniczego jako zespołowego, holistycznego waloru niematerialnego. Estetyka krajobrazu jest postrzegana przez turystów zmysłowo – estetycznie (wizualnie, akustycznie, zapachowo) z pozycji drogi krajobrazowej, szlaku turystycznego, ścieżki dydaktycznej czy punktu widokowego (belwederu).

Propozycje takich metod ocen atrakcyjności krajobrazu oparte są na ankietowych badaniach psycho – socjologicznych (w tym: behawioralnych) ustalających typologię i wartościujący szereg (ranking) typów relacji: przyrodniczy krajobraz estetyczny – oceniająca reakcja turysty²⁵².

Metody identyfikacji i oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska kulturowego

W odniesieniu do kwestii identyfikacji (stwierdzenia istnienia) turystycznych walorów kulturowych celowym jest zauważyć, że – inaczej aniżeli w przypadku walorów turystycznych środowiska przyrodniczego istniejących zazwyczaj *ex ante*²⁵³ – walory te (zarówno materialne, jak i niematerialne) różnią się między sobą faktem swego istnienia w momencie poddania określonego fragmentu przestrzeni turystycznej ich występowania interwencji inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej. Można mówić o turystycznych walorach kulturowych istniejących *ex ante* albo istniejących *ex post* momentu takiej interwencji, co ma swoje konsekwencje w procedurze planowania turystycznego.

Z zasady, identyfikację i ocenę atrakcyjności wykonuje się w odniesieniu do walorów turystycznych środowiska kulturowego zastanych w przestrzeni

²⁵¹ Lista sporządzona w ramach *Convention on the Protection of the World Cultural and Natural Heritage* (World Heritage Convention), UNESCO, 1972.

²⁵² I w tym przypadku, subiektywna, oceniająca reakcja turysty na określony typ krajobrazu np. wizualnego może być skrajnie zróżnicowana. Zależy ona od zindywidualizowanego wartościowania pejzażu opartego albo – co najczęstsze – na estetyzmie (kryterium: natężenie piękna), albo – co rzadkie – na turpizmie (kryterium: natężenie brzydoty).

²⁵³ Pewne walory turystyczne środowiska przyrodniczego nie są walorami istniejącymi *ex ante* wówczas, gdy są rezultatem kreacji z udziałem inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej (por. rozdz. 5.2.3.4.1.2. Tworzenie). O. Rogalewski zwał to zjawisko „powiększaniem walorów turystycznych” (O. Rogalewski, 1974, s. 32-34).

geograficznej jeszcze przed podjęciem interwencji kształtującej tę przestrzeń (walory *ex ante*). Wykonana w toku planowania tej przestrzeni ich ocena ma dać podstawę do rozstrzygnięć funkcjonalno-przestrzennych w planach turystycznych: regionu i obszaru.

Takimi walorami materialnego środowiska kulturowego są głównie walory poznawcze, jakimi są zabytki (nieruchomości) oraz ich skupiska – centra i zespoły zabytkowe, obiekty zabytkowe szlaku turystycznego, wielkie miasta, jako skupiska walorów turystycznych kultury. Istniejącymi *ex ante* walorami poznawczymi niematerialnego środowiska kulturowego są elementy krajobrazu kulturowego: folklor, język, obyczaj, receptury kulinarne itp.

Inaczej jest w odniesieniu do walorów turystycznych środowiska kulturowego pojawiających się w przestrzeni geograficznej w następstwie ich kreacji z udziałem interwencji ekonomiki przestrzeni turystycznej (walory powstałe *ex post* takiej interwencji). Do turystycznych walorów środowiska kulturowego kreowanych *ex nihilo* należą głównie: w grupie walorów poznawczych – park poznawczy, w grupie walorów wypoczynkowych – park rekreacyjny (park rozrywki), w grupie walorów emocjonalnych – walory religijne, kulturalne i sportowe.

Identyfikacja i ocena atrakcyjności istniejących *ex ante* walorów środowiska kulturowego jest oparta na metodach analogicznych do już tutaj przedstawionych w odniesieniu do oceny poznawczych walorów turystycznych środowiska przyrodniczego. W ocenie atrakcyjności poznawczych walorów kulturowych wychodzi się z podobnego, jak w przypadku oceny atrakcyjności walorów turystycznych środowiska przyrodniczego założenia, że cenność obiektu dla nauki oznacza jego cenność, jako turystycznego waloru poznawczego.

Użytecznymi w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, jako podstawa do formułowania ocen atrakcyjności poznawczego waloru kultury materialnej, mogą być wyniki ocen zabytkowych obiektów oraz ich zespołów dokonanych z wykorzystaniem metodologii nauk o kulturze i historii, głównie historii sztuki i historii architektury. W Polsce są to: wpis obiektu lub zespołu obiektów do państwowego rejestru zabytków prawem chronionych lub na państwową listę pomników historii (dotyczy zabytków nieruchomych spośród wpisanych uprzednio do rejestru zabytków oraz parków kulturowych szczególnej wartości dla kultury).

Na poziomie światowym, źródłem pozyskiwania ocen atrakcyjności materialnych turystycznych walorów poznawczych środowiska kulturowego są dokonywane przez wyspecjalizowane ku temu i autorytatywne organizacje rankingi wartości obiektów kultury materialnej, jak np. relatywnie wartościująca wybitnej cenności obiekty i zespoły kulturowe, przywołana już tutaj Lista Światowego Dziedzictwa Kultury i Przyrody UNESCO.

Ocena użyteczności i atrakcyjności estetyki krajobrazu kulturowego (zespołowy walor niematerialny) może być dokonana – podobnie jak w przypadku turystycznych, estetycznych zespołowych walorów przyrodniczych – z użyciem metod polegających np. na ankietowych badaniach psycho-socjologicznych (w tym: behawioralnych) ustalających typologię i wartościujący szereg (ranking) typów relacji: kulturowy krajobraz estetyczny – reakcja oceniająca turysty.

Ocena atrakcyjności nowotworzonych *ex nihilo* kulturowych walorów turystycznych jest pożądana z uwagi na to, że po pierwsze – muszą one być kreowane (planowane i projektowane) już jako atrakcyjne, po drugie – znajomość oceny ich atrakcyjności w momencie początkowym pozwoli na monitorowanie zmian tej ich właściwości w przyszłości i na ewentualną – jeżeli zaistnieje taka potrzeba – ich waloryzację (tj. przywracanie ich stanu pożądanego)²⁵⁴.

5.2.3.4. STAN I NIM ZARZĄDZANIE

Waler turystyczny znajduje się w ciągu zmian. Zmiana waloru turystycznego polega na zastąpieniu jednego stanu zespołu cech go charakteryzujących innym jego stanem. Zmianom walorów mogą podlegać ich: liczebność, zajmowana powierzchnia, użyteczność, atrakcyjność, okres występowania a nawet – w sytuacji pewnych walorów – łącznie miejsce i czas występowania (sytuacja walorów turystycznych mobilnych zarówno w przestrzeni, jak i w czasie)²⁵⁵. Wolne od zmian jest położenie waloru turystycznego w przestrzeni turystycznej, co najmniej w momencie korzystania z niego przez turystę.

Rozwiązanie fundamentalnego problemu ekonomiki przestrzeni turystycznej, jakim jest ustalenie w przestrzeni turystycznej bilansu równowagi jej składników reprezentujących odpowiednio podaż turystyczną (walory turystyczne z ich atrakcjami oraz obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi) i popyt turystyczny (turyści z ich

²⁵⁴ Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.2.3. Przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu – odtwarzanie: istnienia, atrakcyjności.

²⁵⁵ Dotyczy to zwłaszcza niematerialnych, a więc nie stanowiących składnika środowiska geograficznego, lecz mających w nim swój adres występowania walorów emocjonalnych, jak np. w dziedzinie kultury: festiwale artystyczne w tym muzyczne, spektakle, wystawy plastyczne, spektakle teatralne; w dziedzinie religii – wydarzenia religijne, w tym uroczystości, pielgrzymki, spotkania formacyjne; w domenie sportu – wielkie wydarzenia sportowe np. olimpiady, mistrzostwa świata, kontynentalne czy krajowe, mecze. Nie zmienia to faktu, że ich zaistnienie i „konsumpcja” przez turystę mają swoje ustalone: moment i adres w przestrzeni geograficznej określające czas i cel przestrzenny podróży oraz pobytu odwiedzających je turystów.

potrzebami), w którym – jak to tutaj już wielokrotnie stwierdzono – walory turystyczne odgrywają fundamentalną rolę wymaga racjonalnego zarządzania ich stanem.

Zarządzanie stanem walorów turystycznych obejmuje jego diagnostykę i kierowanie jego zmianami. Następuje to w toku czynności inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej: planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów na wszystkich jej poziomach terytorialnych.

Zidentyfikowany w toku planowania regionu turystycznego walor turystyczny staje się przedmiotem diagnozy jego stanu w planowaniu obszaru turystycznego. Na tym samym etapie postępowania planistycznego, uzyskana diagnoza stanu służy jako punkt wyjścia do następnych związanych z walem turystycznym czynności planistycznych: oceny atrakcyjności waloru i racjonalnego zarządzania jego stanem.

Diagnoza stanu waloru turystycznego to rozpoznanie jego stanu w określonej chwili. Polega ona na możliwie pełnym rozpoznaniu jego właściwości: rodzajowych (typu genetycznego i motywacyjnego), przestrzennych (położenia w przestrzeni), ilościowych (rozmiarów, zajmowanego arealu), jakościowych (kondycji, zagrożeń wobec korzystnego stanu) i czasowych (okresowości występowania). Diagnozę stanu zidentyfikowanych walorów turystycznych występujących w określonym obszarze turystycznym ujmuje syntetycznie ich inwentaryzacja, czyli sporządzenie ich rejestru z uwzględnieniem wszystkich klas ich właściwości.

Znaczenie diagnozy walorów turystycznych wynika z faktu, że o użyteczności waloru turystycznego do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty – czyli o jego potencjalnych atrakcjach (funkcjach) nie stanowi ujawniony w rezultacie identyfikacji sam fakt jego istnienia (np. obecność waloru „jezioro”), ale zespół jego użytecznych właściwości jakościowych i ilościowych (powierzchnia, kształt, głębokość, morfologia i litologia dna i brzegów, czystość i termika wód, topoklimat i klimat akustyczny, flora i fauna – życie biologiczne, krajobraz otoczenia itp.).

Wykonywana w odstępach czasu diagnoza pozwala monitorować zmiany stanu walorów turystycznych w pełnym spektrum ich właściwości, czyniąc możliwym racjonalne zarządzanie takimi zmianami, tak istotne z racji respektu dla postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej i optymalizacji przestrzeni turystycznej.

Pochodzeniowo, źródła zmienności walorów turystycznych są zróżnicowane. Wyróżnia się zmiany w swej genezie przyrodnicze i antropogenne. Wśród źródeł zmienności antropogennej użyteczne jest rozróżnić zmiany mające swą przyczynę poza gospodarką turystyczną oraz zmiany powodowane przez turystów i gospodarkę turystyczną, w tym czynnościami ekonomiki przestrzeni turystycznej i ekonomiki usług turystycznych.

Zmianę stanu waloru turystycznego na jego stan bardziej korzystny nazywa się jego zmianą pożądaną, a jego zmianę na stan mniej korzystny – jego zmianą szkodliwą.

Monitorowanie (diagnozowanie) i racjonalne kształtowanie zmienności stanu walorów turystycznych prowadzące do podtrzymania korzystnego dla gospodarki turystycznej stanu walorów turystycznych stanowiących jej warunek egzystencjalny mieści się jako zagadnienie szczególnie istotne w rozleglejszym problemie ekonomiki przestrzeni turystycznej, jakim jest zagwarantowanie gospodarce turystycznej warunków w przestrzeni turystycznej do jej zrównoważonego funkcjonalnie i przestrzennie oraz trwałego rozwoju.

W takich okolicznościach, inżynieria ekonomiki przestrzeni turystycznej nie może pozostawić zmian stanu walorów turystycznych spontanicznemu procesowi. Konieczne jest działanie zrationalizowane. Jego wyrazem jest wypełnianie w granicach dyspozycyjnego instrumentarium inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – planowania i projektowania – racjonalne zarządzanie zmianami stanu walorów turystycznych. Polega ono na udziale we wprowadzaniu w stanie walorów turystycznych zmian poświadanych i w przeciwdziałaniu jego zmianom szkodliwym.

5.2.3.4.1. Udział we wprowadzaniu zmian poświadanych

Zarządzanie poświadnymi zmianami walorów turystycznych w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej sprowadza się do dwóch zespołów czynności na walorach: przystosowania istniejącego waloru do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty oraz tworzenia nowego waloru.

5.2.3.4.1.1. Przystosowanie

Czynności identyfikacji i oceny atrakcyjności waloru turystycznego nie zmieniają jego stanu. Mają względem stanu waloru charakter neutralny. W rezultacie takich operacji walor turystyczny posiada nadal jedynie właściwości waloru potencjalnego, jest substratem waloru wyposażonego w funkcje do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty (w atrakcje turystyczne).

Tym, co angażuje istotę i cechy waloru turystycznego, są ukierunkowane na jego przystosowanie (adaptację) do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty czynności projektowe inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz budowlane czynności inwestycyjne ekonomiki usług turystycznych²⁵⁶.

²⁵⁶ Jak to już tutaj stwierdzono, walor turystyczny uczestniczy w funkcjonalno-przestrzennych sprzężeniach położonych w obszarze turystycznym elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego: walorów turystycznych – obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi – turystów z ich potrzebami. Jest on w tych sprzę-

Działania przystosowawcze na walorze sprowadzają się do stworzenia jego funkcji, czyli atrakcji turystycznych. Inaczej mówiąc, przystosowanie waloru turystycznego skutkuje ulepszaniem jego użyteczności i atrakcyjności (stopnia tej użyteczności) dla turysty.

Uruchomienie atrakcji waloru turystycznego odbywa się na poziomie miejscowym poprzez projektowanie zagospodarowania terenu (domena ekonomiki przestrzeni turystycznej) oraz projektowanie architektoniczne i realizację obiektów infrastruktury jego atrakcji, czyli obiektów infrastruktury motywacyjnej, w których świadczone są turystyczne usługi motywacyjne (zespół takich czynności to domena ekonomiki usług turystycznych).

Inżynieria gospodarki turystycznej (przestrzeni i usług), uczestnicząc we wprowadzeniu do środowiska geograficznego obiektów infrastruktury motywacyjnej, przemienia potencjał walorów w ich realne funkcje – w atrakcje turystyczne. To właśnie atrakcje turystyczne – a nie same w sobie walory turystyczne – stanowią funkcjonalną emanację potencjału walorów turystycznych do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty.

Jeden walor turystyczny może stanowić podstawę egzystencjalną do wygenerowania współwystępujących z nim przestrzennie jednej albo zespołu atrakcji (przytoczony już w tej pracy przykład waloru turystycznego „jezioro” z jego atrakcjami). Wiele współwystępujących przestrzennie i jednorodnych w aspekcie motywacyjnym (temacie) walorów turystycznych może sprzyjać generowaniu jednej atrakcji turystycznej (przykład tematycznego szlaku turystycznego z jedną wspólną atrakcją – „tematem” na wielu walorach²⁵⁷).

5.2.3.4.1.2. Tworzenie

Tworzenie nowego waloru turystycznego jest czynnością łączną obydwu domen inżynierii gospodarki turystycznej (przestrzeni i usług), stosowaną w sytuacjach:

1. kreacji *ex nihilo* waloru turystycznego we fragmencie przestrzeni geograficznej waloru turystycznego pozbawionym,
2. kreacji *ex nihilo* kolejnego waloru turystycznego (dodania waloru) we fragmencie przestrzeni geograficznej walor turystyczny już posiadającym²⁵⁸,

zeniach zarówno pasywny, jak i aktywny. Przykładem pasywnej roli waloru turystycznego w takich sprzężeniach jest właśnie jego przystosowanie (adaptacja) do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty. Z uwagi na ujęte w postaci determinizmu walorystycznego krytycznie istotne znaczenie walorów turystycznych dla całości gospodarki turystycznej ich rola aktywna, podporządkowująca im kształtującą w zakresie ich funkcji i położenia w przestrzeni obiekty infrastruktury turystycznej oraz turystów jest dominująca.

²⁵⁷ Por. definicję szlaku turystycznego w typologii turystycznych walorów poznawczych (rozdz. 5.2.3.1. Typologia).

²⁵⁸ O. Rogalewski (1974) taką czynność zwał „powiększaniem walorów” (s. 32-34).

3. tworzenia waloru turystycznego na istniejącym obiekcie infrastruktury (turystycznej lub nieturystycznej), w zamian albo obok jego inicjalnej funkcji infrastrukturalnej (kwestia „walorystycznej roli infrastruktury”).

W sytuacji pierwszej chodzi o stworzenie inicjalnego waloru turystycznego, na którym – jako na motywacyjnym rdzeniu – można by zbudować motywacyjny produkt turystyczny (usługę motywacyjną) i produkty turystyczne temu produktowi towarzyszące (usługi egzystencjalne i transportowe).

Jest to sytuacja już w tej pracy awizowana²⁵⁹. Stwierdzono wówczas, „że niezależnie od typu scenariusza kreacji i ewolucji obszaru turystycznego, spontanicznego czy zrjonalizowanego, obecność w przestrzeni geograficznej walorów turystycznych jest niezbędnym warunkiem inicjalnym towarzyszącym etapowi wyjściowemu (startowemu) takiego procesu. Jeżeli na etapie kreacji przestrzeni turystycznej (znajduje się ona *in statu nascendi*), transformacji przestrzeni geograficznej w przestrzeń turystyczną walory turystyczne *ex ante* nie istnieją, to należy je stworzyć.”

W sytuacji drugiej, istotą czynności jest stworzenie kolejnego waloru turystycznego obok waloru turystycznego już istniejącego, w celu:

- albo podwyższenia turystycznej atrakcyjności immanentnej – i w rezultacie – konkurencyjności na rynku terytorialnego produktu turystycznego opartego na mocniejszym rdzeniu – szerszej gamie walorów turystycznych,
- albo kompensacji wysoce szkodliwych ekonomicznie skutków okresowości istniejącego waloru turystycznego. Chodzi tutaj o sytuację, gdy główny – decydujący o turystycznych funkcjach miejsca – walor turystyczny jest walem okresowym. Rodzi to problem konsekwentnej do okresowości istnienia waloru okresowości frekwencji turystów z jej wysoce niepożądanymi skutkami dla rentowności całości prowadzonej, opartej na nim gospodarki turystycznej zarówno w zakresie inwestycji infrastrukturalnych, jak też świadczenia usług turystycznych.

Turystycznymi walami okresowymi są np. walory wypoczynkowe środowiska przyrodniczego o egzystencji fenologicznie zależnej (zależnej od klimatycznego zjawiska pór roku) lub turystyczne walory poznawcze, krajobrazowe i emocjonalne (kulturowe, religijne, sportowe).

W pierwszym przypadku jest to np. walor kąpielowy w warunkach klimatu umiarkowanego, gdzie sezon kąpielowy – a więc i okres istnienia walo-ru – trwa zaledwie *circa* dwa miesiące w roku.

W przypadku walo-ru emocjonalnych, ich byt – zdarza się, że nawet cyklicznie np. corocznie powtarzalny – ogranicza się do okresu kilku, kilkunastu dni trwałości (przykłady: festiwal artystyczny muzyczny – teatralny – filmowy, pielgrzymka religijna, olimpiada sportowa).

²⁵⁹ W rozdziale 5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej.

Problem okresowości walorów jest obsesją inwestorów, właścicieli i prowadzących turystyczną działalność usługową oraz zarządzających infrastrukturą turystyczną (w tym: infrastrukturą atrakcji walorów turystycznych – infrastrukturą motywacyjną). Należy zauważyć, że problem okresowości fenologicznej dotyczy nie tylko części walorów turystycznych środowiska przyrodniczego, ale również tak zależnych pewnych walorów środowiska kulturowego, jak to jest w przypadku plenerowych parków rozrywki (np. systemu Disneyland) i parków poznawczych.

Rozwiązaniem problemu okresowości waloru turystycznego zależnego fenologicznie jest „przydanie mu towarzystwa” waloru całorocznego w dowolnym aspekcie motywacyjnym wypoczynkowym lub poznawczym. Odbywa się to poprzez projektowanie i realizację obiektu (obiektów) infrastruktury atrakcji (infrastruktury motywacyjnej) nowotworzonego waloru. W sytuacji położonego w strefie klimatu umiarkowanego waloru kąpieli morskich mogą być to utworzone walory kąpieli wodnych wraz z ich infrastrukturą motywacyjną w postaci kompleksu krytego aquaparku, hazard w budynku kasyna, rekreacja sportowa oraz zawody sportowe w hali sportowej, imprezy kulturalne (festiwale) w hali widowiskowej itp.

Przy okazji. Jednym ze sposobów unikania fenologicznej okresowości waloru turystycznego przez gospodarkę turystyczną bez konieczności tworzenia nowego waloru turystycznego jest jej lokalizacja w miejscu występowania waloru zaspokajającego określoną potrzebę motywacyjną turysty, ale o bycie uniezależnionym od klimatycznego cyklu fenologicznego.

W przypadku waloru środowiska przyrodniczego, np. niezbędnej do uprawiania sportów narciarskich odpowiednich właściwości pokrywy śnieżnej sposobem zaradzenia problemowi fenologicznej okresowości waloru jest – obok tworzenia waloru „pokrywa śnieżna” przez sztuczne naśnieżanie stoku – prowadzenie działalności usługowej opartej na wolnym od fenomenu okresowości takim walorze całorocznym. Jest tak w sytuacji projektowania i realizacji stacji narciarskich tzw. IV generacji ewolucyjnej w chronologii stacji alpejskich, gdzie ich narciarskie trasy zjazdowe są urządzane na stokach lodowca w warunkach całorocznej trwałości pokrywy śnieżnej (powyżej tzw. granicy wiecznych śniegów).

Innym przykładem uwolnienia gospodarki turystycznej od problemu fenologicznej okresowości przyrodniczego w genezie waloru turystycznego – waloru z jego atrakcją kąpieli morskich (charakteryzowanego hydrologicznie i klimatycznie przez odpowiednią termikę wód, powietrza i usłonecznienie) są kurorty nadmorskie, stacje kąpielowe urządzane w strefie klimatu międzyzwrotnikowego gwarantującego całoroczną trwałość takiego waloru²⁶⁰.

²⁶⁰ Jak dowodzą tego stosowne analizy ekonomiczne, „ucieczka wypoczynkowej gospodarki turystycznej na lodowce i w tropiki” tj. na obszary gwarantowanego, całorocznego bytu

W sytuacji trzeciej, istotą zjawiska jest transformacja (przemiana) funkcji obiektu infrastruktury turystycznej czy pozaturystycznej w funkcję waloru turystycznego lub obiektu jego infrastruktury motywacyjnej. Transformacja polega na tym, że albo obiekt infrastruktury lub pewne jego specyficzne cechy stają się materialnym walorem turystycznym wypoczynkowym lub poznawczym albo obiekt infrastruktury staje się obiektem infrastruktury motywacyjnej powstałego niematerialnego w swoim bycie waloru emocjonalnego²⁶¹. Łącznie, jest to efekt tzw. walorystycznej roli infrastruktury.

Jako przykłady transformacji obiektu infrastruktury i jego specyficznych cech w turystyczny walor wypoczynkowy można wymienić: hałda kopalnia-na jako stok narciarski i saneczkowy, wypełnione wodą naziemne wyrobisko pokopalniane w roli jeziora przydatnego do kąpieli i sportów wodnych, teren po poligonie artyleryjskim w roli waloru rekreacyjnej jazdy *quadami*, hala po produkcji sterowców jako rekreacyjny park tropikalny²⁶².

Przykładami transformacji obiektu infrastruktury z jego specyficznymi właściwościami w turystyczny walor poznawczy mogą być sytuacje, gdzie indywidualizm (oryginalność, specyficzność) takich cech obiektu nieruchomej i ruchomej infrastruktury, jak forma architektoniczna, konstrukcja, obumarła funkcja (np. militarna, przemysłowa, transportowa), rozmiary, świadectwo stylu historycznego w architekturze czy związek z historycznymi wydarzeniami lub postaciami, z postaciami show – biznesu stają się walorami turystycznymi.

Przykładami na transformację obumarłego w dotychczasowej funkcji obiektu infrastruktury w obiekt turystycznej infrastruktury motywacyjnej

fenologicznie niezależnego przyrodniczego waloru turystycznego pozwala uniknąć fenomenu okresowości samego waloru turystycznego, lecz nie gwarantuje uniknięcia fenomenu okresowości jego eksploatacji turystycznej: przez turystów i gospodarkę turystyczną. Jest tak dlatego, że okresowość użytkowania waloru turystycznego warunkowana jest – oprócz okresowości samego waloru – zespołem innych czynników, w tym o charakterze administracyjnym i mentalnościowym (zwyczajowym). Zależy ona również np. od administracyjnie zarządzanej organizacji roku nauczania (szkolnego, akademickiego) oraz – mającej swe źródło w zwyczaju – inercji przyzwyczajeń mentalnych. Np. Europejczyk, mając do dyspozycji całoroczny walor narciarski będzie siłą zwyczaju i mentalnej inercji korzystał z niego niemal wyłącznie w okresie europejskiej zimy, nie lata, gdy warunki do narciarstwa zjazdowego na stoku lodowca są zdecydowanie dlań wszechstronnie korzystniejsze, np. klimatycznie i kosztowo.

²⁶¹ Mająca materialny byt infrastruktura może stanowić tworzywo transformacji funkcji dla równie materialnych walorów turystycznych. Stąd, rezultatem transformacji infrastruktury mogą być jedynie materialne spośród turystycznych walorów wypoczynkowych i poznawczych. Transformacja nie może kreować z obiektów materialnej infrastruktury niematerialnych walorów turystycznych: wypoczynkowych (jak np. klimat) czy poznawczych (jak np. folklor), a tym bardziej w całości niematerialnych w ich bycie walorów emocjonalnych (kulturalnych, religijnych, sportowych). W takiej sytuacji, obiekt infrastruktury może jednak zacząć pełnić nową rolę infrastruktury motywacyjnej sytuowanego w nim niematerialnego waloru.

²⁶² Park „Tropical Islands” w Krausnick nie opodal Berlina.

mogą być wykonane adaptacje w sytuacji tworzonego waloru emocjonalnego kultury (np. zabudowania pofabryczne w roli infrastruktury wydarzeń kulturalnych), religii (np. obiekt fortyfikacyjny jako miejsce misterii religijnych) czy sportu (hala poprodukcyjna jako miejsce widowisk sportowych).

W zależności od stanu aktywności dotychczasowej funkcji obiektu infrastruktury – funkcja obumarła, funkcja aktywna – możliwe są dwie sytuacje transformacji funkcji obiektu infrastruktury w funkcję waloru turystycznego lub funkcję obiektu motywacyjnej infrastruktury waloru. Są nimi: podmiana funkcji albo wprowadzenie oboczności funkcji.

Podmiana funkcji pojawia się wówczas, gdy obiekt infrastruktury staje się w całości walorem turystycznym albo, gdy staje się on obiektem infrastruktury motywacyjnej powstałego niematerialnego w swoim bycie waloru emocjonalnego. Może ona nastąpić w odniesieniu np. do obiektu infrastruktury pozaturystycznej (przemysłowej, militarnej, transportowej, rolniczej, mieszkaniowej itp.) o martwej swojej dotychczasowej funkcji. To **problem rewitalizacji obiektu takiej infrastruktury funkcją turystyczną**.

Oboczność (współwystępowanie) dotychczasowej i nowej funkcji obiektu infrastruktury może mieć miejsce wobec obiektu infrastruktury o w części zachowanej swojej dotychczasowej funkcji, a w części nowej funkcji – funkcji waloru turystycznego. To problem przydania aktywnemu obiektowi infrastruktury synchronicznej roli waloru turystycznego. Oboczność funkcji dotyczy więc zgłoszonej tutaj sytuacji, kiedy pewne tylko fragmenty lub cechy obiektu infrastruktury mogą stać się walorem turystycznym, podczas gdy inne pozostają niepodmienione. Przykłady turystycznej walorystycznej oboczności funkcji obiektów infrastruktury: pozaturystycznej, paraturystycznej i turystycznej (organizacji podróży, transportowej, egzystencjalnej: noclegowej, żywieniowej i towarzyszącej) są w skali świata nadzwyczaj liczne i częstokroć spektakularne.

W konkluzji rozważań tego rozdziału poświęconego tworzeniu walorów turystycznych warto zauważyć, że utworzenie waloru turystycznego *ex nihilo* (sytuacje 1 i 2) jest od początku do końca rezultatem celowych działań projektowych i budowlanych inżynierii gospodarki turystycznej (przestrzeni turystycznej oraz usług), podczas gdy utworzenie przez nią waloru turystycznego na istniejącym obiekcie infrastruktury pozaturystycznej (sytuacja 3) poprzedzone było realizacją tego obiektu w ramach równie pozaturystycznej w jej genezie i celach inwestycji infrastrukturalnej²⁶³.

²⁶³ Nieraz trudno oddzielić od siebie w ich następstwach turystyczny i pozaturystyczny motyw działań inwestycyjnych skutkujących kreacją walorów turystycznych. Na przykład, budowa zapory wodnej i sztucznego zbiornika wodnego w sytuacji, gdy decyzja o podjęciu takiej

5.2.3.4.2. Udział w przeciwdziałaniu zmianom szkodliwym

Realizacja postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru wymaga stabilizacji korzystnego dla takiej gospodarki stanu walorów turystycznych. Pociąga to za sobą również konieczność – obok omówionego już wprowadzania jego zmian pożądaných – przeciwdziałania jego zmianom szkodliwym.

Warunkiem skutecznego przeciwdziałania szkodliwym zmianom stanu waloru turystycznego jest systematyczne monitorowanie – diagnozowanie jego stanu. W przypadku pojawienia się zmian szkodliwych, sekwencja wykonywanych czynności diagnostycznych powinna pozwolić określić ich czynniki (przyczyny), charakter, kierunek, rozmiary oraz głębokość.

Udział inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej w przeciwdziałaniu zdiagnozowanym szkodliwym zmianom stanu walorów polega na stosowanych czynnościach odpowiednio w planowaniu i projektowaniu przestrzeni turystycznej ukierunkowanych na dwa cele: przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu oraz przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu.

Czynnościami inżynierii nakierowanymi na przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu waloru turystycznego są zapobieganie (profilaktyka) i ochrona (protekcja). Dotyczą one odpowiednio: zapobieganie – zaistnienia czynników takich zmian, ochrona – eliminacji lub umniejszania działania takich czynników już istniejących.

Czynnościami inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej ukierunkowanymi na przeciwdziałanie już zaistniałym szkodliwym zmianom stanu waloru turystycznego, czyli na usuwanie skutków działania czynników zmian szkodliwych jest odtwarzanie: albo istnienia zanikłego waloru turystycznego (restytucja) albo utraconej lub pogorszonej w jej stopniu wartości użytecznej, czyli atrakcyjności istniejącego waloru turystycznego (waloryzacja).

5.2.3.4.2.1. Czynniki i skutki zmian szkodliwych. Syndrom modliszki

Czynniki szkodliwej zmienności stanu walorów turystycznych są dwójakiej natury genetycznej: przyrodnicze i antropogenne.

Czynniki przyrodnicze szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych są zjawiska naturalne o zróżnicowanej dynamice: sekularne procesy ewolucyjne (w obrębie hydrosfery, litosfery, atmosfery oraz biosfery) oraz nagłe niszczące kataklizmy (trzęsienia ziemi, tsunami, erupcje wulkaniczne,

inwestycji była powodowana wyłącznie potrzebą regulacji stosunków wodnych obszaru stwarza mimo woli nowy turystyczny walor poznawczy (co najmniej krajobrazowy), a w przypadku braku przeciwwskazań sanitarnych – również turystyczny walor wypoczynkowy.

powodzie, osunięcia stoków, tornada i huragany itp.). Antropogenne czynniki szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych mogą pochodzić albo spoza gospodarki turystycznej (czynniki pozaturystyczne) albo z gospodarki turystycznej (czynniki turystyczne).

Antropogenne pozaturystyczne czynniki szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych tkwią w nieturystycznych branżach działalności gospodarczej człowieka (przemysłu, rolnictwie, leśnictwie, transporcie, usługach, osadnictwie itd.) i pojawiają się głównie wtedy, gdy branże te nie są zarządzane proekologicznie, zwłaszcza z respektem dla postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki.

Przyrodnicze i antropogenne pozaturystyczne czynniki szkodliwych zmian walorów turystycznych – jako leżące poza kompetencjami ekonomiki turystycznej – nie są w tej pracy przedmiotem szerszej uwagi.

Takiej jednak uwagi wymagają kategorycznie turystyczne czynniki szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych leżące w kompetencjach badawczych oraz inżynierskich ekonomiki turystycznej (przestrzeni i usług), która musi zająć wobec nich odpowiednie, zaradcze stanowisko.

Turystyczne czynniki szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych mają swe źródło – co tylko pozornie wydaje się paradoksalne – w samej gospodarce turystycznej: ekonomice przestrzeni turystycznej i ekonomice usług turystycznych. Takim źródłem są również przestrzenne zachowania turystów pojawiające się bez organizacyjnego udziału i wręcz z rażącym naruszeniem proekologicznych regulacji ze strony tej gospodarki²⁶⁴.

Skutkami szkodliwego oddziaływania gospodarki turystycznej na stan walorów turystycznych środowiska przyrodniczego są w obrębie:

- litosfery: przemodelowywanie rzeźby terenu przy okazji inwestycji w dziedzinie infrastruktury turystycznej, skażenie gleb ściekami z obiektów infrastruktury turystycznej,
- hydrosfery: zmiany stosunków wodnych: osuszanie, nawadnianie, spiętrzanie i obniżanie poziomu wód powierzchniowych zwłaszcza w przypadku budowy sztucznych zapór i akwenów jako walorów wypoczynkowych, skażenie chemiczne i zanieczyszczenie fizyczne wód ściekami z obiektów infrastruktury turystycznej, zanieczyszczanie wód przez turystów,
- atmosfery: skażenie chemiczne i zanieczyszczenie fizyczne dymami z kotłowni obiektów infrastruktury turystycznej,

²⁶⁴ Takie zachowania turystów mają miejsce albo w pionierskiej, spontanicznej fazie ewolucji obszaru turystycznego albo w jej fazach późniejszych, zrjonalizowanych. Np. wysoce szkodliwym ekologicznie zjawiskiem jest opuszczanie przez turystów szlaku turystycznego czy ścieżki dydaktycznej dla swobodnej penetracji powierzchniowej cennego przyrodniczo i kulturowo środowiska geograficznego (tu wolność oznacza niszczenie).

- biosfery: nieracjonalna wycinka lasów dla tworzenia przestrzeni inwestycyjnej dla obiektów infrastruktury turystycznej, niszczenie ekosystemów naturalnych pod wpływem presji wadliwie (albo wcale) regulowanej przestrzennie oraz ilościowo penetracji powierzchniowej terenu przez turystów, zanik lub drastyczne ograniczenie liczebności gatunków zwierzyny (w tym gatunków chronionych i łownych) wskutek ingerencji turystów (ich obecności, poruszania się, hałaśliwości i złośliwości zachowania się) i nadintensywnej turystycznej eksploatacji myśliwskiej i wędkarskiej, dewastacja przez turystów atrakcyjnych estetycznie krajobrazów naturalnych.

Zjawiska szkodliwego oddziaływania gospodarki turystycznej na stan walorów turystycznych środowiska kulturowego są następujące, w obrębie:

- walorów kultury materialnej:
 - niszczenie zabytkowych układów urbanistycznych wskutek błędnych rozwiązań planistycznych i projektowych inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej oraz działań inwestycyjnych ekonomiki usług turystycznych,
 - degradacja i niszczenie obiektów kultury materialnej wskutek niewłaściwego funkcjonalnie i nadintensywnego użytkowania turystycznego; dotyczy to zarówno obiektów ruchomych (np. galerie rzeźby i malarstwa, zbiory muzealne, wyposażenie wnętrz zabytkowych obiektów sakralnych i świeckich) jak i nieruchomości,
- walorów kultury duchowej:
 - gospodarka turystyczna przynosi ze sobą na obszar włączany do przestrzeni turystycznej nowe wzorce cywilizacyjne stylu życia i sposobu bycia udzielające się tradycyjnym społecznościom lokalnym (efekt „turystycznej urbanizacji świadomości”). Skutkuje to degradacją lub wręcz zanikiem lokalnych tradycyjnych norm zachowań etycznych (społecznych: rodzinnych, małżeńskich, towarzyskich) oraz walorów dziedzictwa kultury duchowej takich jak folklor, zwyczaj, obrzędowość, język, sztuka ludowa (plastyczna, muzyczna, poetycka), strój regionalny, receptury kuchni regionalnej. Zjawisko jest powszechne i najbardziej widoczne na nowych „konsumowanych” przez gospodarkę turystyczną obszarach zamieszkałych przez społeczności tradycyjne (obszary turystyczne tzw. Trzeciego Świata, także społecznie tradycyjne enklawy państw wyższej cywilizacji)²⁶⁵.

Tym, co okazuje się zapewne największym paradoksem gospodarki turystycznej jest występująca często skrajna sprzeczność pomiędzy nadintensyw-

²⁶⁵ Kwestię diagnozował i analizował S.S. Szadziński (1984, s. 61-62) w odniesieniu do położonego na Podlasiu obszaru dzisiejszego Narwiańskiego Parku Narodowego.

nym zainwestowaniem infrastrukturalnym i użytkowaniem turystycznym (w tym: świadczonymi usługami turystycznymi) a stanem walorów turystycznych, czyniących owo użytkowanie w ogóle możliwym i stanowiących krytycznie istotną podstawę egzystencjalną całości gospodarki turystycznej. Taka nieusunięta, potęgująca się i długotrwała wyniszczająca stan walorów, szczególnie ich wartość: użyteczną i atrakcyjną dla turystów sprzeczność, może doprowadzić do zupełnego zniszczenia i zaniku walorów turystycznych określonego obszaru lub miejsca recepcji turystów, a w konsekwencji – do załamania frekwencji walorów przez turystów i zmierzchu gospodarki turystycznej, pozbawionej warunków do swego trwałego rozwoju²⁶⁶.

Takie krańcowo szkodliwe dla gospodarki turystycznej zjawisko można określić obrazowo – przez analogię do specyficznego rytuału miłosnego modliszki – mianem „**syndromu modliszki w gospodarce turystycznej**”²⁶⁷.

W gospodarce turystycznej mechanizm rytuału miłosnego pary modliszek, gdzie samiec modliszki – to walor turystyczny, samica modliszki – to turyści z ich potrzebami i gospodarka turystyczna przekłada się na zabójczą dla waloru turystycznego jego „konsumpcję” przez turystów i gospodarke turystyczną.

Zwalczaniu takiego syndromu służą w inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej instrumenty przeciwdziałania czynnikom oraz skutkom szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych.

5.2.3.4.2.2. Przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu

Instrumentami przeciwdziałania mającym swe źródło w samej gospodarce turystycznej czynnikom szkodliwych zmian stanu waloru turystycznego są zapobieganie ich powstaniu (profilaktyka) i ochrona przed wpływem czynników już działających (protekcja).

Walor turystyczny jest osadzony co najmniej adresowo, funkcjonalnie, a częstokroć i genetycznie w środowisku geograficznym (przyrodniczym i kulturowym) pożytkowanym równocześnie w zaspokajaniu potrzeb turystów, ale również innych pozaturystycznych potrzeb społecznych i gospodarczych. Rodzi to oczywistą konieczność, aby czynności inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej przeciwdziałające czynnikom szkodliwych zmian stanu waloru, ich powstaniu i wpływowi powinny być – dla ich racjonalizacji i możliwie maksymalnej skuteczności – wkomponowane w szersze działania profilaktyki zagrożeń i ochrony środowiska przyrodniczego i kulturowego prowadzone w sposób skoordynowany przez organa państwowe, samorzą-

²⁶⁶ Por. modele ewolucji turystycznych: regionu – według J.-M. Miosseca (1976, 1977) i obszaru – wg R.W. Butlera (1980) przedstawione w rozdz. 2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.

²⁶⁷ Rozważonego w rozdz. 5.2.3.4.2.2.1. Zapobieganie.

dowe i społeczne. Wymagałoby to zastosowania wszystkich dostępnych grup instrumentów zapobiegania powstaniu czynników szkodliwych zmian stanu środowiska geograficznego i walorów turystycznych oraz ich ochrony przed wpływem takich czynników.

Realizowane poza gospodarką turystyczną profilaktyka i ochrona wobec czynników zmian szkodliwych w środowisku geograficznym mają do swej dyspozycji narzędzia oddziaływania zróżnicowane rodzajowo, w ich sile oraz skuteczności: planistyczne, prawne, administracyjne, finansowe (ekonomiczne) i edukacyjno-perswazyjne (np. z wykorzystaniem nowoczesnych mediów).

Instrumentarium inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej do takich czynności jest ograniczone i sprowadza się do planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów, uwzględniających zapobieganie powstaniu i ochronę przed działaniem głównie turystycznych w ich genezie czynników szkodliwych zmian stanu walorów, w szczególności – czynnika nadmiernej presji turystów.

5.2.3.4.2.2.1. Zapobieganie

Ze sposobem użytkowania środowiska geograficznego przez turystów, takim np. jak korzystanie ze specyficznej atrakcji (funkcji) waloru turystycznego, pobyt (z noclegiem) albo krótkotrwała obecność (bez noclegu; np. tranzyt, w tym krajoznawczy), przemieszczanie się liniowe („skanalizowane”) albo penetracja powierzchniowa wiąże się zróżnicowane natężenie presji turystów na to środowisko.

Do zapobiegania tak strukturyzowanej co do sposobu turystycznego użytkowania, degradującej stan walorów turystycznych nadmiernej na nie presji turystów, ekonomika przestrzeni turystycznej dysponuje odpowiednimi instrumentami planistycznymi o charakterze: jakościowym, ilościowym i przestrzennym.

Metody jakościowe

Harmonizowanie funkcji waloru turystycznego z potrzebą zachowania jego korzystnego stanu odbywa się poprzez zastosowanie metody o szerszym zakresie regulacyjnym – metody optymalizacji systemu funkcji obszaru turystycznego w celu ustalenia zrównoważonego rozwoju jego gospodarki turystycznej²⁶⁸.

²⁶⁸ Por. rozdz. 6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego, w tym podrozdz. 6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu.

Planistyczne metody jakościowe limitowania presji turystów na walory turystyczne dotyczą relacji: walor turystyczny – jego atrakcje (funkcje) i polegają na niedopuszczaniu w planie obszaru turystycznego i projektowaniu turystycznego obiektu inwestycyjnego do przyporządkowania walorowi turystycznemu takich jakości (rodzajów) ich atrakcji, które są dla niego – a więc i środowiskowo – uciążliwe i szkodliwe.

Inaczej rzecz ujmując, chodzi tutaj o dostosowanie współwystępujących: presyjności jakości (rodzaju) funkcji waloru turystycznego (jego atrakcji) do stopnia presjoodporności waloru turystycznego, na którym te atrakcje turystyczne są tworzone. Dostosowanie powinno tak być ustalone, aby rodzaj (sposób) użytkowania waloru turystycznego nie szkodził stanowi jego użyteczności i atrakcyjności (by atrakcja – funkcja waloru nie szkodziła jemu samemu).

Wyprowadzonym obserwacyjnie, jaskrawym przykładem niedopuszczalnego „przeciążenia” waloru turystycznego charakterem jego niedopasowanych funkcji jest np. proponowanie w planie turystycznym funkcji wypoczynkowych (atrakcji wypoczynkowych) na walorach turystycznych obszarów cennych przyrodniczo (park narodowy, park krajobrazowy, rezerwat przyrodniczy) lub kulturowo (kulturowy park poznawczy, centrum zażytkowe, zespół zabytkowy, obszar reliktovej kultury tradycyjnej itp.).

Metody ilościowe

Planistyczne metody ilościowe limitowania presji turystów na walory turystyczne wchodzi w skład zespołu metod ilościowych ukierunkowanych na ustalenie trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru²⁶⁹. Polegają one na wprowadzeniu do treści turystycznych planów (regionu, obszaru) lub projektu (obektu inwestycyjnego) limitów dopuszczalnej liczby turystów.

Taką metodą jest np. „analiza syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej. Jej przedstawienie wymaga uprzedniej definicji pojęć: chłonność turystyczna geograficznego środowiska regionu lub obszaru turystycznego, pojemność i przepustowość obiektu infrastruktury turystycznej.

Chłonność turystyczna geograficznego środowiska regionu lub obszaru turystycznego (ang. *carrying capacity*), to maksymalna liczba turystów, jaka może równocześnie, w sposób ciągły (w warunkach pobytu – jak w przypadku walorów wypoczynkowych czy powtarzalnych krótkotrwałych odwiedzin – jak w przypadku walorów poznawczych i emocjonalnych), w określonej jednostce czasu użytkować specyficzne środowisko geograficzne regionu

²⁶⁹ Por. rozdz. 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego.

czy obszaru bez szkodliwego wpływu na stan tego środowiska, w tym na stan obecnych w nim walorów turystycznych²⁷⁰.

W warunkach nie zmieniającego się charakteru i stanu środowiska geograficznego, również ona nie zmienia się, jest wartością stałą (*constants*).

Chłonność turystyczna środowiska geograficznego określonej jednostki terytorialnej jest zazwyczaj szacowana w sposób następujący:

1) Punktem wyjścia jest sporządzony na podstawie reprezentatywnych obserwacji w postaci eksperymentu w środowisku geograficznym katalog wskaźników chłonności turystycznej dla określonego typu środowiska geograficznego (dla typu uroczyska)²⁷¹.

²⁷⁰ W literaturze, chłonność turystyczna jest najczęściej odnoszona tylko do obszarów turystycznych o funkcji wypoczynkowej i – stosownie – o pobytowej formie ich użytkowania przez turystów (np. M. Baud-Bovy, F. Lawson, 1998, s. 11-12). To metodologiczny błąd, gdyż formy krótkotrwałej obecności turystów (wycieczki, pielgrzymki, zjazdy, zloty itp.) ale zorganizowanej w systemie ich substytucyjnej rotacji (przepustowości) i o ogromnej liczebnościowo (bywa – wielomilionowej rocznie) masie – jak to jest w sytuacji obszarów turystycznych o wysokiej rangi funkcji poznawczej (tematycznej i krajoznawczej) i emocjonalnej (krajobrazowej, kulturowej, religijnej, sportowej) – pociągają za sobą równie dużą, a bywa, że i wielokrotnie wyższą niż w sytuacji ciągłego pobytu turysty, przekraczającą limit jego chłonności turystycznej presję na środowisko geograficzne, w tym jego walory turystyczne (przykładem takiej formy manifestacji „syndromu modliszki w gospodarce turystycznej” jest tzw. syndrom wenecki).

Spośród innych prac autorów zagranicznych poświęconych określaniu chłonności turystycznej środowiska geograficznego warto wymienić publikacje z udziałem G.H. Stankey'a: G.H. Stankey (1982), G.H. Stankey, S.F. McCool (1984) oraz G.H. Stankey, D.N. Cole, R.C. Lucas, M.E. Peterson, S.S. Frissel (1985). W tej ostatniej, autorzy zastępują w odniesieniu do obszarów przyrodniczych pojęcie „carrying capacity” (chłonność turystyczna środowiska geograficznego) pojęciem „limits of acceptable change (LAC) system” (system limitów akceptowalnej zmiany).

Inna kwestia. W licznych publikacjach (np. M. Baud-Bovy, F. Lawson, 1998, s. 12; D. Getz, 1983) chłonność turystyczna jest miarą nie tylko granicznych możliwości recepcyjnych środowiska geograficznego (przyrodniczego i kulturowego), ale również innych w charakterze środowisk, jak np. obiektów infrastruktury turystycznej (taką autor niniejszej pracy definiuje jako podporządkowaną chłonności turystycznej środowiska geograficznego turystyczną pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej), środowiska psychicznego (jako limit tolerancyjny postrzegania natłoku turystów i jakości przestrzeni turystycznej; por. np. R.E. Manning, Ch.P. Ciali, 1980), środowiska społecznego (jako limit akceptacji przez samych turystów i społeczność miejscową liczby wzajemnych relacji i dominacji gospodarki turystycznej; por. np. L.A. Ferreira, A.C. Harmse, 1999), środowiska ekonomicznego (limit zysku krańcowego i maksymalnego zatrudnienia, koszt utraconych korzyści, negatywny wpływ na otoczenie gospodarki, dysfunkcje gospodarki) i środowiska infrastruktury technicznej (granica ponoszonych kosztów inwestycji).

Jak dotychczas, jedynie określenie chłonności turystycznej środowiska geograficznego (głównie przyrodniczego) odbywa się w oparciu o w miarę wiarygodne, wypracowane eksperymentalnie miary – wskaźniki chłonności turystycznej środowiska geograficznego. Pozostałe „chłonności turystyczne” – w aspekcie ich aparatu pomiarowego – to obecnie jedynie abstrakcyjne, mgliste mrzonki.

²⁷¹ Badania empiryczne, głównie eksperymentalne nad określeniem wskaźników chłonności środowiska geograficznego prowadzone są w wielu krajach świata (szczególnie modne były one w latach 1970 i 1980). S.S. Szadziński (1984) w swoim szacunku chłonności turystycznej środowiska geograficznego dla obszaru dzisiejszego Narwiańskiego Parku Narodowego odwołał

Wskaźnik chłonności turystycznej specyficznego środowiska geograficznego to odniesiona do jednostki powierzchni terenu maksymalna liczba turystów, jaka może równocześnie, w sposób ciągły w danej jednostce czasu użytkować w określony sposób takie specyficzne środowisko bez szkodliwego wpływu na stan tego środowiska, w tym – na stan obecnych w nim walorów turystycznych. Miarą wskaźnika jest np. liczba turystów/dobę/hektar. Przez wzgląd na specyficzną metodologię ich powstania – metodykę zmiennego w warunkach terenowego eksperymentu obserwacyjnego, zróżnicowane założenia eksperymentów np. co do intensywności, ciągłości i sposobu użytkowania terenu przez turystów (np. użytkowanie ciągle albo sporadyczne, penetracja liniowa albo powierzchniowa), uwzględniania albo nie wpływu obiektów istniejącej infrastruktury turystycznej, określania wskaźnika bądź dla każdego komponentu środowiska geograficznego z osobna bądź dla zespołu komponentów (ekosystemu) itp. – wskaźniki chłonności turystycznej środowiska geograficznego mogą budzić wątpliwości co do stopnia ich wiarygodności. Jednak, przy wszystkich ich słabościach metodycznych, ustalone eksperymentalnie wskaźniki stanowią jakąś realniejszą, akceptowalną metodologicznie podstawę do szacowania tak użytecznej metodycznie chłonności turystycznej środowiska geograficznego.

2) Region albo obszar turystyczny poddany zostaje wydzieleniu granic terenów zajmowanych przez zdiagnozowane typy (uroczyska) środowiska geograficznego, którym katalog wskaźników chłonności turystycznej przyporządkowuje określone wartości wskaźników.

3) Dla każdego wyróżnionego terenu podprzestrzeni recepcji turystów zajętego przez określony typ uroczyska środowiska geograficznego oblicza się chłonność turystyczną jego środowiska mnożąc jego areal przez wielkość odpowiadającego temu typowi uroczyska wskaźnika chłonności turystycznej (liczba ha x liczba turystów/dobę/ha = liczba turystów/dobę).

4) Chłonność turystyczna środowiska geograficznego regionu czy obszaru turystycznego, to suma chłonności oszacowanych dla wyróżnionych terenów analizy.

Pojemność obiektu infrastruktury turystycznej odnosi się do obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej. Oznacza ona potencjał obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej do świadczenia dobowej usługi noclegowej wyrażony maksymalną liczbą turystów, mogących skorzystać z takiej usługi, równą liczbie miejsc noclegowych (tzw. łóżek) obiektu.

się do wskaźników przyjętych dla obszarów bagiennych przez M.S. Bocza (1981) oraz katalogu wskaźników dla środowiska przyrodniczego, opracowanego przez zespół Instytutu Turystyki w Toruniu pod kierownictwem S. Regła (1973, 1975, 1978).

W Polsce badania nad w tym zagadnieniem prowadzili ponadto m. innymi: A.S. Kostrowicki (1970), M. Stalski (1970), A. Marsz (1972), J. Owsiak (1975, 1976), S. Burak (1979), A. Zwoliński (1979). Z literatury zagranicznej można wskazać również pracę G. Dunne, G. Leslie (2002).

Suma pojemności wszystkich obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej regionu czy obszaru turystycznego informuje o turystycznym potencjale recepcyjnym regionu i obszaru w zakresie pobytów turystycznych²⁷².

Przepustowość obiektu infrastruktury turystycznej odnosi się do obiektu infrastruktury turystycznej o świadczonej w nim rotacyjnie w określonej jednostce czasu (godzina, doba, rok) pozanoclegowej usłudze turystycznej: organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej, żywieniowej albo towarzyszącej. Oznacza ona potencjał obiektu do rotacyjnego świadczenia takiej usługi wyrażony maksymalną liczbą świadczeń turyście takiej usługi w określonej jednostce czasu (przepustowość: godzinna, dobową, roczną).

Użycie łącznej przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej do szacowania liczby turystów i poziomu presji turystów na walory turystyczne obszaru turystycznego jest wysoce zawodne, ponieważ pomimo wykorzystania pełnej przepustowości takich obiektów:

- nie wszyscy odwiedzający obszar turyści (zarówno w trybie pobytu wielodniowego z noclegiem, jednodniowego, godzinnego) korzystają ze wszystkich rodzajów usług świadczonych rotacyjnie (nie wszyscy zgłaszają taki sam zespół potrzeb pozanoclegowych),
- ten sam turysta może w jednostce czasu wielokrotnie korzystać z tej samej usługi świadczonej rotacyjnie (np. w przypadku wyciągu narciarskiego, kąpieliska, restauracji) nie korzystając wcale z innych tak świadczonych usług,
- łączna presja na walory turystyczne wszystkich turystów przebywających na danym obszarze krótkotrwale (bez noclegu) i w bardzo zróżnicowanym okresie (od jednej do kilku godzin) jest trudna do oszacowania.

Jedynie przepustowość obiektu turystycznej infrastruktury motywacyjnej (tj. obiektu udostępniającego turyście funkcje waloru turystycznego) może świadczyć o potencjalnej, punktowej presji odwiedzających ten obiekt turystów (znajdujących się w stanie pobytu lub tranzytu) na walor turystyczny w taki obiekt zaopatrzony.

Jest dowiedzionym, że poziom powierzchniowej presji turystów na walory turystyczne jest skorelowany dodatnio z pobytami turystów, głównie z charakteryzującymi je: liczbą przebywających synchronicznie na danym obszarze turystów i długością okresu ich obecności. Pobyt turysty jest warunkowany obecnością dyspozycyjnego dlań miejsca noclegowego. Zatem, parametrem informującym ułomnie, ale możliwie wiarygodnie o potencjal-

²⁷² Pobyt turystyczny – to obecność w określonym miejscu turysty korzystającego w tym miejscu z co najmniej jednego noclegu.

nej maksymalnej liczbie przebywających synchronicznie w formie pobytu na danym obszarze turystów jest łączna pojemność jego obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej²⁷³.

Z powyższego wywodu wynika, że poziom presji turystów na walory turystyczne jest skorelowany dodatnio również z pojemnością obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej.

Z uwagi na fakt, że obiekty turystycznej infrastruktury noclegowej stanowią źródło najwyższej i dominującej wolumenem pośród funkcjonalnych typów infrastruktury turystycznej presyjności turystów na walory turystyczne można uznać pojemność obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej za – *toutes proportions gardées* – reprezentację całości presji turystów genero-

²⁷³ Ekonomiczno-funkcjonalną rolę pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej dla stanu gospodarki turystycznej w granicach określonego obszaru turystycznego (np. miejscowości turystycznej) uwydatnili R. Baretje i P. Defert formułując wskaźnik „stopa funkcji turystycznej obszaru (miejscowości)” (za G. Guibilato, 1983, s. 127). Wskaźnik ten wyraża się formułą: $TF = L/P \times 100$, gdzie: TF – stopa turystycznej funkcji miejscowości, L – liczba turystycznych miejsc noclegowych (łóżek), P – liczba stałych mieszkańców. Ograniczenia jego wiarygodności wiążą się ze zmiennością licznika i mianownika tego stosunku warunkowaną związanym z motywem podróży turysty jej modelem (pobyt, tranzyt) i czynnikami niekoniecznie o charakterze turystycznym.

W odniesieniu do licznika stosunku wskaźnik może mieć zastosowanie jedynie do porównawczych badań miejscowości o funkcji turystycznej opartej na frekwencji turystów o motywach podróży, z którymi wiąże się pobyt wymagający zaspokojenia potrzeby noclegu (motyw wypoczynku, w tym leczenia uzdrowiskowego). Wskaźnik jest więc niewiarygodny w odniesieniu do funkcji opartych na podróżach o motywach poznawczych i emocjonalnych, z którymi wiąże się najczęściej model podróży o charakterze tranzytu (podróż poznawcza, krajoznawcza) lub krótkotrwałego i okresowego pobytu (podróż o motywie religijnym – okres pielgrzymki, kulturalnym i sportowym – okres wydarzeń o tym charakterze). W takim przypadku, frekwencja turystyczna miejsca nie znajduje odzwierciedlenia w liczbie dyspozycyjnych turystycznych miejsc noclegowych. Ponadto, wskaźnik oparty na liczbie miejsc noclegowych, a nie na ich efektywnym wykorzystaniu może fałszywie informować o stanie funkcji turystycznej miejscowości zwłaszcza z kryzysem tej funkcji w sytuacji spadającej frekwencji turystycznej, noclegowych pustostanów – niewykorzystanych miejsc noclegowych lub też przeinwestowania infrastrukturalnego w stosunku do efektywnej frekwencji turystycznej.

W odniesieniu do mianownika stosunku, wiarygodność wskaźnika osłabia fakt, że wartość wskaźnika może ulegać zmianie – np. przy stałej liczbie łóżek turystycznych – w zależności od zmiany liczby stałych mieszkańców (głównie masowych wyludnień) warunkowanej wpływem zarówno czynników turystycznych, jak i pozaturystycznych, zwłaszcza o charakterze gwałtownego w przebiegu kataklizmu przyrodniczego i wojennego czy lokalnego, warunkowanego ekonomicznymi czynnikami strukturalnymi kryzysu demograficznego i przestrzennego (jak np. zapoczątkowany w latach pięćdziesiątych XX wieku fenomen *white flight* znany z odwiedzanych przez turystów „postindustrialnych” wielkich miast wschodnich stanów USA, jak np. Baltimore, Chicago i Filadelfia).

Gdy pominąć zwykle mało znaczący wpływ czynników pozaturystycznych na wielkość wskaźnika, to wskaźnik ten stosownie interpretowany daje się użyć zarówno do porównania w prostym ujęciu syntetycznym potencjału funkcji turystycznej różnych obszarów (miejscowości) turystycznych, jak i do szacowania stopnia presji turystów na walory turystyczne na tych obszarach (w tych miejscowościach).

wanej w obiektach infrastruktury turystycznej obszaru wszystkich jej typów funkcjonalnych (organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej, noclegowej, żywieniowej, towarzyszącej).

Mankamentem takiego podejścia jest jednak to, że uzyskując informację o potencjalnej maksymalnej liczbie turystów odwiedzających obszar według modelu pobytowego (tj. korzystających z obiektów noclegowych; dotyczy to głównie turystów z motywem wypoczynkowym ich podróży) gubi się zarazem w statystyce liczbę turystów odwiedzających obszar „w tranzycie” (godzinnych, jednodniowych; podróżujących zasadniczo z motywem poznawczym bądź emocjonalnym) nie korzystających z noclegów, a jedynie z obiektów pozanoclegowej infrastruktury turystycznej. Natomiast zaletą takiego podejścia jest to, że pozwala ono uniknąć błędu wielokrotności statystycznego ujęcia tego samego turysty (potrzebę noclegu turysta zaspokaja w ciągu doby w zasadzie tylko jednokrotnie i w tylko jednym obiekcie infrastruktury noclegowej)²⁷⁴.

Jak już w tej pracy stwierdzono, trwały rozwój gospodarki turystycznej obszaru turystycznego wymaga zachowania korzystnego stanu walorów turystycznych stanowiących egzystencjalny fundament rozwoju. Skoro – by powtórzyć – potencjalna, maksymalna, szkodliwa presja turystów na środowisko geograficzne obszaru turystycznego i występujące w nim walory turystyczne jest wprost proporcjonalna do umożliwiającej turystom długotrwały pobyt w obszarze sumy pojemności obecnych w nim obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej, to taka suma pojemności – jako czynnik szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych – wymaga stosownego uregulowania.

Jego instrumentem może być – bilansowane w granicach obszaru turystycznego do poziomu chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego – limitowanie pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej, równoznaczne z limitowaniem liczby turystów przebywających w obszarze według modelu pobytowego²⁷⁵.

²⁷⁴ Kwestia metodyki szacowania w pełni wiarygodnej potencjalnej maksymalnej liczby odwiedzających obszar turystów (adresowanego doń maksymalnego potencjalnego popytu turystycznego) w oparciu łącznie o pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej obszaru turystycznego jest na tyle złożona, że wymagałaby specyficznego modelowania statystyczno-matematycznego.

²⁷⁵ Mechanizm przechodniości – w planowaniu i projektowaniu – limitu liczby turystów od chłonności turystycznej środowiska geograficznego (w planie regionu) poprzez pojemność turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego (w planie obszaru) po pojemność obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej (w projekcie obiektu; poziom miejscowy) jest włączony w model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

Powstaje obawa czy limitowanie liczby turystów, chroniąc walory turystyczne, zarazem nie wstrzymuje rozwoju gospodarki turystycznej obszaru?

Odpowiedź na tak postawione pytanie należy oprzeć na rozumieniu rozwoju. Przyjmuje się, że trwały rozwój jakiegoś przedmiotu można pojmować jako niezaburzony proces jego przechodzenia do stanów pod pewnym względem doskonalszych. W pewnym momencie ewolucji takiego przedmiotu może dojść do konfliktu pomiędzy jego rozwojem ilościowym (wzrostem) i jakościowym²⁷⁶. Jednak w przypadku trwałego rozwoju takiego przedmiotu jakim jest gospodarka turystyczna obszaru, jej doskonalszy stan charakteryzują pożądane przez gospodarującego człowieka: ilość (rosnące w granicach chłonności turystycznej środowiska geograficznego jej rozmiary) i jakość (coraz wyższa)²⁷⁷.

Skoro potrzeba utrzymania warunkowanej nie pogorszoną stanem walorów turystycznych trwałości rozwoju gospodarki turystycznej obszaru wymaga kategorycznie limitowania – powstrzymania rozwoju ilościowego (wzrostu) tej gospodarki, zwiększa się znaczenie jej rozwoju jakościowego. Jak dowodzi tego wyprowadzona empirycznie teoria ewolucji obszaru turystycznego, z chwilą osiągnięcia pułapu odporności walorów turystycznych (tj. chłonności turystycznej środowiska geograficznego ich występowania) i zarazem równego jemu limitu łącznej dla obszaru pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej powinna zostać zaordynowana zmiana charakteru rozwoju gospodarki turystycznej. Co do zasady, jej rozwój ilościowo – jakościowy powinien zostać zastąpiony rozwojem wyłącznie jakościowym (lepsza jej jakość przy stałej ilości). Rozwój ilościowy gospodarki turystycznej obszaru jest w takiej sytuacji kompensowany jej rozwojem jakościowym.

Zatem, limitowanie pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej i – konsekwentnie – liczby turystów nie tylko rozwoju gospodarki turystycznej obszaru nie wstrzymuje, a wręcz go korzystnie warunkuje. Bez takiego limitowania jej rozwój nie tylko nie jest możliwy, ale – co więcej – gospodarka turystyczna upada (dowód: stadia – fazy dekadencje w modelach ewolucji podprzestrzeni recepcji turystów wg R.W. Butlera i J.-M. Miosseca).

²⁷⁶ C.M. Hall cytując swoją wcześniejszą wypowiedź w kontekście koncepcji tzw. ekologicznego („zielonego”) wzrostu gospodarki turystycznej (ang. *green growth*) pisze: Koncepcja „ekologicznego wzrostu” podnosi fundamentalną różnicę pomiędzy trwałym wzrostem i trwałym rozwojem. Wzrost odnosi się do ilościowego przyrostu efektu ekonomicznego, podczas gdy rozwój odnosi się do pewnego przyrostu w jakości wyniku bez przyrostu w konsumpcji. (tłumaczenie autora S.S.). (The concept of green growth raises the fundamental difference between sustainable growth and sustainable development. Growth refers to the quantitative increase in economic output, whereas development refers to an increase in the quality of output without an increase in MRE use.). C.M. Hall, S. Gössling, D. Scott, 2015, *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*, Routledge, London & New York.

²⁷⁷ Rozwój jest tutaj kategorią ilościowo-jakościową. Rozwój ilościowy to wzrost.

Inaczej rzecz ujmując: ilościowe limitowanie rozwoju gospodarki turystycznej jest sprzyjającym warunkiem nie tylko jej rozwoju, ale w ogóle jej istnienia²⁷⁸.

Ustaleniu dla określonego obszaru turystycznego stopnia zagrożenia ze strony gospodarki turystycznej – ściślej: ze strony szkodliwej presji turystów na środowisko geograficzne tego obszaru i obecne w nim walory turystyczne wyrażonej w postaci pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej – służy ilościowa metoda analizy „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej regionu, obszaru i obiektu inwestycyjnego.

Metoda analizy „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru turystycznego

Między mierzonymi liczbą turystów: reprezentującą profilaktyczny i ochronny „interes” walorów turystycznych chłonnością turystyczną środowiska geograficznego, a reprezentującą presję turystów na walory turystyczne pojemnością obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego możliwe są następujące relacje, mające swoją wartość z punktu widzenia oceny stopnia zagrożenia szkodliwymi zmianami stanu walorów turystycznych:

POTIN OT < CHTŚ OT – sytuacja korzystna, pożądana

POTIN OT = CHTŚ OT – sytuacja krytyczna

POTIN OT > CHTŚ OT – sytuacja wysoce szkodliwa, katastrofalna

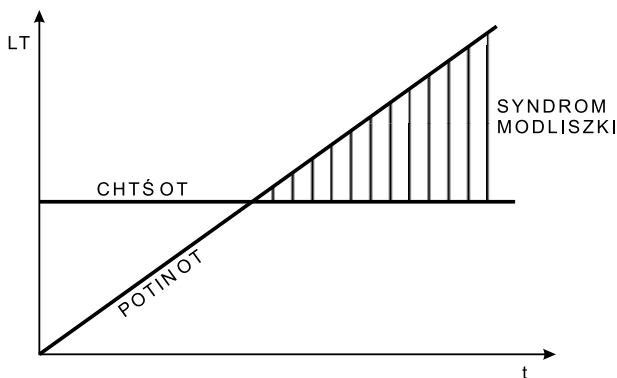
gdzie: POTIN OT – pojemność obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego, CHTŚ OT – chłonność turystyczna środowiska geograficznego obszaru turystycznego.

Sytuację „POTIN OT > CHTŚ OT” wysoce szkodliwej presji turystów (i pośrednio – gospodarki turystycznej zaspokajającej ich potrzeby) na stan walorów turystycznych obszaru turystycznego będących warunkiem powstania, egzy-

²⁷⁸ Podobnie twierdzi tenże C.M. Hall w swojej publikacji z 2009 r. *Degrowing tourism: de-croissance, sustainable consumption and steady – state tourism*, „Anatolia”, 20, pp. 46-61. Wskazuje on jednak inne aniżeli autor niniejszej pracy środki zaradcze, jakie powinny zostać zaangażowane do ograniczenia presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne. Autor proponuje jako skuteczne środki planistyczne, ekonomiczne i prawno-administracyjne (por. rozdz. 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej). C.M. Hall upatruje je w edukacji społeczno-ekonomicznej turystów zachęcającej ich do wyboru podróży o krótszym pobycie w jednym miejscu (cel: minimalizacja presji turystów wprost na środowisko) i na krótszym dystansie (cel: ograniczenie presji na środowisko ze strony używanych przez nich środków transportu, w tym lotniczego). Jak dowodzi praktyka życia społecznego, skuteczność samych li tylko środków psychologicznej perswazji wydaje się być wobec rozważanej kwestii iluzoryczna i jawi się jako tzw. pobożne życzenie.

stencji i rozwoju gospodarki turystycznej w tym obszarze można określić mianem autodestrukcji gospodarki turystycznej albo – przytoczoną już w tej pracy – alegoryczną nazwą „syndrom modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru (obejmuje on i tłumaczy zjawiska: „overtourism” czy „syndrom wenecki”).

Aspekt ilościowy i ewolucję w czasie fenomenu „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru turystycznego, w sytuacji ciągłego przyrostu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru ilustruje ryc. 9.



LT – liczba turystów, t – czas, CHTŚ OT – chłonność turystyczna geograficznego środowiska obszaru turystycznego (*constans*), POTINOT – pojemność obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego

Ryc. 9. „Syndrom modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru turystycznego. Aspekt ilościowy i ewolucja w czasie w sytuacji ciągłego przyrostu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru

Fenomen „syndromu modliszki” dotyczy w równym stopniu turystycznych walorów materialnych (np. szata roślinna, zabytek architektury), jak i niematerialnych (walorów zbiorowych – np. krajobrazu estetycznego, ekosystemu i walorów emocjonalnych: kulturowych, religijnych i sportowych). Ilustrują go szkodliwe dla walorów turystycznych zjawiska ilościowe (mierzalne – np. zmniejszenie liczby występujących na danym obszarze walorów, ubytek powierzchni zajmowanej przez walor), jak też jakościowe (np. pogorszenie użyteczności i atrakcyjności waloru turystycznego).

Zasadniczym problemem i słabością praktyki zapobiegania wystąpieniu „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej regionu, obszaru czy obiektu turystycznego jest brak stosowania w praktyce administracyjnych decyzji budowlanych w odniesieniu do obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej ustalonego w samorządowej praktyce planistycznej i sank-

cjonowanego prawnie limitu pojemności takich obiektów bilansowanego w granicach wyznaczonej na poziomie turystycznego planu regionu dla każdego obszaru turystycznego chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego²⁷⁹.

Rozwiązaniem kwestii zapobiegania wystąpieniu „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru może być autorska propozycja metodyczna skutecznej egzekucyjnie realizacji postulatów trwałego i zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej w postaci modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

Istota tej propozycji metodycznej zasadza się na jej funkcji integrującej i zabezpieczonej prawem egzekucyjności. Funkcja integrująca dotyczy czynności planistycznych i projektowych inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej prowadzonych na wszystkich poziomach terytorialnych operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (regionu, obszaru, obiektu). Egzekucyjność prawna metody zapewniająca jej skuteczność polega na oparciu jej stosowania na obowiązujących aktach prawa regulującego gospodarkę przestrzenną²⁸⁰.

Metoda limitowania liczby turystów obejmuje sekwencję następujących czynności na poszczególnych poziomach terytorialnych interwencji planistycznej i projektowej inżynierii ekonomiki turystycznej.

Punktem wyjścia do stosowania metody limitowania liczby turystów w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów jest sporządzenie na poziomie regionu turystycznego planu jego zagospodarowania turystycznego, zawierającego w konkluzji:

- identyfikację obszarów turystycznych (np. miejscowości turystycznych, parków narodowych) na podstawie uprzedniej typologii i identyfikacji występujących w nich walorów turystycznych,
- określenie chłonności turystycznej środowiska geograficznego każdego wyznaczonego obszaru turystycznego, traktowanej jako podstawa do określenia równego jej wolumenem łącznego dla obszaru limitu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej.

Jest koniecznym, aby na tym etapie czynności obydwie wymienione istotne ustalenia regionalnego planu turystycznego, ujęte w postaci rysunku i tekstu, zostały wmontowane w ustalenia ogólnego w swoim przedmiocie „planu przestrzennego rozwoju województwa”.

Podobny mechanizm ma miejsce na poziomie gminy, gdzie ustalenia planu rozwoju przestrzennego województwa i gminne studia strategiczne np. w zakresie gospodarki turystycznej, do jakich należy zaliczyć „plan zagospo-

²⁷⁹ Znane są już w świecie precedensy takich prawnych, praktycznie skutecznych rozwiązań. Por. uwagi na ten temat w rozdz. 6.2.3. Instrumenty prawne ustalenia bilansu równowagi.

²⁸⁰ W Polsce jest nim Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami.

darowania turystycznego obszaru turystycznego" (głównie: miejscowości turystycznej) są wiążące lub uwzględniane w aktach planowania przestrzennego gminy: planie ogólnym gminy oraz w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

Rejestr stanu wykorzystania limitu pojemności turystycznej, w jego kumulowanej części wykorzystanej i w części wolnej inwestycyjnie w granicach obszarów turystycznych prowadziłby organ administracji państwowej wypełniający zarazem kompetencje do wydawania decyzji „pozwolenie na budowę”. Obecnie, co do prawnej zasady, jest nim starosta powiatowy.

Wnioskowana, projektowana pojemność obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej byłaby konfrontowana z bilansem limitu pojemności turystycznej i stopnia jego wykorzystania dla obszaru turystycznego w rejestrze prowadzonym na poziomie starostwa (administracji powiatu), co stanowiłoby podstawę do wydania decyzji „pozwolenie na budowę”, uwzględniającej takie kryterium decyzyjne²⁸¹.

Reasumując można stwierdzić, że w takim modelu zintegrowanego postępowania planistycznego, projektowego i administracyjnego (decyzyjnego) ustalony limit chłonności turystycznej, korygowany proporcjonalnie „wędruje” w sposób skuteczny i prawnie sankcjonowany z poziomu planu regionu turystycznego, gdzie został ustalony, do poziomu projektu obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej (np. hotelu), gdzie już jako limit jego pojemności turystycznej został skutecznie wyegzekwowany.

Metody przestrzenne

Planistyczne metody przestrzenne zapobiegania powstaniu czynników szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych wkomponowane są w służące ustaleniu zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru metody racjonalizacji funkcjonalno-przestrzennej struktury obszaru turystycznego, czyli jego ładu przestrzennego²⁸².

²⁸¹ Przykład: limit łącznej pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego równy ustalonej w planie turystycznym regionu dla tego obszaru chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego wynosi 4 000 miejsc noclegowych. Odnotowana w rejestrze stanu wykorzystania limitu łącznej dla obszaru pojemności takich obiektów suma „skonsumowanych inwestycyjnie” turystycznych miejsc noclegowych w już istniejących i projektowanych obiektach turystycznej infrastruktury noclegowej, dla których wydana została decyzja „pozwolenie na budowę” wynosi 3 860. Projekt budowy kolejnego w obszarze obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej uzyska pozytywną administracyjną decyzję budowlaną jedynie wówczas, gdy jego projektowana pojemność nie przekroczy liczby 140 miejsc noclegowych.

²⁸² Por. rozdz. 6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego, w tym podrozdziały 6.2.1.1.1 Metody optymalizacji systemu i 6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury.

Ram metodycznych do uwzględnienia w turystycznym planowaniu przestrzennym zapobiegania i ochrony walorów turystycznych przed czynnikiem zmian szkodliwych, jakim jest presja turystów, stwarzają wykonywane w planowaniu obszaru turystycznego ustanowienie harmonijnego systemu wewnętrznych i zewnętrznych relacji funkcji turystycznych oraz analiza optymalizująca triadę sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych: walorów turystycznych z ich atrakcjami, infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w ich obiektach usługami turystycznymi oraz turystów z ich potrzebami. W wyniku ich zastosowania zostaje ukształtowana w planie turystycznym najkorzystniejsza dla człowieka funkcjonalno-przestrzenna struktura przestrzeni obszaru turystycznego, inaczej – jej ład przestrzenny.

Przez wzgląd na wykazane już tutaj krytycznie istotne znaczenie walorów turystycznych w gospodarce turystycznej ich modelująca planowanie funkcja wobec turystów oraz wobec infrastruktury turystycznej jest dominująca, priorytetowa („w planie turystycznym, turystów oraz infrastrukturę turystyczną kształtuje się pod wymagania walorów”).

Planistyczne metody przestrzenne limitowania presji turystów na walory turystyczne polegają na zastosowaniu w rozstrzygnięciach planu i projektu turystycznego idei strefowania, koncentracji i kanalizacji przestrzennej mobilności populacji turystów.

Jak dowodzą tego nadzwyczaj liczne przykłady obecne w literaturze przedmiotu, ta sama liczba turystów wprowadzona na określony obszar w różnym modelu jej rozmieszczenia i mobilności przestrzennej generuje odpowiednio różny poziom jej presji na walory turystyczne. Udowodniono, że walory turystyczne doświadczają największej presji w sytuacji rozłożonej powierzchniowo mobilności turystów, a są względnie bardziej przez nią oszczędzane w sytuacji wydzielenia stref koncentracji i liniowej kanalizacji przestrzennej ich mobilności.

Taka prawidłowość legła u podstaw najstarszych koncepcji planowania i projektowania obszarów cennych przyrodniczo i kulturowo, np. pierwszego historycznie Parku Narodowego Yellowstone (1872 r.). Jej planistyczną konsekwencją jest tworzenie systemu szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych i punktów etapowych (odpoczynku i piknikowania) wyposażonych tylko w podstawowe urządzenia infrastruktury motywacyjnej (infrastruktury atrakcji walorów turystycznych) oraz żywieniowej (spożywania posiłków), sanitarnej i higienicznej.

Przebieg szlaku czy ścieżki dydaktycznej w podprzestrzeni recepcji turystów wraz z regulaminem zwiedzania obszaru cennego przyrodniczo czy kulturowo dyscyplinują (włącznie z sankcjami prawnymi) przestrzenną mobilność turystów na takim obszarze w taki sposób i z takim celem, by presja

turystów na walory turystyczne była możliwie minimalna. Podobny cel i mechanizm rządzi odpowiednio koncentracją – dekoncentracją rozmieszczenia na szlaku turystycznym obiektów infrastruktury turystycznej i świadczonych w nich usług turystycznych.

5.2.3.4.2.2.2. Ochrona

O ile celem zapobiegania – w granicach kompetencji oraz instrumentarium inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej – jest niedopuszczenie do powstania czynnika szkodliwych zmian walorów turystycznych mającego swe źródło w gospodarce turystycznej (czynnik turystyczny), jakim jest głównie presja nadmiernej frekwencji turystów z ich potrzebami, to celem ochrony walorów turystycznych jest przeciwdziałanie wpływowi na walory takiego czynnika już istniejącego, eliminujące albo możliwie znacząco taki jego wpływ ograniczające.

Sposobami ochrony walorów turystycznych przed szkodliwymi w skutkach wpływami już działającego czynnika nadmiernej presji turystów na stan walorów turystycznych, możliwymi do zastosowania przez inżynierię ekonomiki przestrzeni turystycznej są – podobnie jak w przypadku zapobiegania powstaniu takich „turystogennych” czynników szkodliwych zmian ich stanu – już tutaj zaprezentowane instrumenty planowania i projektowania: jakościowe, ilościowe i przestrzenne.

Ochrona stanu walorów turystycznych z użyciem takich instrumentów przejawia się w ustaleniach turystycznego planu i projektu eliminujących działanie istniejących już szkodliwych dla walorów turystycznych czynników poprzez, przykładowo:

- metody jakościowe (dotyczą optymalizacji systemu funkcji obszaru turystycznego): eliminowanie istniejących kolizji funkcji turystycznych,
- metody ilościowe (dotyczą optymalizacji ewolucji obszaru turystycznego w warunkach zachowania korzystnego stanu walorów turystycznych – podstawy trwałości gospodarki turystycznej): przywrócenie respektu dla limitu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej. Polega ono na likwidacji nadmiaru pojemności istniejących turystycznych obiektów noclegowych poprzez zmianę ich funkcji na mniej presyjną dla walorów turystycznych lub wręcz przez wyburzenie pewnych obiektów²⁸³,
- metody przestrzenne (dotyczą optymalizacji funkcjonalno-przestrzennej struktury przestrzeni obszaru turystycznego):

²⁸³ Rozwiązanie z powodzeniem zastosowane np. w obszarze Alp francuskich.

- stosowne planowanie i projektowanie obszarów cennych przyrodniczo (np. parków narodowych), rezerwatów pokazowych i przebiegu szlaków turystycznych oraz ścieżek dydaktycznych w celu eliminowania szkodliwej penetracji powierzchniowej ich terenu przez turystów. Celem jest kanalizowanie (ukierunkowywanie i koncentrowanie liniowe) oraz buforowanie (przechwytywanie) swobodnego przemieszczania się turystów w przestrzeni. Istotą takiego zabiegu jest np. udostępnianie turystom w miejsce cennego, wysoce wrażliwego na presję ze strony turystów oryginału (np. rezerwatu, ekosystemu) jego krajobrazowej namiastki o niższej wartości przyrodniczej, ale identycznej wartości poglądowej (dydaktycznej).
- planowanie i projektowanie rozmieszczenia urządzeń stosownej infrastruktury motywacyjnej (infrastruktury atrakcji) cennych przyrodniczo czy kulturowo walorów turystycznych kanalizujących lub koncentrujących bezpiecznie dla walorów ruch turystów, w postaci np. kładek (na bagnach, na przejściach przez wydmy lub fragmenty zabytkowych budowli), tarasów – wież widokowych (belwederów; skłaniających do odległej penetracji wizualnej krajobrazu zamiast autopsyjnej – pieszej) itp.
- planowanie na obszarach cennych przyrodniczo czy kulturowo rozmieszczenia etapowych miejsc monitorowania marszruty turysty poprzez instalację urządzeń teleinformatycznych, w celu dyscyplinowania poruszania się turysty w przestrzeni w sposób możliwie najmniej szkodliwy z punktu widzenia ochrony walorów turystycznych (wymuszona penetracja liniowa zamiast powierzchniowej; turysta wyposażony na wejściu w kartę teleinformatyczną potwierdza na niej swoją obecność w etapowych punktach wyznaczonego pieszego szlaku turystycznego, co jest przedmiotem kontroli i ewentualnej sankcji na wyjściu ze szlaku).

Dopełnieniem przez inżynierię ekonomiki przestrzeni turystycznej takich rozwiązań planistycznych na poziomie turystycznego obiektu inwestycyjnego jest udział w ukierunkowanym na ochronę walorów turystycznych projektowaniu (w zakresie projektu zagospodarowania terenu) wskazanych planem stosownych budowli i urządzeń infrastruktury motywacyjnej (infrastruktury atrakcji walorów turystycznych). Warunkiem skuteczności takich projektów jest ich inwestycyjna realizacja budowlana, co jednak leży już poza kompetencjami ekonomiki przestrzeni turystycznej.

5.2.3.4.2.3. Przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu – odtwarzanie: istnienia, atrakcyjności

Usuwanie skutków działania czynników szkodliwych zmian stanu waloru turystycznego wyraża się w takiej czynności, jak odtwarzanie: istnienia waloru zanikłego oraz atrakcyjności zdegradowanego w jego użyteczności waloru istniejącego.

Struktura rodzajowa i charakter odtworzeniowych działań inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej usuwających skutki działania czynników szkodliwych zmian walorów turystycznych, a więc działań przywracających stan waloru turystycznego: jego istnienie i atrakcyjność odpowiada – w granicach kompetencji tej ekonomiki – przedstawionemu w poprzednim rozdziale spektrum metod przeciwdziałania czynnikom szkodliwych zmian ich stanu.

Należy zauważyć, że przywracająca stan waloru kontrakcja inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej dotyczyć może czynników i skutków szkodliwych zmian waloru w swej genezie nie tylko turystycznych (udział w rewitalizacji istniejącego obszaru turystycznego), ale – częściowo – w ogóle czynników szkodliwych w ich genezie zarówno przyrodniczych, jak i antropogennych.

W pewnych sytuacjach, usuwanie skutków szkodliwych zmian waloru może okazać się niemożliwe. Jest tak w przypadku turystycznych walorów wrażliwych, ekosystemowo skomplikowanych czy też z racji obiektywnego procesu (np. zmian cywilizacyjnych i kulturowych, mody itp.) „naturalnie” zanikających: ekosystemów przyrodniczych, gatunków roślin i zwierząt nie reprezentowanych już w stworzonym przez człowieka banku genów, zabytkowych układów urbanistycznych, dzieł sztuk plastycznych, elementów folkloru itp.

Stąd, zalecana jest szczególna ostrożność zarówno w przypadku ingerencji człowieka dewastującej, jak i w przypadku ingerencji usiłującej odtworzyć takie walory turystyczne. Działa tutaj zasada: dla człowieka jest trudne lub niemożliwe odtwarzać obiekt lub system, którego sam nie stworzył²⁸⁴.

²⁸⁴ S.S. Szadziński (1984, s. 45) w odniesieniu do ingerencji w stan walorów turystycznych na obszarze położonego na Podlasiu dzisiejszego Narwiańskiego Parku Narodowego napisał: „Jednym z ich (walorów turystycznych – przypis S.S.) atrybutów, szczególnie walorów typu przyrodniczego, jest ograniczona odnawialność, czy to na drodze homeostatycznej autoregeneracji, czy też restytucyjnej interwencji człowieka. Skutki każdej interwencji człowieka w środowisko przyrodnicze (ekosystem), ich zakres jakościowy, ilościowy i przestrzenny z reguły nie są w chwili obecnej do przewidzenia, bowiem nie do końca znany jest nauce (nie mówiąc o praktyce) mechanizm implikacji w ekosystemie. Kreacyjne możliwości człowieka w środowisku są pokaźne, natomiast możliwości restytucyjne – znikome, w wielu przypadkach żadne.”

Z kolei, w odniesieniu do możliwości restytucyjnych wobec stanu walorów turystycznych środowiska kulturowego napisał (S.S. Szadziński, 1984, s. 61): „Najbardziej niepokojącym zjawie-

Udział inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej w czynnościach odtworzeniowych stanu waloru (jego istnienia i atrakcyjności) dokonuje się w ramach planowania turystycznego na poziomie obszaru turystycznego, głównie zaś projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego (na poziomie miejscowym). Jak wskazano, punktem wyjścia do czynności projektowania jest uprzednia analiza kierunku, zakresu rodzajowego i głębokości ewolucji stanu waloru oparta na porównaniu wykonanych w kolejnych okresach obserwacyjnych: identyfikacjach i diagnozach stanu waloru. Projekt odtworzeniowy obejmuje również udział w uruchomieniu atrakcji (funkcji) waloru turystycznego poprzez zaprojektowanie obiektów stosownej infrastruktury takich atrakcji (obiektów infrastruktury motywacyjnej).

5.3. INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA

Infrastruktura turystyczna to w zasadzie głównie materialny (wyjątek: e-infrastruktura organizacji podróży), drugi obok walorów turystycznych reprezentant podaży turystycznej w przestrzeni turystycznej. Jej obiekty są miejscem świadczenia usług turystycznych.

W toku całości swej podróży – w czasie i w przestrzeni – turysta odczuwa zespół potrzeb: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych. Do ich zaspokojenia niezbędne jest stworzenie z udziałem inżynierii ekonomiki turystycznej (przestrzeni i usług) odpowiedniej infrastruktury o funkcjach odpowiadających takim potrzebom w całym okresie i na całym szlaku jego podróży, od miejsca wyjazdu (obszaru emisji) poprzez szlak podróży (kanał tranzytowy) po celowy funkcjonalnie i przestrzennie obszar turystyczny (obszar recepcji turystów). Zatem, strukturze potrzeb turysty odpowiada struktura funkcjonalna infrastruktury turystycznej.

Warto przypomnieć, że obszary emisji i kanału tranzytowego to domeny infrastruktury w swej genezie paraturystycznej, podczas gdy obszar recepcji turystów, to w zasadzie dziedzina infrastruktury genetycznie turystycznej. Wynika z powyższego, że udział ekonomiki przestrzeni turystycznej w tworzeniu turystycznej infrastruktury przestrzeni recepcji turystów jest nieodzowny, a w tworzeniu infrastruktury paraturystycznej w przestrzeniach: emisji i kanału tranzytowego turystów – żaden lub znikomy.

Sama obecność na danym obszarze walorów turystycznych oraz w sposób trwały turystów – pionierów nie pozwalają na nazwanie go ukształtowanym funkcjonalnie (systemowo) i przestrzennie (strukturalnie) obszarem

skiem z tej sfery zagadnień jest zanik reliktyw folkloru, obrzędowości, ludowej sztuki plastycznej, muzycznej, poetyckiej i kultury materialnej."

turystycznym. Pośród innych istotnych warunków, jakim obszar musi odpowiadać, aby mógł spełnić kryteria definicyjne obszaru turystycznego znajduje się konieczność stworzenia materialnych i funkcjonalnych warunków do zaspokojenia wskazanych wielorakich potrzeb turysty. Takie warunki spełniają: infrastruktura turystyczna i świadczone w jej obiektach usługi turystyczne.

Rola infrastruktury turystycznej w gospodarce turystycznej wynika z faktu, że o ile walory turystyczne z ich atrakcjami stanowią warunek egzystencjalny zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty, aktu konsumpcji turystycznej i – konsekwentnie – powstania i rozwoju gospodarki turystycznej w określonym fragmencie podprzestrzeni recepcji, to infrastruktura turystyczna, stwarzając warunki materialne świadczenia usług turystycznych stanowi warunek funkcjonalny aktu konsumpcji turystycznej (funkcja jego katalizatora)²⁸⁵.

²⁸⁵ Odmienne stanowisko w kwestii niezbędności udziału infrastruktury turystycznej w akcie konsumpcji turystycznej (w zaspokajaniu potrzeb turysty) reprezentują zwolennicy tzw. turystyki alternatywnej, ściślej: migracji turystycznych odbywanych wg reżimu alternatywnego. Fenomen alternatywy ma tutaj polegać na tym, że obok „twardych” dla środowiska przyrodniczego i kulturowego – w tym: z racji ich intensywnego „oprządkowania” infrastrukturą turystyczną – wieloaspektowo szkodliwych masowych migracji uprawianych w formie zakupionych na rynku gotowych produktów turystycznych, bardziej lub mniej rozbudowanych (od zakupu pojedynczej usługi po zakup ich zespołu: *inclusive tour, package tour*) mogą pojawiać się występujące w alternatywie „miękkie” migracje turystów odbywane w harmonii ze środowiskiem przyrodniczym i kulturowym, odbywające się bez turystycznych: infrastruktury i usług.

Turysta-alternatywista poszukuje obszarów *netto*, wyposażonych jedynie w zastane walory turystyczne bez *tary* infrastruktury turystycznej i – konsekwentnie – usług turystycznych. Turysta-alternatywista, to nowa odmiana znanego z historii rozwoju migracji turystycznych i gospodarki turystycznej turysty-pioniera tworzącego w sposób przez siebie bardziej lub mniej zamierzony nowe, „dziewicze”, pozbawione jakiegokolwiek infrastruktury turystycznej i usług turystycznych obszary recepcji turystycznej (por. kreacja i ewolucja obszaru turystycznego wg scenariusza spontanicznego). Jednak, chociaż cel podróży turysty-pioniera i turysty-alternatywisty jest ten sam (obcowanie poznawcze i wypoczynkowe z nowoodkrytą, dziewiczą naturą i kulturą), to różni ich odmienną społeczny kontekst ich motywacji. Dawny turysta-pionier podróżował, by odkrywać nowe przestrzenie recepcji dla siebie i innych (turysta-altruista); współczesny turysta-alternatywista chce odkrywać te przestrzenie, ale tylko dla siebie, nie dzieląc się nimi z innymi (turysta-egoista). Uważa on, że ukazując je innym turystom sprowadziłby na określony obszar całe zło – gospodarkę turystyczną i masowe migracje turystyczne. Kłopot turystów-alternatywistów polega na tym, że dziewiczych, nieskażonych gospodarką turystyczną obszarów recepcji nie sposób dzisiaj znaleźć na opłotkach miejsc ich stałego zamieszkania i są one usytuowane na bardzo odległych peryferiach ekumeny lub w czystej anekumenie. Nie jest możliwym dotrzeć do tych obszarów ulubionym przez turystę-alternatywistę sposobem „*per pedes apostolorum*”. Dla spełniania się w tak oryginalnej formie podróży turystycznej jest on zmuszony korzystać z obiektów infrastruktury i świadczonych w nich usług: organizacji podróży (obiekty informacji turystycznej, lokale biur podróży, centra informacji dla podróżnych i sprzedaży biletów transportowych; wypożyczalnie: sprzętu turystycznego i sportowego oraz indywidualnych środków transportu itp.), infrastruktury transportowej (lotniczej, morskiej, lądowej), infrastruktury egzystencjalnej (żywieniowej – np. sklepy spożywcze do zakupu trwałej

Interesującym zagadnieniem jest udział infrastruktury turystycznej w zaspokajaniu motywacyjnych potrzeb człowieka. Nie chodzi tutaj jedynie o obiekty infrastruktury motywacyjnej (obiekty infrastruktury atrakcji walorów turystycznych), ale o obiekty infrastruktury turystycznej w ogóle, które z uwagi na ich specyficzne właściwości mogą być zarazem walorami turystycznymi. Jest to przejaw zjawiska, które w gospodarowaniu walorami turystycznymi nazywa się „walorystyczną rolą infrastruktury” i rozważa w ramach problemu tworzenia walorów turystycznych²⁸⁶.

Infrastruktura turystyczna, obok jej roli wprost w zaspokajaniu potrzeb turysty, jest również niezbędna do powstania i należytego funkcjonowania gospodarki turystycznej jako całości. Jej obecność ściśle warunkuje świadczenie usług turystycznych. Z uwagi na fakt, że świadczenie usług turystycznych wymaga uprzedniego stworzenia stosownych warunków materialnych do takich czynności w postaci obiektów infrastruktury turystycznej, infrastrukturę turystyczną można zwać materialną infrastrukturą usług turystycznych. O ile udział planistyczny i projektowy we wprowadzaniu infrastruktury turystycznej do przestrzeni jeszcze geograficznej albo już turystycznej należy do funkcjonalnych domen przedmiotowych inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, to inwestycyjna realizacja obiektów infrastruktury turystycznej oraz ich eksploatacja leżą w domenie ekonomiki usług turystycznych.

Rozważając problem infrastruktury turystycznej nie sposób pominąć nieodzownej w takim kontekście roli infrastruktury technicznej obsługującej – w uzupełnieniu infrastruktury turystycznej i paraturystycznej – potrzeby gospodarki turystycznej i obejmującej: drogi i towarzyszące im urządzenia (lądowe, kolejowe, wodne, lotnicze), sieci wodociągowe, sieci kanalizacyjne, sieci energetyczne (elektryczne, gazowe, ciepłownicze), sieci telekomunikacyjne (telefoniczne, światłowodowe, internetowe) oraz urządzenia oczyszczania powietrza, ścieków i utylizacji odpadów. Z racji jej niezbędności, roli warunkującej funkcjonowanie poszczególnych infrastruktur „tematycznych” (osiedleńczej, przemysłowej, rolniczej, oświatowej, usługowej itp.) – w tym turystycznej – infrastrukturę techniczną można określić mianem „królowej

żywności, towarzyszącej – np. obiekty pozaspożywczego handlu detalicznego, sklepy z odzieżą i obuwiem turystycznym oraz sportowym, sprzętem turystycznym, sprzętem i materiałami fotograficznymi, mapami, przewodnikami turystycznymi, apteki).

Falszywość postulatu, paradoks turysty-alternatywisty daje się więc łatwo wykazać poprzez wnioskowanie „*reductio ad absurdum*”. Kontestujący radykalnie i konsekwentnie korzystanie z jakiegokolwiek infrastruktury turystycznej i usług turystycznych turysta-alternatywista wpada w pułapkę swoich poglądów. Jak wykazano, podróżowanie turysty-alternatywisty bez korzystania z turystycznych: infrastruktury i usług nie jest możliwe. Zatem, postulat „turystyki alternatywnej”, jako szerszego zjawiska społecznego jest niedorzeczny. Por. również R.W. Butler, 1990, *Alternative tourism: pious hope of Trojan Horse*, „Journal of Travel Research”, 28, 3, pp. 40-45.

²⁸⁶ Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.1.2. Tworzenie.

matki branżowych, materialnych infrastruktur gospodarki". Bez niej, funkcjonowanie infrastruktury turystycznej w jakiegokolwiek jej klasie funkcjonalnej nie byłoby w zasadzie możliwe.

Problem tak istotnej infrastruktury technicznej: jej tworzenia, utrzymania i rozwijania nie leży – poza nielicznymi i ograniczonymi, mniej kosztownymi projektami²⁸⁷ – w zakresie czynności inżynierii gospodarki turystycznej. W sferze planistycznej (poziom regionalny i obszarowy) należy on do domeny organów planowania państwa i samorządu.

Wprowadzenie na dany obszar turystyczny infrastruktury turystycznej powinno następować w ramach stosowania instrumentów optymalizacji w jego przestrzeni bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna. Są nimi: instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej w zakresie optymalizacji funkcjonalno-przestrzennej struktury przestrzeni obszaru turystycznego (do nich należy metoda analizy triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń: walory turystyczne z ich atrakcjami – obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi – turyści z ich potrzebami) oraz instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego (w tym w aspekcie ilościowym, z uwzględnieniem limitu pojemności obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej)²⁸⁸.

Wielokryterialna, szczegółowa typologia infrastruktury turystycznej wraz z charakterystyką jej typów jest łatwo dostępna w bogatej literaturze takiego przedmiotu (podręcznikach, monografiach, artykułach). Z uwagi na to, w niniejszej pracy zostanie ona jedynie naszkicowana poprzez definicje użytecznych w ekonomice przestrzeni turystycznej typów funkcjonalnych infrastruktury turystycznej z komentarzem w aspekcie gospodarowania przestrzenią turystyczną oraz poprzez syntetyczną charakterystykę globalnego trendu takiej infrastruktury. Ponadto – jak łatwo zauważyć – z racji jej istotnej roli w ekonomice przestrzeni turystycznej, problematyka infrastruktury turystycznej jest w niniejszej pracy wielokrotnie i szeroko rozważana w rozmaitych kontekstach kreowania i kształtowania, planowania i projektowania tej przestrzeni.

²⁸⁷ Jak np. projektowanie przebiegu i wykonawstwo budowlane drogi wewnętrznej tworzonej w ramach zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego i wyłącznie na użytek obsługi turystów i zaopatrzenia obiektu infrastruktury turystycznej, w którym świadczono są usługi turystyczne.

²⁸⁸ Por. rozdziały: 5.2.3.4.2.2. Przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu, podrozdział 5.2.3.4.2.2.1. Zapobieganie, w nim głównie akapit Metody ilościowe; 6.2.1. Instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego, podrozdział 6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury oraz rozdział 6.2.2. Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego.

5.3.1. TYPOLOGIA FUNKCJONALNA

Spośród możliwych różnokryterialnych typologii obiektów infrastruktury turystycznej wysoce użyteczną w nauce oraz inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej jest ta według kryterium charakteru funkcji spełnianej przez obiekt takiej infrastruktury w zaspokojeniu określonego funkcjonalnego typu potrzeby turysty.

Gdy potrzeby turysty ująć w cztery typy funkcjonalne: organizacji podróży, transportowe, motywacyjne i egzystencjalne, to zaspokojeniu tak określonych grup potrzeb turysty służą odpowiednio cztery typy funkcjonalne infrastruktury turystycznej, a mianowicie:

- infrastruktura organizacji podróży,
- infrastruktura transportowa,
- infrastruktura motywacyjna,
- infrastruktura egzystencjalna: noclegowa, żywieniowa, towarzysząca.

Obiekty typu infrastruktury motywacyjnej występują jedynie w podprzestrzeni recepcji turystów, podczas gdy obiekty pozostałych typów funkcjonalnych infrastruktury turystycznej mogą występować we wszystkich trzech funkcjonalnych podprzestrzeniach turystycznych.

Zbiór obiektów infrastruktury turystycznej, łączący w sobie w różnych kombinacjach wymienione jej typy funkcjonalne, tworzy zwarty relacyjnie: funkcjonalnie i przestrzennie (współwystępowanie lub bliskie sąsiedztwo) wielofunkcyjny zespół obiektów infrastruktury turystycznej o składzie funkcji odpowiadającym potrzebom turysty związanym z jego obecnością w określonej funkcjonalnej podprzestrzeni turystycznej (emisji, kanału tranzytowego, recepcji turystów).

5.3.1.1. INFRASTRUKTURA ORGANIZACJI PODRÓŻY

Do tego typu zalicza się turystyczne obiekty infrastrukturalne o dwóch rodzajach funkcji, a mianowicie:

- obiekty informacji o produktach (usługach) i sprzedaży produktów turystycznych oraz informacji turystycznej o miejscowości i regionie turystycznym²⁸⁹,

²⁸⁹ Rolę konkurencyjnego, ale i komplementarnego wobec materialnej infrastruktury organizacji podróży, nadzwyczaj dynamicznego w swoim rozwoju instrumentu komunikacji: informacji i promocji oraz instrumentu dystrybucji (sprzedaży) produktu turystycznego we współczesnej gospodarce turystycznej spełnia niematerialna infrastruktura organizacji podróży w postaci tzw. *e-tourism* (skrót od ang. *electronic – tourism*). *E-tourism* stanowi zastosowanie powszechnej technologii informacji i komunikacji (ang. *Information and Communications Technology*) do gospodarki turystycznej, zarówno po stronie dostawcy (producenta i dystrybutora), jak i po stronie finalnego odbiorcy (klienta – turysty).

- lokale sprzedaży i wypożyczalni niezbędnego sprzętu turystycznego, sportowego oraz indywidualnych środków transportu.

Z uwagi na ich specyfikę oraz moment pojawienia się w chronologii podróży turysty, obiekty infrastruktury organizacji podróży turysty są sytuowane we wszystkich turystycznych podprzestrzeniach funkcjonalnych (obszary emisji – kanały tranzytowe – obszary recepcji turystów). Głównymi miejscami ich lokalizacji są jednak: obszar emisji – przygotowania się turysty do podróży oraz obszar recepcji – zaspokajania poprzez konsumpcję usług turystycznych jego potrzeb, głównie motywacyjnych i egzystencjalnych.

5.3.1.2. INFRASTRUKTURA TRANSPORTOWA

Infrastruktura transportowa – to obiekty: budynki, budowle i urządzenia odpowiadające na ważkie w gospodarce turystycznej potrzeby:

- przemieszczania turysty w przestrzeni między obszarem emisji a obszarem recepcji turystów i w obrębie każdego z tych obszarów oraz
- dostawy zaopatrzenia do obiektów infrastruktury świadczenia usług organizacji podróży, motywacyjnych i egzystencjalnych (noclegowych, żywieniowych i towarzyszących).

Do istotnych w gospodarce turystycznej problemów związanych z infrastrukturą transportową należą: klasyfikacja funkcjonalna jej obiektów oraz dostępność transportowa podprzestrzeni recepcji turystów.

Klasyfikacja

Ze względu na charakter środowiska geograficznego, w którym transport się odbywa, wyróżnia się infrastrukturę transportu lądowego (drogo-

Po stronie dostawcy służy on do realizacji strategii marketingowej: budowy produktu i jego ceny, jego promocji i dystrybucji, do relacji biznesowych z kooperantem i klientem. Dostawcą w takich aktach komunikacji i sprzedaży może być albo podmiot gospodarczy: tour-operator, biuro podróży, usługodawca usługi turystycznej oraz organizmy ich wspólnej akcji marketingowej albo – głównie w przypadku promocji krajowego i terytorialnego produktu turystycznego – podmiot instytucjonalny i społeczny: organ Państwa, samorządu, branżowa lub społeczna organizacja turystyczna.

Po stronie odbiorcy – turyści, *e-tourism* służy do:

- informacji: o konkurencyjnych usługach turystycznych: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych i egzystencjalnych oraz informacji przewodniczej (np. audio przewodniki), drogowej (GPS), śledzenia trasy przelotu – przejazdu itp.,
- rezerwacji i zakupu produktów (usług) turystycznych.

Technicznymi narzędziami *e-tourism* są: Internet, systemy komputerowe oraz aplikacje mobilne (ang. *mobile applications*) – specjalistyczne oprogramowania dla przenośnych urządzeń telekomunikacji, jak telefony komórkowe, smartfony, palmtopy i tablety (w takim przypadku mówi się o narzędziach tzw. *m-tourism*, skrót od ang. *mobile – tourism*).

wego, kolejowego, linowego), wodnego (morskiego i śródlądowego) oraz lotniczego.

Tak określonym rodzajom transportu odpowiadają ich specyficzne warunki: materialne – infrastruktura nieruchoma i ruchoma oraz warunek niematerialny – organizacja.

Obiektami infrastruktury transportowej nieruchomej są nieruchomości o funkcji transportowej: budynki, budowle i urządzenia. Poszczególne nieruchome obiekty transportowe są wykonane w różnym standardzie ich programu obsługowego i rozwiązań technicznych. W przestrzeni geograficznej są one rozmieszczone albo punktowo albo w porządku liniowym, tworząc sieciowy układ funkcjonalno-przestrzenny (sieć transportowa).

Punktowo rozmieszczone są: węzły transportowe, stacje kolejowe, stacje kolei linowych, lotniska i porty lotnicze, porty i przystanie morskie, porty i przystanie wodne śródlądowe.

Liniowo ułożone są: drogi kołowe, szlaki kolejowe, szlaki wodne (morskie, śródlądowe) i powietrzne, szlaki transportu linowego (kolei linowych, wyciągów krzesełkowych itp.).

Szczególne znaczenia w sieci transportowej i systemie transportowym są węzły transportowe. Stanowią one miejsce powiązań układów liniowych i punktowych infrastruktury transportowej, jednego lub wielu rodzajów środka transportu (lądowego, wodnego, powietrznego). To właśnie one nadają przestrzennemu układowi infrastruktury transportowej charakter sieciowy i systemowy, przez co są ważnym elementem systemu dostępności transportowej obszaru turystycznego. Węzły transportowe spełniają rolę ośrodków rozrządu migracji turystycznych oraz zaopatrzenia obiektów infrastruktury świadczenia usług turystycznych.

Obiektami (budynkami, budowlami i urządzeniami) technicznego zaplecza transportu są: stacje benzynowe, stacje serwisowe i naprawcze samochodów, kolejowe warsztaty remontowe, stocznie remontowe i warsztaty skutnicze, warsztaty serwisowe i naprawcze samolotów itp. Najczęściej są one sytuowane w obrębie węzłów transportowych.

Ruchomą infrastrukturę transportową tworzą zróżnicowane w ich charakterze środki transportu i chociaż stanowią niezbędny składnik systemu transportowego, to jako nie związane trwale z przestrzenią turystyczną ruchomości nie są same w sobie przedmiotem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Dostępność transportowa

Stwierdzenie, że turystą staje się człowiek, który pewnych swoich specyficznych potrzeb z dziedzin: poznania, wypoczynku i emocji (łącznie: turystycznych potrzeb motywacyjnych) nie może zaspokoić w przestrzeni geograficznej

miejsca swego stałego zamieszkania pociąga za sobą nieuchronnie kolejną potrzebę turysty – potrzebę przemieszczenia się do miejsca, gdzie zaspokojenie takich potrzeb on znajdzie. Takie miejsce stanowi cel funkcjonalny i przestrzeny jego podróży. Z potrzebą przemieszczania się turysty wiąże się problem dostępności transportowej obszaru recepcji turystów (obszaru turystycznego).

Dostępność transportowa obszaru turystycznego to możliwość dotarcia doń turysty z wykorzystaniem alternatywnych kanałów tranzytowych – z miejsca jego stałego zamieszkania (obszaru emisji turystów) i przemieszczania się w obrębie tego obszaru recepcji oraz możliwość dostawy doń z miejsc ich źródeł przedmiotów zaopatrzenia obiektów infrastruktury turystycznej²⁹⁰.

Przez „alternatywne kanały transportowe” rozumie się kanały transportowe obsługiwane przez możliwe (wyróżnione według kryterium środka transportu) rodzaje transportu, a mianowicie kanały transportu: drogowego, kolejowego, linowego, lotniczego, wodnego (morskiego i śródlądowego).

Dziedzinę przestrzenną dostępności transportowej obszaru turystycznego stanowią: z jednej strony – podprzestrzeń emisji i podprzestrzeń kanałów tranzytowych turystów, a z drugiej – wewnątrz przestrzeni obszaru turystycznego, jako obszaru recepcji turystów. W pierwszym przypadku mówi się o dostępności zewnętrznej obszaru turystycznego, w drugim – o jego dostępności wewnętrznej.

Dostępność transportowa stanowi jeden z kluczowych problemów ekonomiki turystycznej. Po pierwsze dlatego, że dostępność transportową obszaru turystycznego należy uważać jako czynnik absolutnie niezbędny, umożliwiający i zasadniczo warunkujący, zachodzący wyłącznie w obszarze recepcji akt konsumpcji turystycznej (konsumpcja następuje *in situ* występowania nieruchomości w takim momencie walorów turystycznych). Po drugie dlatego, że stanowi ona jeden ze znaczących czynników atrakcyjności i konkurencyjności produktu turystycznego: jednostkowego – usługi lub zbiorowego – turystycznego produktu terytorialnego (zespołu usług). Jest więc oczywistym twierdzenie, że bez właściwej dostępności transportowej nie są możliwe ani turystyczne migracje, ani turystyczna konsumpcja, ani świadczenie usług turystycznych – łącznie: gospodarka turystyczna.

Wydolność dostępności transportowej danego obszaru turystycznego wpływa znacząco na efektywność jego gospodarki turystycznej i zależy od stanu obsługującego obszar systemu transportowego, na który składają się:

²⁹⁰ Zgodnie z polską tradycją językową, O. Rogalewski (1997, s. 102) dostępność transportową nazywa dostępnością komunikacyjną, a system transportowy – systemem komunikacji. Autor niniejszej pracy uważa to współcześnie za etymologicznie niewłaściwe. Dzisiaj, wszechobecna komunikacja to przekazywanie informacji między osobami, podczas gdy transport – to przewóz osób lub przedmiotów materialnych. W takim rozumieniu obydwie nazwy funkcjonują w językach światowych, a ich zgodne z polską tradycją językową synonimiczne stosowanie prowadzić może do nieporozumień, właśnie w komunikacji.

- element fizyczny (materialny), jakim są: obiekty infrastruktury transportowej obejmujące zorganizowane w sieć budynki, budowle i urządzenia transportowe; wyposażenie budowli i urządzeń transportowych w środki transportu; obiekty zaplecza technicznego transportu;
- element organizacyjny: organizacja ruchu transportowego²⁹¹.

Wymagania wobec dobrej dostępności transportowej przeniesione na grunt ekonomiki przestrzeni turystycznej muszą znaleźć odpowiednie rozwiązanie na poziomie planowania (poziom regionalny i obszarowy) oraz projektowania (poziom miejscowy).

Podobnie, jak obiekty pozostałych typów funkcjonalnych infrastruktury turystycznej (organizacji podróży, motywacyjnej i egzystencjalnej), obiekty infrastruktury transportowej są w planowaniu obszaru turystycznego przedmiotem analizy optymalizującej triadę sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych (sprzężenia: walory turystyczne z ich atrakcjami – infrastruktura turystyczna, w tym transportowa, ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi – turyści z ich potrzebami).

Organizacyjny składnik systemu transportowego jako fenomen (a więc przedmiot niematerialny), spoczywa w zasadzie poza zainteresowaniem inżynierii ekonomiki turystycznej. Jest to problem inżynierii ekonomiki transportu. Obejmuje on m. innymi takie zagadnienia, jak częstotliwość w czasie i rozmieszczenie w przestrzeni pasażerskich połączeń transportowych, koordynacja i alternatywność połączeń w obrębie jednego rodzaju środka transportu, jak też na poziomie wszystkich rodzajów środków (efekt totalnego systemu transportowego). Właściwa organizacja ruchu transportowego warunkowana w określonym stopniu stanem fizycznych elementów systemu transportowego (stanem sieci infrastruktury transportowej i środków transportu) wymaga również w pewnym zakresie interwencji planistycznej i projektowej inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Ocena stanu dostępności transportowej

Stan dostępności transportowej obszaru turystycznego jest przedmiotem oceny jakościowej. „O pewnym miejscu mówimy, że jest łatwo dostępne z miejsca stałego zamieszkania turysty, jeśli można do niego dojechać stosunkowo szybko, bezpiecznie i wygodnie.” (Rogalewski O., 1997, s. 102). Takie kryteria oceny stanowią bezpośrednio bądź pośrednio przedmiot zainteresowania ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Jakościowe kryteria oceny dostępności transportowej stanowią czynnik uwzględniany w planowaniu infrastruktury transportowej w przestrzeni turystycznej.

²⁹¹ Na podstawie O. Rogalewskiego, 1997, s. 102.

Jest tak dlatego, gdyż „szybko” nie oznacza jedynie szybkości poruszania się samego środka transportu, a „wygodnie” nie oznacza tylko komfortu wyposażenia oraz zakresu i poziomu oferowanych usług na pokładzie środka transportu. Łącznie, oznaczają one również możliwie krótki czas podróży turysty do celu, mniejszą uciążliwość liczby przesiadek i związany z tym mniejszy poziom zmęczenia turysty, co z kolei jest problemem organizacji transportu.

Celem touroperatorów i przewoźników jest zbliżenie się do sytuacji idealnej, gdzie turysta swoją podróż tranzytową odbywa w zasadzie tylko jednym środkiem transportu i bez przesiadek. Przykładowo, wysiłek linii lotniczych w tym kierunku polega na tym, że tanie linie lotnicze korzystają z mniejszych, adaptowanych do tych celów – często prowizorycznie – byłych lotnisk wojskowych i towarowych (*cargo*) o bardzo skromnym (często minimalnym) programie obsługi, ale tańszych i często położonych bliżej obszarów emisji i recepcji turystów aniżeli kosztowne, o pełnym programie obsługi lotniska pasażerskie.

Zatem, „szybko” i „wygodnie” zależą także od rozmieszczenia i charakterystyki obiektów paraturystycznej w swej genezie sieci infrastruktury transportowej, co jednak stanowi już w pewnym stopniu problem planistyczny i projektowy inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Kryterium „bezpiecznie” oceny stanu dostępności transportowej obszaru turystycznego zależy od jakości elementów systemu transportowego, materialnych (sieci i środka transportu) i organizacyjnych (w tym: przepisów prawa, procedur bezpieczeństwa, koordynacji lotów itp.).

Istotnym z pozycji turysty, rzutującym na atrakcyjność i konkurencyjność cenową produktu turystycznego i w tego konsekwencji na decyzję turysty o wyborze przestrzennego celu jego podróży (obszaru turystycznego, miejsca recepcji) jest ponadto kryterium „tanio”. Cenowa (kosztowa) dostępność transportowa to zagadnienie wspólne dla ekonomik: przestrzeni turystycznej i usług turystycznych.

Z uwagi na konkurencyjność produktu turystycznego o określonej lokalizacji, koszty transportu konsumenta – turysty ponoszone przez niego samego muszą być uwzględnione w cenie adresowanego do turystów określonego obszaru emisji produktu turystycznego w takim stopniu, aby koszt transportu nie zwiększał dolegliwie całkowitego kosztu podróży turysty i w ten sposób nie obniżał odczuwalnie konkurencyjności rynkowej takiego produktu. Będzie to skutkowało wyborem lokalizacyjnym dla turystycznej działalności gospodarczej obszarów turystycznych położonych „kosztowo taniej” – bliżej głównych w potencjale obszarów emisji turystów²⁹².

²⁹² Por. ryc. 12. Elastyczność konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego ze względu na koszt transportu turysty. Rozdz. 5.5.3.2. Atrakcyjność względna – konkurencyjność.

Należy zauważyć, że w skali globalnej stan dostępności transportowej obszarów recepcji turystów w zakresie poszczególnych kryteriów jego oceny dynamicznie ewoluuje. Tendencje zmian się ustabilizowały i mają już charakter ustalonego trendu. Generalnie, obserwuje się wyraźny trend preferencji w wyborze przez turystów środka transportu, ze wzrastającym udziałem transportu lotniczego zarówno (i głównie) w transporcie międzynarodowym, ale i wewnętrznym. Według światowej statystyki zagranicznych migracji turystycznych za rok 2016, w przypadku turystów korzystających z co najmniej jednego noclegu w toku ich podróży zagranicznej 55% korzystało samolotu, 39 % z dróg lądowych, 2 % z kolei i 4 % z transportu wodnego²⁹³.

Struktura stóp wzrostu informuje pośrednio o zmianie znaczenia poszczególnych środków transportu w gospodarce turystycznej. Znaczenie dla gospodarki turystycznej określonego środka transportu zależy od zespołu czynników takich, jak np. stan systemu transportowego (sieci, środki, zaplecze, organizacja) w tym w odniesieniu do poszczególnych rodzajów transportu, poziom dochodów ludności, struktura wyjazdów turystycznych według ich odległości, relacje cena – jakość pomiędzy alternatywnymi środkami transportu (konkurencyjność i substytucyjność środków transportu).

W konkluzji tych rozważań należy stwierdzić, że obecnie głównym trendem w turystycznej dostępności transportowej jest wzrost znaczenia transportu lotniczego, stającego się elementem dominującym turystycznego systemu transportowego. Tak obecnie, jak i w przewidywalnej perspektywie jedynie transport lotniczy wykazuje i będzie wykazywał największy i najpełniejszy postęp w realizacji postulatu dobrej dostępności transportowej obszarów turystycznych. Tylko on łączy w sobie znaczący postęp w zakresie wszystkich parametrów oceny: szybko, bezpiecznie, wygodnie i tanio. Naturalnie, może on aż tak dobrze wypełniać swoją rolę tylko w kontekście jego zależności funkcjonalnych i przestrzennych, ściślejszej współpracy organizacyjnej z pozostałymi rodzajami transportu pasażerskiego (por. uwagi nt. kryteriów „szybko” i „wygodnie”). Sam w sobie, nie byłby on w stanie nie tylko tak dobrze, ale w ogóle wypełniać swojej misji w transporcie pasażerskim.

Jeżeli nałożyć na taki efekt poprawy dostępności transportowej zawdzięczany rozwojowi transportu lotniczego spadające względnie raptownie ceny lotniczych pasażerskich usług transportowych skutkujące w spektakularnej poprawie stosunku ich jakości do ich ceny (trend: ustawicznie wzrastająca ja-

²⁹³ Źródło: UNWTO, 2017, *Tourism Highlights*, 2017, s. 4, edycja internetowa. Warto zaznaczyć, że dominująca część światowych, zagranicznych podróży turystycznych odbywa się na kontynencie europejskim. W tym samym 2016 roku, Europa wygenerowała 48,3 % światowej liczby zagranicznych podróży turystycznych i przyjęła ich 49,9 %. Wynika z tego, że światowa struktura udziału poszczególnych środków transportu w turystycznych migracjach międzynarodowych jest kształtowana w stopniu zasadniczym przez jej strukturę na kontynencie europejskim.

kość przy spadającej cenie), to w pełni uzasadniona jest teza o doświadczanej aktualnie powodowanej fenomenem tanich linii lotniczych „lotniczej rewolucji w gospodarce turystycznej” zarówno w aspekcie przestrzeni turystycznej, jak i usług turystycznych.

Zdaniem autora, niedoceniany stosownie w ekonomice turystycznej fenomen tanich linii lotniczych powoduje pilną potrzebę redefinicji szeregu pojęć i zmiany pewnej liczby twierdzeń w ekonomice turystycznej. W ekonomice przestrzeni turystycznej dotyczy to kategorycznie np. delimitacji strefy wypoczynku weekendowego mieszkańców aglomeracji miejskich²⁹⁴.

Konsekwentnie, rodzi to w ekonomice usług turystycznych m. innymi potrzebę redefinicji zasięgu przestrzennego konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego, która z lokalnej czy regionalnej lub krajowej przenosi się na poziom kontynentalny, a bywa, że i globalny.

5.3.1.3. INFRASTRUKTURA MOTYWACYJNA

Infrastruktura motywacyjna – to obiekty: budynki, budowle i urządzenia techniczne umożliwiające turystyce zaspokojenie jego potrzeb motywacyjnych: wypoczynkowych, poznawczych, emocjonalnych poprzez wyzwalanie i udostępnianie potencjału funkcjonalnego walorów turystycznych w postaci ich atrakcji (funkcji) w ich pełnym spektrum rodzajowym. Z tej racji można ją również zwać infrastrukturą atrakcji walorów turystycznych. Oto kilka przykładów obiektów infrastruktury motywacyjnej według funkcjonalnego typu zaspokajanych motywów podróży turysty.

W przypadku atrakcji waloru turystycznego motywu wypoczynkowego, np. kąpeli wodnych i słonecznych, są to: infrastruktura kąpieliska i plaży (liny ograniczające kąpieliska, boje, pomosty, stanowisko ratownicze, kosze plażowe, boisko siatkówki plażowej, urządzenia zabawowe dla dzieci – w tym zjeżdżalnie wodne itp.).

W odniesieniu do atrakcji waloru turystycznego motywu poznawczego w postaci obszaru lub szlaku cennego przyrodniczo (np. parku narodowego), są to: urządzenia orientacyjne, informacyjne i dydaktyczne szlaku poznawczego i ścieżki dydaktycznej; budynki, budowle i urządzenia muzeum przy-

²⁹⁴ Biorąc pod uwagę kryteria czasu i kosztu przejazdu, zasięg takiej strefy bez uwzględnienia fenomenu tanich linii lotniczych wynosi w warunkach aktualnego stanu krajowego systemu transportowego w Polsce (drogowy i kolejowy) ca 150 km (ok. 2 godz. przejazdu). W przypadku dostępności transportowej z udziałem tanich linii lotniczych strefę przestrzeni wypoczynku weekendowego mieszkańców aglomeracji, przy ekwiwalentnych kosztach transportu lądowego i lotniczego, delimituje dystans odpowiadający 2 godz. podróży lotniczej. W sytuacji np. Warszawy, tak wyznaczona strefa wypoczynku weekendowego jej mieszkańców sięga niemal wszystkich europejskich stolic, często z ich otoczeniem.

rodniczego; belwedery (budowle i urządzenia punktów widokowych: wieża, molo, platforma widokowa).

W stosunku do atrakcji waloru turystycznego motywu emocji religijnych jest to infrastruktura waloru kultu religijnego w miejscowości pielgrzymkowej (sanktuarium), w miejscu zjazdu religijnego i szlaku pielgrzymkowego. Należy tutaj infrastruktura takich wydarzeń w postaci budynków, budowli i urządzeń: sakralnych (służących sprawowaniu kultu) stałych i efemerycznych zjazdu religijnego, orientacyjno-informacyjnych szlaku pielgrzymiego.

W odniesieniu do każdego waloru turystycznego udostępnianego turystyce należy uwzględnić specyfikę potrzeb turysty niesprawnego ruchowo. Odpowiedź na taki problem stanowią urządzenia techniczne infrastruktury motywacyjnej ułatwiające przemieszczanie się takiego turysty w poziomie (taśmociągi) i w pionie (windy, podnośniki, podjazdy dla wózków inwalidzkich itp.).

Infrastruktura motywacyjna nie tylko stwarza materialne warunki do zaspokajania motywacyjnych potrzeb turysty i do świadczenia usług turystycznych w zakresie takich potrzeb, ale stanowi instrument racjonalnego gospodarowania walorami turystycznymi z ich funkcjami, w których takie potrzeby znajdują zaspokojenie – w szczególności: do zarządzania zmianami stanu waloru turystycznego. Tutaj, infrastruktura motywacyjna jest pożytkowana wieloaspektowo²⁹⁵.

Po pierwsze – ma ona swój udział we wprowadzaniu pożądaných zmian stanu waloru turystycznego. Jest ona narzędziem przystosowania waloru istniejącego, stworzonego lub odtworzonego do zaspokajania potrzeb motywacyjnych turysty, do wydobywania z waloru jego użytecznych dla turysty funkcji – jego atrakcji (do nadawania walorowi użyteczności), co należy uważać za udział w kształtowaniu atrakcyjności waloru oraz jego frekwencji przez turystów²⁹⁶.

Po wtóre, infrastruktura motywacyjna jest instrumentem przeciwdziałania szkodliwym zmianom stanu waloru turystycznego w dwóch przypadkach. W przypadku przeciwdziałania czynnikom szkodliwych zmian stanu waloru infrastruktura motywacyjna jest używana do zapobiegania powstaniu takich czynników i do ochrony walorów przed już występującymi takimi czynnikami. Dokonuje się to poprzez stosowne w rodzaju funkcjonalnym oraz ilości (pojemności i przepustowości) projektowanie budynków, budowli i urządzeń infrastruktury motywacyjnej (np. szlaków turystycznych), mających nie tylko pozwalać na udostępnianie turystom funkcji walorów, ale też zapewniać ochronę walorów przed działaniem czynników zmian szkodliwych.

²⁹⁵ Kwestia została szerzej przedstawiona w poświęconym walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.1.1. Przystosowanie.

²⁹⁶ Tamże

W przypadku przeciwdziałania skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu wprowadzenie infrastruktury motywacyjnej do przestrzeni recepcji służy odtwarzaniu właściwości funkcjonalnych waloru (użyteczności, atrakcyjności). Projekt odtworzeniowy waloru turystycznego obejmuje uruchomienie jego atrakcji (funkcji) właśnie poprzez zaprojektowanie stosownej infrastruktury takich atrakcji²⁹⁷.

5.3.1.4. INFRASTRUKTURA EGZYSTENCJALNA

Infrastruktura egzystencjalna – to obiekty: budynki, budowle i urządzenia techniczne służące zaspokojeniu egzystencjalnych (bytowych) potrzeb turysty, podstawowych – takich jak potrzeba noclegu i wyżywienia oraz potrzeb im towarzyszących, jak potrzeby: higieny, opieki zdrowotnej, bezpieczeństwa, sportu, rozrywki, kultury.

Zasadniczą rolą turystycznej infrastruktury egzystencjalnej identyfikującą ją pośród infrastruktury turystycznej jest tworzenie warunków do wydłużonego, ponad jednodniowego pobytu turysty w danym miejscu przestrzeni turystycznej. Z pozycji ekonomiki usług turystycznych można stwierdzić, że infrastruktura egzystencjalna – głównie noclegowa – czyni w podstawowym stopniu fizycznie możliwą realizację tak pożądanego celu ekonomicznego eksploatacji turystycznej danego obszaru czy obiektu turystycznego, jakim jest tworzenie jego rentowności poprzez wydłużanie okresu pobytu turysty. Skutkuje ono zwiększonymi: racjonalizacją ekonomiczną eksploatacji obiektów lokalnej infrastruktury motywacyjnej, egzystencjalnej i transportowej oraz przychodem z tytułu sprzedaży turyście w okresie jego wydłużonego pobytu oferowanych przez obszar czy obiekt infrastrukturalny produktów (usług) turystycznych.

W kontekście krytycznego jej wpływu na stan walorów turystycznych, szczególnie ważna i wyróżniająca dla egzystencji i ewolucji obszaru turystycznego jest rola turystycznej infrastruktury noclegowej, zwłaszcza jej potencjału ilościowego – pojemności. Jak to już w tej pracy wskazano, limitowanie pojemności infrastruktury noclegowej może stanowić skuteczne narzędzie przeciwdziałania czynnikom i skutkom szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych i – konsekwentnie – stanu gospodarki turystycznej mających swe źródło w samej gospodarce turystycznej – ściślej: w szkodliwej presji na walory turystyczne ze strony nadmiernej liczby turystów z ich potrzebami²⁹⁸.

²⁹⁷ Por. rozdz. 5.2.3.4.2.3. Przeciwdziałanie skutkom działania czynników szkodliwych zmian stanu – odtwarzanie: istnienia, atrakcyjności.

²⁹⁸ Problem został ujęty w poświęconym walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.2.2. Przeciwdziałanie czynnikom szkodliwych zmian stanu oraz w rozdz. 6.3. Model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

5.3.1.4.1. Infrastruktura noclegowa

Jak celnie spostrzegł O. Rogalewski (1997), „wszystkie urządzenia noclegowe są budowane i wyposażone dla dość dokładnie określonych użytkowników”²⁹⁹, co oznacza konieczność indywidualizacji i adaptacji rozwiązań obiektów infrastruktury noclegowej do zróżnicowanych wieloaspektowo potrzeb turystów.

Warto w tym miejscu przypomnieć takie aspekty podróży turystów, jak: motyw, forma organizacyjna, czas trwania, okresowość, ilość i jakość turystów, lokalizacja i poruszanie się w przestrzeni, charakter używanego środka transportowego. Wszystkie one są źródłem określonych problemów, jakie należy rozstrzygnąć w pracach inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej na poziomie regionalnym i obszarowym (planowanie) oraz w pracach inżynierii ekonomiki turystycznej (przestrzeni i usług) na poziomie miejscowym (projektowanie turystycznego obiektu inwestycyjnego), w tym zwłaszcza w rozwiązaniach funkcjonalnych i architektonicznych dotyczących obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej.

W związku z tym, obiekty turystycznej infrastruktury noclegowej są wysoce zróżnicowane według różnych kryteriów: rozwiązań przestrzennych (urbanistycznych i architektonicznych), trwałości konstrukcji, pojemności, komfortu (standardu wyposażenia i usług), programu obsługowego (funkcji), organizacji obsługi, długości okresu korzystania przez turystę (okresowości)³⁰⁰, formy prawnołasnościowej, poziomu cen, publicznej dostępności itd. Każda z tych cech może stanowić kryterium do stosownej klasyfikacji turystycznej infrastruktury noclegowej³⁰¹.

5.3.1.4.2. Infrastruktura żywieniowa

Zaspokojeniu kolejnej z potrzeb turysty – potrzeby odżywiania się – służą budynki, budowle i urządzenia zwane obiektami infrastruktury żywieniowej. Swoje potrzeby żywieniowe turysta może rozwiązać na trzy sposoby:

²⁹⁹ O. Rogalewski, 1997, s. 107.

³⁰⁰ Okresowość odwiedzin przez turystów obiektów infrastruktury turystycznej wynika z okresowości walorów turystycznych warunkowanej fenologicznie (w przypadku walorów turystycznych zależnych klimatycznie) i organizacyjnie (ten przypadek dotyczy walorów emocjonalnych) oraz czynników administracyjnych i mentalnościowych.

³⁰¹ Polską, urzędową klasyfikację turystycznych obiektów noclegowych łącznie z ich standaryzacją według stosowanych łącznie kryteriów: formy architektonicznej, funkcji, pojemności, sposobu organizacji i specyfiki lokalizacji można znaleźć w art. 36-37 *Ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych* (Dz.U. z 1997 r. nr 133, poz. 884). Klasyfikacja wymienia 8 rodzajów obiektów hotelarskich: hotele, motele, pensjonaty, kempingi, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, schroniska i pola biwakowe.

- korzystania wyłącznie z gotowych posiłków oferowanych w obiektach restauracyjnych,
- własnego przygotowania wszystkich posiłków,
- w sposób mieszany, łączący dwa poprzednie.

Kompleksowe zaspokojenie potrzeb żywieniowych turysty wymaga trzech grup obiektów infrastruktury żywieniowej, takich jak:

- obiekty restauracyjne udostępniające turystyce gotowe posiłki,
- obiekty spożywczego handlu detalicznego (sklepy i kioski spożywcze),
- obiekty zaplecza produkcji, magazynowania, transportu i dystrybucji hurtowej produktów spożywczych (np. zakłady przemysłu spożywczego, zakłady przygotowania gotowych posiłków w systemie hurtowym – tzw. *catering*, magazyny i hurtownie produktów spożywczych).

Obiekty restauracyjne są zróżnicowane według funkcjonalności, powierzchni i architektury wnętrza, systemu organizacyjnego i komfortu obsługi (obsługa klasyczna albo szybka obsługa: bary typu *fast-food*), oferowanego asortymentu (restauracje o asortymencie szerokim albo wyspecjalizowanym – np. restauracje rybne, pizzerie, puby piwne, herbaciarnie, kawiarnie, cukiernie, restauracje koszerne itp.), standardu usług i cen, specyfiki receptur oferowanej kuchni (kuchnia uniwersalna, kontynentalna, krajowa, regionalna, miejscowa), klimatu wnętrza i elegancji obsługi (tu przeciwieństwa: restauracja ekskluzywna i *fast-food*).

Odwrótnym kierunkowo trendem wobec takiej dywersyfikacji – podobnym jak w odniesieniu do infrastruktury noclegowej – jest uniformizacja form zewnętrznej i wewnętrznej architektury należących do określonej sieci obiektów, ujednolicenie ich programu obsługowego i standardu świadczonych usług. Zjawisko jest następstwem silnej w obrębie infrastruktury żywieniowej koncentracji kapitałowej, organizacyjnej i zarządczej, także na szczeblu globalnym. Koncentracja szczególnie zaznacza się w segmencie nisko cenowej, niskiej jakości standardu usług, o skrajnie wąskim asortymencie kulinarnym restauracji typu *fast-food*, chociaż wkracza ona również w segmenty restauracji wyższych kategorii usług towarzyszące najczęściej hotelom wielkich międzynarodowych sieci hotelowych. Jest tak dlatego, że powszechnemu obecnie trendowi integracji usług na poziomie produktu turystycznego (produkt ceny zryczałtowanej *inclusive tour*, *package tour*) odpowiada trend sprzęgania – co najmniej lokalizacyjnego, funkcjonalnego i organizacyjnego – obiektów infrastruktury restauracyjnej z obiektami turystycznej infrastruktury noclegowej. Zjawisko jest obserwowane szczególnie w odniesieniu do obszarów recepcji migracji turystycznych (obszarów turystycznych) oraz turystycznych kanałów tranzytowych (w węzłach i na szlakach drogowych).

5.3.1.4.3. Infrastruktura towarzysząca

Przez turystyczną infrastrukturę towarzyszącą rozumie się budynki, budowle i urządzenia służące zaspokojeniu innych egzystencjalnych – poza podstawowymi: noclegowymi i żywieniowymi – potrzeb turysty.

Zespół egzystencjalnych potrzeb towarzyszących znajduje swoje zaspokojenie z udziałem dwóch funkcjonalnych grup obiektów infrastruktury towarzyszącej, jakimi są:

- obiekty pozanoclegowej i pozażywieniowej infrastruktury egzystencjalnej,
- obiekty infrastruktury rozrywki komplementarnej (obiekty animacyjne).

Obiekty pozanoclegowej i pozażywieniowej infrastruktury egzystencjalnej.

Należą tutaj obiekty infrastrukturalne, w swej genezie paraturystyczne, których przeznaczeniem jest zaspokojenie innych – pozanoclegowych i pozażywieniowych – specyficznych egzystencjalnych potrzeb turysty, jakie napotyka on na poszczególnych etapach jego podróży. Są to:

- obiekty służące zapewnieniu turyście bezpieczeństwa: zdrowotnego i publicznego,
- obiekty świadczenia specyficznych usług bytowych: naprawczych i serwisowych sprzętu turystycznego i rekreacyjnego; naprawczych osobistego ekwipunku turysty; fotograficznych; estetycznych i higieny osobistej,
- obiekty pozaspółwyczego handlu detalicznego.

Obiekty infrastruktury rozrywki komplementarnej (obiekty infrastruktury animacji).

Potrzebę zorganizowanej rozrywki może turysta zaspokoić na dwa sposoby. W sytuacji, gdy rozrywka jako odmiana wypoczynku jest głównym motywem jego podróży, taką potrzebę może on zaspokoić w wielkich obiektach infrastruktury motywacyjnej wypoczynkowego waloru rozrywki, jakimi są parki rozrywki.

Ale, potrzeba rozrywki może również stanowić motywacyjną potrzebę komplementarną, gdy głównym motywem podróży turysty jest np. wypoczynek nadmorski, krajoznawstwo czy emocje sportowe. Celem tworzenia obiektów infrastruktury tej grupy jest „animacja” turystów, tzn. działalność pozwalająca na ich odprężenie, osobiste spełnienie oraz stworzenie wzajemnie przyjemnej atmosfery³⁰². Animacja – organizowana przez wyspecjalizo-

³⁰² G. Guibilato (za J.J. Monnard, 1976) cytuje różnorodność typów programu animacji turystycznej, zwanych przykładowo: życie towarzyskie, twórczość amatorska, kultura – odkrycie – życie, przygoda, spokój – odnalezienie samego siebie itp. G. Guibilato, 1983, s. 80-81.

wany w tym względzie personel – jest coraz częściej oczekiwana przez turystów i sprawia im nieraz więcej zadowolenia aniżeli sam wypoczynek bierny. Z tej racji staje się ona składnikiem produktu turystycznego.

Rozrywka turysty może mieć charakter intelektualny i duchowy (emocjonalny) lub cielesny (fizyczny). Pierwsze dwa rodzaje rozrywki są właściwosciowo zbliżone do siebie i często współwystępują, podczas gdy rozrywka *stricte* fizyczna może obywać się bez akcentów intelektualnych bądź emocjonalnych (wysiłek fizyczny jako cel sam w sobie). Takie stwierdzenie pozwala wyróżnić dwie grupy obiektów infrastruktury rozrywki stawianych do dyspozycji turysty, a mianowicie:

- obiekty rozrywki kulturalnej (intelektualnej i duchowej),
- obiekty rozrywki fizycznej.

Stąd, obiekty infrastruktury rozrywki bywają również nazywane obiektami animacji kulturalnej i ruchowej.

5.3.1.5. WIELOFUNKCYJNY ZESPÓŁ OBIEKTÓW INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ

Wielofunkcyjny zespół obiektów infrastruktury turystycznej to skoncentrowany przestrzennie zbiór jej obiektów o zróżnicowanej kombinacji funkcjonalnej (organizacji podróży, transportowej, motywacyjnej i egzystencjalnej), często skonsolidowany kapitałowo, organizacyjnie i zarządczo. Sensem dla jego tworzenia są nadzwyczajne, wieloaspektowe korzyści synergii³⁰³ zarówno po stronie kreatorów zespołu (projektantów i przedsiębiorców – inwestorów), dawców (przedsiębiorców eksploatacji usługowej), jak i biorców (turystów) usług turystycznych. Taki zespół może występować na każdym etapie podróży turysty, tj. w każdej funkcjonalnej podprzestrzeni turystycznej, w której on się porusza: emisji, kanału tranzytowego i recepcji turystów.

Zespoły mogą składać się z różnych rodzajowo w ich funkcjach obiektów infrastruktury turystycznej, prawnowłasnościowo (kapitałowo) i ekonomicznie (organizacyjnie i zarządczo) zależnych (zintegrowanych) albo niezależnych.

W pierwszym przypadku, coraz pospolitszym, zespoły te przybierają formę swoistych kombinatów infrastrukturalnych obejmujących często wszystkie typy funkcjonalne infrastruktury turystycznej. Taki kombinat stanowi formalnie przedsiębiorstwo składające się z zespołu obiektów infrastruktury

³⁰³ „Synergizm: 1. współdziałanie różnych czynników, skuteczniejsze niż suma ich oddzielnych działań.” *Słownik języka polskiego PWN*, edycja internetowa. Synergizm w wielofunkcyjnym zespole obiektów infrastruktury turystycznej czyni go podobnym w tym względzie do klastra turystycznego (por. 5.5.4. Klastr turystyczny).

turystycznej świadczących usługi organizacji podróży, transportowe, motywacyjne, noclegowe, żywieniowe i towarzyszące, działających pod wspólnym zarządem (często i pod wspólnym szyldem) oraz powiązanych ze sobą pod względem organizacyjnym i technologicznym.

Zazwyczaj, z wachlarza funkcji usługowych spełnianych przez wielofunkcyjny zespół obiektów infrastruktury turystycznej wybija się jedna, najczęściej ta inicjalna, która wpływa kształtując na dominujący na rynku wizerunek funkcji i jakości całości zespołu. I tak, w przypadku renomowanej sieci restauracji dołączone funkcje noclegowe i towarzyszące mogą stanowić aneks do podstawowej funkcji restauracyjnej. Podobny mechanizm steruje programem rozwoju i budową zespołu obiektów infrastruktury o innych podstawowych funkcjach pierwotnych tworzonych na bazie sieci hoteli, infrastruktury węzła transportowego (portu lotniczego, dworca kolejowego, portu morskiego), wioski wakacyjnej (np. systemu Club Méditerranée) lub centrum rozrywki (zespół wielofunkcyjny na bazie kasyna gier – np. Las Vegas, parku rozrywki – centra Disney World itp.). Powszechnym przykładem wielofunkcyjnego zespołu obiektów infrastruktury turystycznej jest zespół hotelowy oparty na podstawowej funkcji noclegowej lub transportowej (wycieczkowy prom morski).

Nadzwyczajne korzyści z synergii obiektów wielofunkcyjnego zespołu infrastruktury turystycznej po stronie ich kreatorów (projektantów i inwestorów) polegają na:

- w zakresie projektowania przestrzeni turystycznej: ustaleniu spójności funkcjonalnej i przestrzennej, ładu przestrzennego projektu zabudowy i zagospodarowania terenu,
- w zakresie projektowania architektoniczno-budowlanego: spójności funkcji, formy i estetyki różnofunkcyjnych obiektów infrastruktury turystycznej, zintegrowanej organizacji procesu projektowania,
- w zakresie inwestycyjnym: optymalizacji rachunku ekonomicznego inwestycji (z uwzględnieniem korzyści skali inwestycji – w tym zakupu nieruchomości gruntowej, kosztów wykonawstwa budowlanego, czasu zwrotu zainwestowanego kapitału), harmonii elementów studium wykonalności, koordynacji organizacji prac i placu budowy itp.

Specjalne korzyści z synergii takiego zespołu po stronie dawców usług turystycznych (przedsiębiorców eksploatacji) przejawiają się w postaci:

- optymalizacji rachunku ekonomicznego eksploatacji, głównie po stronie kosztów,
- korzyści wspólnych, zintegrowanych: organizacji i zarządu całością zespołu obiektów,
- korzyści rynkowych ze wspólnej strategii marketingowej (oferowanie atrakcyjnych rynkowo zespołów produktów – usług *inclusive tour*, *package tour*).

Do specjalnych korzyści z synergii wielofunkcyjnego zespołu obiektów infrastruktury turystycznej występujących po stronie biorców usług turystycznych (turystów) należą związane z zakupem produktu zespołowego (*inclusive tour, package tour*):

- korzyści organizacyjne (łatwość i prostota organizacji podróży oraz zakupu usług: organizacji podróży, motywacyjnych, egzystencjalnych i transportowych),
- korzyści kosztowe (niższa, ryczałtowana cena za pakiet usług aniżeli w przypadku zakupu jednostkowych produktów o określonej użytecznej dla turysty funkcji),
- korzyści z tytułu standaryzacji jakości kompleksu usług (jednolity standard jakości dla wszystkich składników złożonego produktu turystycznego stanowi przewidywalną gwarancję ich jakości).

5.3.2. TREND GLOBALNY

Powszechnie obecnie obserwowany, uwzględniany w ekonomice przestrzeni turystycznej trend globalny w dziedzinie infrastruktury turystycznej charakteryzują:

- ciągły i dynamiczny wzrost ilościowy,
- ekspansja przestrzenna: wkraczanie na nowo włączane w przestrzeń turystyczną obszary recepcji migracji turystycznych oraz w nowo tworzone kanały tranzytu turystów,
- postęp w jakości usług związanych z infrastrukturą turystyczną, stymulowany zjawiskiem ostrej konkurencji w poszczególnych segmentach funkcjonalnych infrastruktury turystycznej (segment organizacji podróży, transportowy, motywacyjny, noclegowy, żywieniowy, towarzyszący, zespołów wielofunkcyjnych),
- szybki i różnicowany wzrost jakości usług w obiektach infrastruktury turystycznej odbywa się w warunkach relatywnie wolniejszego wzrostu cen tych usług, co wyraźnie poprawia atrakcyjność relacji „cena – jakość” usługi, tak istotnej jako czynnik konkurencyjności i decyzji turysty o wyborze produktu turystycznego i miejsca jego konsumpcji (o wyborze terytorialnego produktu turystycznego),
- przyjmowanie zestawu turystycznych usług podstawowych „nocleg – restauracja” jako produktu standardowego, przekładające się w ekonomice przestrzeni turystycznej na sprzężony funkcjonalnie i przestrzennie układ obiektów infrastruktury turystycznej: obiekt noclegowy – obiekt restauracyjny,
- wzrost znaczenia infrastruktury towarzyszącej jako infrastrukturalnego składnika produktu turystycznego i czynnika jego atrakcyjności.

Same usługi podstawowe: motywacyjne – transportowe – noclegowe – żywieniowe w coraz mniejszym stopniu satysfakcjonują oczekiwania turysty zachowującego się według modnego modelu człowieka wielostronnie aktywnego,

- postępująca integracja pozioma składników zryczałtowanego cenowo produktu turystycznego typu *inclusive tour/package tour* (w jednym pakiecie usługi: organizacji podróży, motywacyjne, transportowe, noclegowe, żywieniowe i towarzyszące) skutkująca integracją kapitałową, organizacyjną i zarządczą na poziomie producentów (touroperatorów)
 - dostawców: produktu jednostkowego oraz zintegrowanego, złożonego produktu turystycznego oraz konsekwentną integracją funkcjonalną i przestrzenną obiektów infrastruktury turystycznej (wielofunkcyjne zespoły infrastruktury turystycznej),
- postępująca koncentracja pionowa: kapitałowa, organizacyjna i zarządcza w ramach obiektów danej klasy funkcjonalnej infrastruktury turystycznej (np. organizacji podróży, motywacyjnej, transportowej, noclegowej, żywieniowej, towarzyszącej) w postaci krajowych i światowych łańcuchów budowanych na zasadach dobrowolnych (franczyzowych – rozproszeni niezależni właściciele obiektów sieci, koncentracja tylko organizacyjna) albo pełnej integracji (wspólne dla całej sieci: właściciel, organizacja i zarząd),
- narastająca koncentracja właścicielska i organizacyjna, w układzie poziomym i pionowym, w dziedzinie infrastruktury turystycznej skutkuje powszechną standaryzacją i uniformizacją usług świadczonych przez dany łańcuch infrastrukturalny,
- poszerzenie formy wyłącznej własności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej o rozmaite formy współwłasności, jak: niepodzielna współwłasność łączna i ułamkowa, własność i współwłasność mieszana (ang. *condominium*) oraz nie oznaczające prawa własności prawo użytkowania obiektu przez określony czas w każdym roku przez określoną liczbę lat (w Polsce – nie mniej niż trzy lata; ang. *time sharing*). Powstawaniu takich obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej towarzyszy efekt społeczno-ekonomiczny tzw. ekonomii współdzielenia (ang. *sharing economy*). Polega on na dzieleniu się z turystami, udostępnianiu turystom za odpłatnością przez właścicieli takich praw do turystycznych obiektów noclegowych, jak i obiektów noclegowych o pierwotnej misji nieturystycznej (obiekty stałego zamieszkania właścicieli udostępniane jako tzw. kwatery prywatne, pokoje gościnne) prawa czasowego użytkowania takich obiektów noclegowych. Oferty tak świadczonych usług noclegowych są przedmiotem specyficznego marketingu z użyciem instrumentu wyspecjalizowanych organizacji sieciowych obecnych w Internecie,

- postęp w charakterze kanałów tranzytu turystów przejawiający się głównie w fenomenie tanich linii lotniczych. Jest on rewolucyjny w skutkach dla gospodarki turystycznej, w tym dla eksploatacji obiektów infrastruktury turystycznej, poprzez przeniesienie konkurencyjności produktów turystycznych (jednostkowych i terytorialnych) oraz obiektów infrastruktury turystycznej ich świadczenia na wyższy poziom terytorialny (zjawisko kontynentalizacji i globalizacji konkurencyjności produktu turystycznego),
- ciągła i różnokierunkowa innowacyjność w sferze obiektów infrastruktury turystycznej: organizacji podróży (tu: np. niematerialna infrastruktura w postaci tzw. e-tourism; por. przypis 289), transportowej, motywacyjnej, noclegowej, żywieniowej i towarzyszącej oraz jej agregatów – wielofunkcyjnych turystycznych zespołów funkcjonalno-przestrzennych,
- niejednokrotnie śmiałe, ekstrawaganckie rozwiązania architektoniczne i funkcjonalne obiektów nowoczesnej infrastruktury turystycznej czyniące z nich częstokroć samoistne poznawcze, kulturowe i emocjonalne walory turystyczne (tzw. walorystyczna rola obiektów infrastruktury turystycznej),
- postęp w walce z poważnym problemem ekonomicznym, rentownościowym i organizacyjnym infrastruktury turystycznej, jakim pozostaje sezonowość jej eksploatacji mająca swoje źródła zarówno po stronie podaży turystycznej (walorów turystycznych), jak też po stronie popytu turystycznego (czynniki administracyjne, organizacyjne i mentalnościowe). Przeciwdziałanie temu zjawisku korzysta z takich instrumentów, jak np.:
 - wydłużanie sezonu turystycznego poprzez tworzenie nowych walorów o aktywności okresowo komplementarnej wobec okresu martwoty walorów podstawowych lub przez wykorzystanie walorów przyrodniczych i kulturowych o aktywności całorocznej (w tym wolnych od czynnika fenologicznego),
 - systemy zachęt cenowych dla pobyków turystów poza tradycyjnym dla danego motywu podróży sezonem turystycznym (np. w przypadku fenomenu czynnych w lecie lodowcowych stacji narciarskich tzw. IV generacji w Alpach).

5.4. USŁUGI TURYSTYCZNE

Usługi (produkty) turystyczne to działalność gospodarcza służąca wprost zaspokojeniu pełnego spektrum funkcjonalnego potrzeb turysty (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych, egzystencjalnych)³⁰⁴. Zaspokajając

³⁰⁴ Usługa, to czynność wytwórcza (a więc byt niematerialny), a nie jej rezultat. Jej rezultatem jest zaspokojenie określonej potrzeby człowieka. Inaczej ma się sprawa z produktem.

wprost potrzeby turysty, usługi turystyczne są usługami konsumpcyjnymi. Na pojęciu usług turystycznych oparta jest definicja terytorialnego produktu turystycznego w ekonomice usług turystycznych, której są one domeną³⁰⁵.

Co do zasady, świadczenie usługi turystycznej nie jest możliwe bez istnienia w przestrzeni turystycznej stosownego ku temu obiektu infrastruktury turystycznej³⁰⁶. Zatem, każda usługa turystyczna w swej istocie niematerialna występuje w przestrzeni turystycznej reprezentowana ściśle i adekwatnie przez wieloaspektowo z nią sprzężony materialny element tej przestrzeni, jakim jest odpowiadający jej obiekt infrastruktury turystycznej (taki obiekt jest w tej przestrzeni materialnym „nośnikiem” usługi turystycznej). Stosunek reprezentacji ma charakter funkcjonalny (zgodność zaspokajanego motywu potrzeby turysty), lokalizacyjny (współwystępowanie) oraz ilościowy (maksymalny wolumen usługi odpowiada pojemności lub przepustowości obiektu infrastruktury turystycznej).

Infrastrukturalny aspekt usług turystycznych, będących głównie przedmiotem ekonomiki usług turystycznych sprawia, że są one również przedmiotem ekonomiki przestrzeni turystycznej, w szczególności z uwagi na ich właściwości przestrzenne i funkcjonalne, takie jak:

- lokalizacja w przestrzeni turystycznej,
- wpływ na stan walorów turystycznych,
- rola, jako uczestnika bilansu: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni obszaru turystycznego.

Lokalizacja usługi turystycznej (produktu turystycznego) jest warunkowana determinizmem walorystycznym wyrażającym się w jedności miejsca:

- występowania odpowiednich materialnych warunków świadczenia takiej usługi – obiektu infrastruktury turystycznej,
- usługi motywacyjnej z miejscem występowania waloru turystycznego jako funkcjonalnego rdzenia takiej usługi, która z kolei warunkuje egzystencjalnie i lokalizacyjnie obecność innych funkcjonalnie usług turystycznych (organizacji podróży, transportowych i egzystencjalnych),

Z pozycji teorii produkcji, powstaje on w wyniku wytwórczych (tj. produkcyjnych) czynności człowieka i ma byt materialny. W jego przypadku, nie czynność wytwórcza (produkcyjna), a jej materialny rezultat (produkt) zaspokaja potrzebę człowieka. W świetle powyższego, zamienne używanie w ekonomice turystycznej pojęć „usługa turystyczna” i „produkt turystyczny” (co stosuje również autor niniejszej pracy) jest metodologicznie nieścisłe i tylko umowne. Wynika ono z podejścia marketingowego, gdzie każdy przedmiot oferowany na rynku, niezależnie od jego właściwości (w tym rodzaju jego bytu: materialny produkt – niematerialna usługa), jest „produktem” – przedmiotem akcji marketingowej.

³⁰⁵ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdział 5.5.1. Definicja.

³⁰⁶ Łamiał tę zasadę świadczone w wirtualnej przestrzeni usługi tzw. *e-tourism* oraz *m-tourism*, a także „żywe” usługi przewodnickie świadczone w realnej przestrzeni turystycznej.

- wytwórczości i konsumpcji usługi turystycznej (produkcja i konsumpcja *in situ*).

Taki deterministyczny mechanizm znajduje odzwierciedlenie w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej z udziałem planowania i projektowania. Reprezentowane w przestrzeni turystycznej w ich aspektach: funkcjonalnym, lokalizacyjnym oraz ilościowym przez obiekty ich infrastruktury turystycznej usługi turystyczne są brane pod uwagę w stanowieniu bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaź turystyczna w obszarze turystycznym z użyciem zaproponowanego w niniejszej pracy modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

W ich aspekcie funkcjonalnym i lokalizacyjnym, usługi turystyczne wraz z ich materialnym „nośnikiem” w przestrzeni turystycznej – obiektami infrastruktury turystycznej uczestniczą w ustalaniu zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego.

W ich aspekcie ilościowym, mają one wpływ na stan walorów turystycznych, co stanowi przedmiot troski ekonomiki przestrzeni turystycznej i są brane pod uwagę w ustaleniu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego.

5.5. TERYTORIALNY PRODUKT TURYSTYCZNY

Terytorialny produkt turystyczny to drugi obok świadczenia ze strony walorów turystycznych składnik terytorialnego świadczenia turystycznego. Jako problem ekonomiki przestrzeni turystycznej ukazany jest on poprzez takie zagadnienia, jak: definicja, czynniki popytu, atrakcyjność immanentna (niezależna od czynników zewnętrznych) i względna – konkurencyjność oraz specyficzna forma jego przestrzennej organizacji – klaster turystyczny.

5.5.1. DEFINICJA

Tym, co w sensie ekonomicznym służy zaspokojeniu potrzeb turysty są produkty (usługi) turystyczne. Podobnie jak potrzeby, co do zasady, towarzyszą one turystyce na każdym etapie i w każdym miejscu jego podróży. Szczególnym miejscem w podróży turysty jest to, które jest wyposażone w walory turystyczne odpowiadające swoimi użytecznymi funkcjami na motyw jego podróży. Jest nim miejsce recepcji turystów, głównie obszar turystyczny.

Taka rola obszaru turystycznego wynika z jego specyficznej właściwości, jaką jest występowanie tylko w nim:

- walorów i atrakcji turystycznych, w których turysta znajduje zaspokojenie swoich potrzeb motywacyjnych, stanowiących „jądro konstytutywne” podaży turystycznej miejsca ich położenia,
- zachodzących w jedności miejsca i czasu procesów produkcji i konsumpcji produktu turystycznego³⁰⁷,
- niemal wyłącznie turystycznej – w jej podstawowym przeznaczeniu – infrastruktury obsługi turystów wraz ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi.

Stosując parabolę można stwierdzić, że produkcja i konsumpcja produktu turystycznego rozważona na tle ich charakterystyki w pozostałych dziedzinach gospodarki przebiega – co ma określone i ważące skutki dla całości gospodarki turystycznej obszaru turystycznego – według kanonu antycznego dramatu greckiego, opartego na jedności miejsca, czasu i akcji. Zachodzą one bowiem:

- w jednym miejscu, *in situ* – w miejscu występowania w zasadzie niemożliwych przestrzennie walorów turystycznych. Jest tak również w odniesieniu do produktu turystycznego opartego na walorach z grupy walorów emocjonalnych, częstokroć „wędrujących, objazdowych”, jak to jest w przypadku wydarzeń kulturalnych, sportowych i religijnych, gdzie jednak w momencie jego „konsumpcji” jego walory są „zakotwiczone” w ściśle określonym miejscu przestrzeni turystycznej. Zatem, ni produkcja, ni konsumpcja nie podlegają przemieszczaniu, a transport dotyczy konsumenta – turysty, nie produktu turystycznego. Oznacza to konieczność stworzenia odpowiedniego systemu dostępności transportowej obszaru występowania produktu turystycznego.
- w jednym czasie; konsumpcja produktu turystycznego odbywa się synchronicznie z procesem tworzenia produktu turystycznego. Oparty egzystencjalnie na walorach turystycznych produkt turystyczny nie poddaje się akumulacji, magazynowaniu i przechowaniu – odłożeniu jego konsumpcji w czasie. Wymaga to ustawicznego dopasowywania podaży produktu do popytu nań (produkcja *just-in-time*, ang. dokładnie na czas), co musi znaleźć odzwierciedlenie w rozwiązaniach funkcjonalno-przestrzennych ekonomiki przestrzeni turystycznej i rozwiązaniach funkcjonalnych ekonomiki usług turystycznych. Pociąga to też za sobą stosunkowo wysokie koszty inwestycyjne i eksploatacyjne wynikające z potrzeby utrzymania ustawicznej gotowości produktu do jego konsumpcji.

³⁰⁷ Dystrybucja produktu wśród klientów odbywa się w zasadzie poza obszarem turystycznym w obszarach emisji turystów w stosownych lokalach albo w przestrzeni wirtualnej z użyciem łączności internetowej i telefonicznej (tzw. usługi *e-tourism* oraz *m-tourism*).

- jako akcja (czynność) jednej natury; ani wytwórca produktu turystycznego, ani turysta konsumujący ten produkt nie wykonują w tym samym czasie czynności innej natury (np. zawodowej, edukacyjnej); wynika to z przyjętej w tej pracy definicji turysty (por. rozdz. 4.1. Turysta).

Produkt turystyczny może być jednostkowy albo terytorialny (syntetyczny), a jego miarą ilościową jest potencjalna liczba turystów, jaka może w wolumenie takiego produktu znaleźć zaspokojenie swoich potrzeb.

Jednostkowy produkt turystyczny występuje w każdej funkcjonalnej podprzestrzeni turystycznej: emisji, kanałów tranzytowych i recepcji turystów. Jest nim albo usługa turystyczna o jednym określonym funkcjonalnym rodzaju zaspokajanej potrzeby turysty (w alternatywie usługa: albo organizacji podróży, albo transportowa albo motywacyjna albo egzystencjalna) lub zintegrowany funkcjonalnie, kapitałowo, organizacyjnie i zarządczo zespół współwystępujących w jednym miejscu usług (np. zespół usług oferowanych przez tak zespolone wielofunkcyjne obiekty infrastruktury turystycznej, jak np. hotel – restauracja – kąpielisko).

Każdy jednostkowy produkt turystyczny (usługa turystyczna) ma swoją cenę rynkową. Ma też swoją mierzoną liczbą turystów potencjalną użyteczność do zaspokajania potrzeb turystów, istotną w projektowaniu turystycznego obiektu inwestycyjnego jako miejsca jego świadczenia. Taka jego rola czyni go więc przedmiotem gospodarowania w przestrzeni turystycznej: turystycznych inwestycji infrastrukturalnych i świadczenia usług turystycznych w powstałych obiektach infrastruktury turystycznej. Należą one: w aspekcie projektu zagospodarowania terenu inwestycji – do dziedziny inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, w aspekcie budowlanej inwestycji infrastrukturalnej i świadczenia w jej obiekcie usług turystycznych – do dziedziny inżynierii ekonomiki usług turystycznych.

Terytorialny produkt turystyczny – to oferowana na rynku zdolność (potencjał) gospodarki turystycznej obszaru turystycznego do zaspokojenia pełnego spektrum potrzeb turysty – w tym zwłaszcza i koniecznie potrzeb motywacyjnych – wyrażona w postaci wolumenu ogółu świadczonych jednostkowych produktów (usług) turystycznych³⁰⁸. Inaczej rzecz ujmując: terytorialny produkt turystyczny to podaż turystyczna obszaru turystycznego.

Jak wynika z definicji, terytorialny produkt turystyczny, jako konglomerat jednostkowych produktów turystycznych konsumowanych przez turystów

³⁰⁸ Należy zauważyć, że tak zdefiniowany terytorialny produkt turystyczny nie obejmuje towarów. Upoważnia do tego fakt, że choć sprzedawane turystom w obszarze turystycznym, nie są one produktem jego gospodarki turystycznej i tylko w części są produktem jego gospodarki w ogóle (np. rolnej, produkcji lokalnych pamiątek). W znacznej ich części sprzedawane turystom towary to „importy”, nawet odległe, w aktualnej sytuacji Europy, np. z Chin. Ponadto, wolumen sprzedaży turystom towarów jest niewspółmiernie niski, wręcz znikomy w stosunku do wolumenu sprzedaży usług turystycznych, a przez to mało ekonomicznie znaczący.

w rozmaitej ich konfiguracji (zestawie), nie ma – bo nie może mieć – ceny rynkowej (taką cenę mają natomiast oferowane na rynku pakiety turystycznych produktów jednostkowych zwane np. *all inclusive*).

By przypomnieć, tym co „konsumuje” turysta w danym obszarze turystycznym, to tego obszaru terytorialne świadczenie turystyczne. Tworzą je łącznie: terytorialne świadczenie ze strony walorów turystycznych (funkcje walorów) oraz terytorialny produkt turystyczny, rozumiany jako podaż turystyczna obszaru. Terytorialne świadczenie turystyczne jest przedmiotem rozważań w ekonomice przestrzeni turystycznej.

W ekonomice usług turystycznych tak nie jest. Rodzi się bowiem pytanie: czy rozważając problem terytorialnego świadczenia turystycznego w sytuacji sprowadzenia go – jak w ekonomice usług turystycznych – do rozważania problemu podaży turystycznej (terytorialnego produktu turystycznego, samych usług – produktów turystycznych) nie pomija się zupełnie świadczenia na rzecz turysty ze strony walorów turystycznych?

Owszem, pomija się takie świadczenie, ale tylko w tej jego części, jaka odnosi się do funkcji nie zagospodarowanych, „konsumowanych” w ich stanie „netto” walorów turystycznych. Należą do nich głównie funkcje turystycznych walorów zbiorowych (jako zbiory w sensie kolektywnym), takich jak np. krajobraz w aspekcie estetycznym, klimat, ekosystem.

W sytuacji obecności gospodarki turystycznej, przeważająca część walorów turystycznych jest jednak poddana jej interwencji w postaci tworzenia na walorach turystycznych usług (produktów) motywacyjnych. Odbywa się to poprzez udostępnianie turystom funkcji (atrakcji) walorów w następstwie budowy na walorach urządzeń infrastruktury motywacyjnej (np. w przypadku waloru – jeziora: kąpieliska, przystani żeglarskiej, rybaczówki itp.). W tego efekcie, nieekonomiczne świadczenie na rzecz turystów ze strony funkcji walorów turystycznych znajduje swoją ekonomiczną reprezentację w postaci turystycznej usługi motywacyjnej, składnika terytorialnego produktu turystycznego³⁰⁹. Turysta nabywając na rynku wchodzący w skład terytorialnego produktu turystycznego produkt turystyczny (jednostkowy: usługę motywacyjną, egzystencjalną, transportową czy złożony – typu *all inclusive*) otrzymuje zarazem dostęp do „ bonusu” w postaci bezpłatnego świadczenia ze strony takich niezagospodarowanych walorów turystycznych.

³⁰⁹ Sam walor turystyczny „netto” (nie obudowany stosownym obiektem turystycznej infrastruktury motywacyjnej) nie jest składnikiem podaży turystycznej obszaru – terytorialnego produktu turystycznego. Zbudowana na nim turystyczna usługa motywacyjna już takim składnikiem jest.

Zamykając odpowiedź na postawione tutaj pytanie można więc stwierdzić, że w ekonomicznych rozważaniach nad gospodarką turystyczną w przestrzeni turystycznej, sprowadzenie pełni źródeł zaspokojenia potrzeb turysty w obszarze turystycznym – terytorialnego świadczenia turystycznego do jednego tylko z dwóch jego składników, jakim jest terytorialny produkt turystyczny (zespół usług turystycznych) jest uprawnione jako obarczone nikłym, nie znaczącym statystycznie błędem metodologicznym.

Terytorialny produkt turystyczny jest w swym bycie niematerialny (niematerialne usługi). Jego twórcami są najczęściej organizmy o misji mającej na celu wsparcie marketingowe jego wytwórczości i dystrybucji, jak regionalne organy państwowe i samorządowe, porozumienia branżowe producentów usług turystycznych oraz proturystyczne organizacje społeczne.

Jego występowanie ograniczone wyłącznie do podprzestrzeni recepcji turystów pociąga za sobą fakt, że jego funkcjonalną *differentia specifica* jest to, że w składzie tworzących go produktów (usług) turystycznych mieszczą się usługi motywacyjne zbudowane na rdzeniu walorów turystycznych właściwych jedynie tej podprzestrzeni³¹⁰.

Wolumen tak pojętego terytorialnego produktu turystycznego wyraża liczba turystów mogących znaleźć zaspokojenie swoich potrzeb w sumie jego składowych jednostkowych produktów (usług) turystycznych. Można to wyrazić formułą:

$$VTPT(U) = \sum_{i=1}^n VUi$$

gdzie: VTPT(U) – wolumen (liczba turystów) potencjału świadczenia terytorialnego produktu turystycznego (usług turystycznych), VUi – wolumen (liczba turystów) potencjału świadczenia jednostkowej usługi turystycznej, od usługi „1” do usługi „n”.

Na gruncie ekonomiki przestrzeni turystycznej, wolumen terytorialnego produktu turystycznego równoznaczny z wolumenem terytorialnej podaży turystycznej wyrażają pojemność i przepustowość obiektów infrastruktury turystycznej, w których świadczone są jego składowe usługi turystyczne. Ujmuje to formuła:

³¹⁰ Tak jest w ujęciu modelowym funkcjonalnej struktury globalnej przestrzeni turystycznej, por. poświęcony przestrzeni turystycznej rozdz. 3.3. Struktura funkcjonalna i terytorialna. Terytorialne poziomy operacyjne.

$$VTPT(IT) = \sum_{i=1}^n VPITi$$

gdzie: VTPT(IT) – wolumen (liczba turystów) terytorialnego produktu turystycznego wyrażonego w pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej, VPIT_i – wolumen (liczba turystów) pojemności i przepustowości obiektu infrastruktury turystycznej, od obiektu „1” do obiektu „n”.

Z faktu, że świadczenie usług turystycznych jest warunkowane istnieniem stosownych ku temu obiektów infrastruktury turystycznej wynika, że – w danej chwili – wolumen świadczonych w obszarze turystycznym usług turystycznych nie może przewyższyć wolumenu pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej obszaru.

Z uwagi na respekt dla postulatu – warunkowanego nie pogorszonym stanem walorów turystycznych – trwałego rozwoju gospodarki turystycznej, w danej chwili, potencjalne maksymalne wolumeny pojętego usługowo (jak w ekonomice usług turystycznych) i pojętego infrastrukturalnie (jak w ekonomice przestrzeni turystycznej) terytorialnego produktu turystycznego są sobie równe i nie wyższe od wolumenu uprzednio określonej dla obszaru turystycznego chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego (powinny być nią limitowane)³¹¹. Zespół takich zależności ujmuje formuła:

$$VTPT (UT) \max = VTPT (IT) \max = VCHTŚ$$

gdzie: VTPT (UT) max – maksymalny wolumen terytorialnego produktu turystycznego w ujęciu usługowym, VTPT (IT) max – maksymalny wolumen terytorialnego produktu turystycznego w ujęciu infrastrukturalnym, VCHTŚ – wolumen chłonności turystycznej środowiska geograficznego.

Jasno z tego wynika, że różnice obydwu przedstawionych rozumień terytorialnego produktu turystycznego nie dotyczą jego aspektu ilościowego, a jego składu rodzajowego (usługi turystyczne – obiekty infrastruktury turystycznej).

³¹¹ Taki mechanizm zależności w obszarze turystycznym łączących wolumen chłonności turystycznej środowiska geograficznego z odpowiadającymi jemu: limitem wolumenu pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej oraz limitem wolumenu usług turystycznych jest – jako instrument ilościowy ustalenia trwałego rozwoju jego gospodarki turystycznej – wmontowany w prezentowany w tej pracy model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (rozdz. 6.3).

Taka konstatacja jest wysoce użyteczna w harmonijnym wiązaniu teorii ekonomiki usług turystycznych z teorią ekonomiki przestrzeni turystycznej. Pozwala ona na metodologiczne „przetłumaczenie” bilansu równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna z języka ekonomiki usług turystycznych na język ekonomiki przestrzeni turystycznej. W sytuacji tożsamego w obydwóch dyscyplinach pojęcia popytu turystycznego (turyści z ich potrzebami) wystarczy po stronie podaży turystycznej, zachowując tę samą ich miarę (liczba turystów), usługi turystyczne zastąpić ich reprezentacją w przestrzeni turystycznej w postaci obiektów infrastruktury turystycznej.

5.5.2. CZYNNIKI POPYTU

By przypomnieć, adresowany do danego fragmentu podprzestrzeni recepcji turystów popyt turystyczny jest wynikiem działania pospółu trzech genetycznie warunkowanych grup czynników popytowych i podażowych: globalnych (uniwersalnych), lokalnych oraz indywidualnej decyzji turysty o wyborze funkcjonalnego i przestrzennego celu jego podróży.

Spośród wymienionych czynnikiem, który ostatecznie decyduje o takim popycie jest uwzględniająca pozostałe czynniki decyzja turysty o wyborze określonego terytorialnego produktu turystycznego, ogniskującego w swoich funkcjach i położeniu funkcjonalny i przestrzenny cel podróży turysty³¹².

W tym miejscu, gdzie rozważana jest podaż turystyczna w przestrzeni turystycznej akcent zostanie położony głównie na podażowe, tj. lokalne czynniki popytu na terytorialny produkt turystyczny.

Podażowymi czynnikami popytu adresowanego do terytorialnego produktu turystycznego są:

- jego atrakcyjność immanentna oraz jego atrakcyjność względna – konkurencyjność,
- specyficzna organizacja przestrzenna takiego produktu w postaci tzw. klastra turystycznego z realizowaną względem niego strategią marketingową.

5.5.3. ATRAKCYJNOŚĆ

W warunkach transparentnego i otwartego rynku, rozważana genetycznie atrakcyjność (zdolność do przyciągania turystów) terytorialnego produktu turystycznego może być rozumiana dwojako: albo jako nie kształtowana czynni-

³¹² Por. podrozdział 4.4. Czynniki popytu turystycznego w rozdz. 4, w którym rozpatrzono popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej w aspekcie ogólnym.

kiem zewnętrznym atrakcyjność immanentna, albo jako warunkowana ponadto czynnikami zewnętrznymi atrakcyjność względna zwana konkurencyjnością.

Konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego wynika z konfrontacji jego atrakcyjności immanentnej z atrakcyjnością immanentną innych terytorialnych produktów turystycznych o podobnych albo substytucyjnych właściwościach, a zarazem o innym położeniu w podprzestrzeni recepcji turystów.

5.5.3.1. ATRAKCYJNOŚĆ IMMANENTNA

Zagadnieniami, poprzez które zostanie ukazana atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego są: jej definicja i struktura oraz zjawisko spirali atrakcyjności.

5.5.3.1.1. Definicja i struktura

Atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego, to wynikająca z jego właściwości (w tym właściwości: walorów turystycznych z ich atrakcjami, infrastruktury turystycznej i świadczonych w jej obiektach usług turystycznych z ich cenami) jego zdolność do przyciągania turystów, do kreowania adresowanego doń oraz do obszaru jego występowania popytu turystycznego³¹³.

Miarą atrakcyjności immanentnej terytorialnego produktu turystycznego i obszaru jego występowania jest liczba turystów, zainteresowanych uznaniem ich odpowiednio za funkcjonalny i przestrzenny cel ich podróży.

W ujęciu ekonomiki przestrzeni turystycznej, atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego wyraża formuła:

$$A_{IPT} = AWT (z AT) + AIT (z UT)$$

gdzie: A_{IPT} – atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego, AWT – atrakcyjność walorów turystycznych, AT – atrakcje (funkcje) walorów turystycznych, AIT – atrakcyjność obiektów infrastruktury turystycznej, UT – usługi turystyczne.

Zatem, immanentna atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego warunkowana jest zdolnością przyciągania turystów jego podażowymi składnikami:

³¹³ Systemowe ujęcie atrakcyjności turystycznej w jej złożoności przedstawił N. Leiper (1990a, 1990b).

- walorami turystycznymi z ich atrakcjami (funkcjami) mającymi potencjał do zaspokojenia naczelných potrzeb turysty – potrzeb motywacyjnych,
- obiektami infrastruktury turystycznej i świadczonymi w nich zróżnicowanymi funkcjonalnie, jakościowo i mającymi wymiar cenowy usługami turystycznymi oraz
- czynnikiem spoza jego struktury: perswazyjną mocą adresowanego do turysty komunikatu marketingowego o produkcie.

Z punktu widzenia turysty, immanentna atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego obejmuje dwa składniki rodzajowe: atrakcyjność immanentną jakościową (funkcjonalną) i atrakcyjność immanentną kosztową (cenową). Ujmuje to formuła:

$$AI_{IPT} = AIJ_{IPT} + AIK_{IPT}$$

gdzie: AI_{IPT} – atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego, AIJ_{IPT} – atrakcyjność immanentna jakościowa (funkcjonalna) terytorialnego produktu turystycznego, AIK_{IPT} – atrakcyjność immanentna kosztowa (cenowa) terytorialnego produktu turystycznego.

Pierwsza wyraża się w zawartej w terytorialnym produkcie turystycznym sile przyciągania turysty jakością (obejmującą rodzaj i standard) czynników zaspokojenia potrzeb turysty: motywacyjnych, egzystencjalnych i lokalnych transportowych (dotyczy ona walorów turystycznych z ich atrakcjami oraz obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w jej obiektach usługami turystycznymi).

Druga – wyraża się siłą przyciągania turysty korzystnymi *in situ* cenami usług turystycznych (usług: organizacji podróży, motywacyjnych, egzystencjalnych i miejscowych transportowych), warunkującymi ekonomizację kosztu pobytu i w rezultacie także całkowitego kosztu podróży turystycznej (pobytu i dojazdu).

5.5.3.1.2. Spirala atrakcyjności

Atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego rozważana w kontekście ewolucji jego samego oraz ewolucji obszaru turystycznego jego występowania pozwala rozumieć ją jako syntezę dwóch jej przejawów:

- atrakcyjność immanentną pierwotną, sprzed interwencji gospodarki turystycznej, odnoszącą się do zastanych składników przestrzeni obszaru turystycznego: inicjalnych walorów turystycznych (obiekty infrastruktury turystycznej na tym etapie ewolucji obszaru jeszcze nie występują). Ma ona charakter zaledwie potencjalny dlatego, że chociaż sama

obecność walorów turystycznych stanowi egzystencjalny, konieczny warunek istnienia terytorialnego produktu turystycznego, to nie jest ona jedynym i wystarczającym czynnikiem jego atrakcyjności³¹⁴. Wyraża to formuła:

$$AIP_{TPT} = A (WT_Z + AT_Z)$$

gdzie: AIP_{TPT} – atrakcyjność immanentna pierwotna terytorialnego produktu turystycznego, A – atrakcyjność, WT_Z – walory turystyczne zastane, AT_Z – atrakcje (funkcje) turystyczne walorów turystycznych zastane.

- atrakcyjność immanentną dodaną (wykreowaną). Kształtują ją czynniki atrakcyjności stworzone w wyniku interwencji gospodarki turystycznej: nowe, stworzone walory turystyczne z ich atrakcjami oraz obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi z ich cenami. Ujmuje to formuła:

$$AID_{TPT} = A (WT_D + AT_D) + A (IT_D + UT_D)$$

gdzie: AID_{TPT} – atrakcyjność immanentna dodana terytorialnego produktu turystycznego, A – atrakcyjność, WT_D – walory turystyczne dodane, AT_D – atrakcje (funkcje) turystyczne walorów turystycznych dodane, IT_D – infrastruktura turystyczna dodana, UT_D – usługi turystyczne dodane.

Wynika z powyższego, że kompozycja obydwu grup jej składników, pierwotnych i dodanych, stanowi o realnej sile (potencjale) atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego określonego obszaru w danej chwili. Wobec takiej atrakcyjności docierającej doń w formie marketingowego komunikatu staje turysta, podejmujący decyzję wyboru produktu turystycznego – celu funkcjonalnego oraz obszaru turystycznego – celu przestrzennego swej podróży.

Należy zauważyć interesujące zjawisko, że inicjalna, obserwowalna w pionierskiej fazie ewolucji obszaru turystycznego – i niezależnie od fak-

³¹⁴ Znane są obszary wyposażone w najwyższej wartości walory turystyczne, jednak o nie-współmiernie niskiej atrakcyjności turystycznej (np. z powodu ich niekorzystnej dostępności transportowej, nie udostępnionych infrastrukturalnie ich funkcji – atrakcji) i – konsekwentnie – niskiej frekwencji turystów. Znane są również obszary położone w bliskiej strefie wypoczynku mieszkańców aglomeracji miejskich wyposażone w walory turystyczne niskiej wartości użytkowej, które doświadczają wysokiej atrakcyjności i – konsekwentnie – wysokiej frekwencji turystów. Dostępność transportowa jest w tych przypadkach ważniejszym dla turysty czynnikiem wyboru miejsca wypoczynku aniżeli absolutna wartość użyteczna jego walorów turystycznych.

tu racjonalizacji jego ewolucji – oparta na walorach turystycznych zastanych immanentna atrakcyjność pierwotna ma swoje przełożenie na inwestycyjną atrakcyjność – siłę przyciągania kapitału inwestycyjnego (atrakcyjność dla turystów generuje atrakcyjność dla inwestorów).

I zwrotnie, w następnej fazie ewolucji obszaru, w sytuacji gdy przyciągnięty atrakcyjnością obszaru dla inwestorów kapitał inwestycyjny został właściwie ulokowany w gospodarkę turystyczną obszaru (w walory oraz infrastrukturę, eksploatację turystyczną – usługi) tworząc atrakcyjność dodaną, inwestycje te z zasady znacząco podwyższają atrakcyjność immanentną terytorialnego produktu turystycznego obszaru dla turystów.

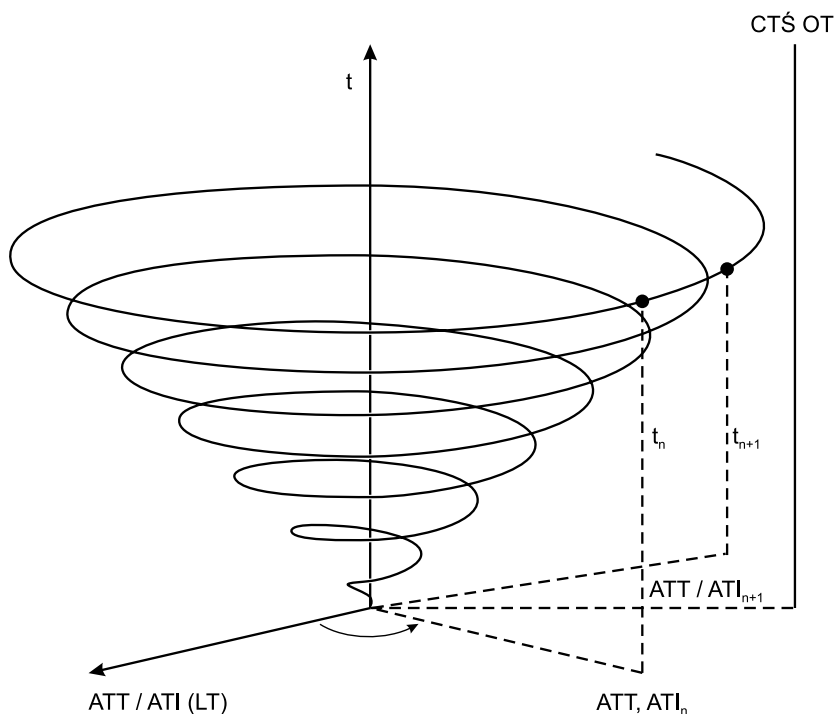
W warunkach takiego procesu naprzemiennych zmian zwrotu relacji przyczynowo – skutkowej pomiędzy atrakcyjnością immanentną terytorialnego produktu turystycznego obszaru dla turystów oraz taką jego atrakcyjnością dla inwestorów można mówić o zjawisku samonapędzającej się w czasie „**spirali atrakcyjności** immanentnej terytorialnego produktu turystycznego i obszaru turystycznego jego występowania”, gdzie każda z atrakcyjności immanentnych w kolejnej fazie czasowej (1,2, ..., n, ...) wkracza na wyższy poziom rozwojowy: jakościowy i ilościowy. Dzieje się to według schematu: atrakcyjność immanentna dla turystów w momencie n → atrakcyjność immanentna dla inwestorów w momencie n → atrakcyjność immanentna dla turystów w momencie n+1 → atrakcyjność immanentna dla inwestorów w momencie n+1 etc.

Jeśli uprawnionym jest przyjąć, że:

- z poziomem atrakcyjności immanentnej terytorialnego produktu turystycznego koreluje dodatnio (jako jej skutek) frekwencja turystów na obszarze turystycznym występowania tego produktu,
- wyrażone frekwencją turystów na obszarze turystycznym: poziom atrakcyjności jego terytorialnego produktu turystycznego dla turystów i jej poziom dla inwestorów (liczba odwiedzających turystów równa się stopniowi wykorzystania pojemności i przepustowości obiektów infrastruktury turystycznej obszaru) są sobie równe (atrakcyjność inwestycyjna oraz inwestycje infrastrukturalne są niemal natychmiastową odpowiedzią na podwyższoną atrakcyjność dla turystów),

to ewolucję w czasie takiej atrakcyjności w odniesieniu do turystów oraz inwestorów można ująć w postaci stożkowej, **czasowej spirali immanentnej atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego**, tak jak na ryc. 10.

Z uwagi na krytyczny dla egzystencji gospodarki turystycznej na danym obszarze problem zagrożenia i ochrony walorów turystycznych, spirala atrakcyjności turystycznej nie może jednak wymknąć się spod kontroli menedżerów rozwoju gospodarki turystycznej, w tym inżynierów ekonomiki przestrzeni turystycznej.



ATT – immanentna atrakcyjność terytorialnego produktu turystycznego (TPT) dla turystów, ATI – immanentna atrakcyjność TPT dla inwestorów, LT – liczba turystów, t – czas (t_n – moment n, t_{n+1} – moment n+1), $ATT\ n/n+1$ – atrakcyjność dla turystów w momencie n albo n+1, $ATI\ n/n+1$ – atrakcyjność dla inwestorów w momencie n albo n+1, CTŚ OT – chłonność turystyczna geograficznego środowiska obszaru turystycznego

Ryc. 10. Spirala czasowa immanentnej atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego dla turystów oraz inwestorów

Granice ilościową takiego procesu w obszarze turystycznym, mającą swe skutki jakościowe w stanie walorów turystycznych, wyznacza określony limitem chłonności turystycznej środowiska geograficznego, bilansowany w granicach obszaru limit pojemności i przepustowości jego obiektów infrastruktury turystycznej (na ryc. 10 – linia CTŚ OT wyrażająca chłonność turystyczną środowiska geograficznego obszaru turystycznego to asymptota krzywej spirali atrakcyjności). Spełnienie takiego warunku – stanowiącego realizację ekonomiczno-ekologicznego postulatu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – może zapewnić na wszystkich terytorialnych poziomach planowania i projektowania (region, obszar, obiekt inwestycyjny) instrument ekonomiki przestrzeni turystycznej proponowany w rozdz. 6.3 tej pracy, jakim jest model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego w całości i we wszystkich jego składnikach (walory turystyczne z ich atrakcjami, usługi turystyczne z infrastrukturą ich świadczenia) jest w znacznym stopniu operacyjna. Leży to w możliwościach ekonomiki turystycznej i kompetencjach organów samorządu, Państwa i turystycznych organizacji branżowych i społecznych.

Kształtowanie immanentnej atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego następuje poprzez interwencję:

- ekonomiki przestrzeni turystycznej w kreowanie i kształtowanie przestrzeni turystycznej (planowanie i projektowanie),
- ekonomiki usług turystycznych w realizację inwestycji tworzenia walorów turystycznych, obiektów infrastruktury turystycznej oraz w organizację i zarządzanie składowymi takiego produktu jednostkowymi usługami (produktami) turystycznymi,
- organów samorządu, Państwa, turystycznych organizacji branżowych i społecznych w strategię *marketing mix* terytorialnego produktu turystycznego. Ich interwencja może dotyczyć głównie adresowanej wprost do rynku strategii promocji (np. finansowania: ekspozycji na targach turystycznych, promocyjnych kampanii medialnych) jego samego oraz preferowanych dla obszaru jego składowych jednostkowych produktów turystycznych, strategii dystrybucji i w bardzo ograniczonym zakresie z uwagi na wzajemną konkurencję produktów tworzących terytorialny produkt i prawo antykarlowe – wspólnej strategii cenowej.

W konkluzji tego wątku rozważań można stwierdzić, że – co tylko pozornie jest paradoksem – ekonomika przestrzeni turystycznej spełnia na rynku turystycznym równocześnie dwie role.

Z jednej strony uczestniczy ona poprzez planowanie i projektowanie w budowaniu terytorialnego produktu turystycznego i – konsekwentnie – podaży turystycznej danego obszaru.

Z drugiej strony, poprzez taki swój udział w tworzeniu atrakcyjności immanentnej terytorialnego produktu turystycznego danego obszaru uczestniczy ona w znaczącym stopniu w kreacji adresowanego do takiego produktu i obszaru jego występowania popytu turystycznego, ekonomicznego źródła rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

5.5.3.2. ATRAKCYJNOŚĆ WZGLĘDNA – KONKURENCYJNOŚĆ

Jeżeli przez atrakcyjność względną rozumieć warunkowaną czynnikiem zewnętrznym – konfrontacją atrakcyjności immanentnej określonego terytorialnego produktu turystycznego z takąż atrakcyjnością innych terytorial-

nych produktów turystycznych o podobnych albo substytucyjnych właściwościach, ale zarazem innym położeniu w podprzestrzeni recepcji turystów – to tak pojęta atrakcyjność względna terytorialnego produktu turystycznego stanowi jego konkurencyjność.

Miarą konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego jest liczba turystów przedkładających jego wybór spośród innych terytorialnych produktów turystycznych o podobnych albo substytucyjnych właściwościach, ale o niższej w ich ocenie atrakcyjności immanentnej.

Należy jednak zważyć, że konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego i konkurencyjność jego wytwórczości i dystrybucji to dwie istotowo różne, jakkolwiek ściśle ze sobą powiązane kwestie. Pierwsza oznacza konkurencję jakościowych i kosztowych właściwości (atrakcyjności immanentnych) terytorialnych produktów turystycznych podobnych albo substytucyjnych, druga – konkurencję ekonomicznej efektywności (rachunku ekonomicznego) sposobów ich wytwarzania i dystrybucji.

Konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego interesuje zarówno występującego po stronie popytu nabywcę – turystę (w tym przypadku w kontekście zróżnicowanego osobowo zbioru przesłanek), jak i występujących po stronie podaży: ekonomistów przestrzeni turystycznej, ekonomistów usług turystycznych (inwestorów kapitałowych i przedsiębiorców), lokalne władze publiczne i organizmy społeczne zainteresowane poziomem popytu na terytorialny produkt turystyczny i jego składowe produkty jednostkowe. W przypadku strony podażowej interes jej uczestników jest zbieżny: interesuje ich wysoka konkurencyjność określonego terytorialnego produktu turystycznego.

Konkurencyjność ekonomicznej efektywności (rachunku ekonomicznego) wytwórczości i dystrybucji terytorialnego produktu turystycznego interesuje występujących po stronie podaży turystycznej: inwestora kapitałowego, przedsiębiorcę, Państwo albo lokalne: samorząd i organizacje społeczne segmentu usług turystycznych i jego sektorów. Ta strona konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego nie interesuje turysty.

Na gruncie teorii i praktyki ekonomiki przestrzeni turystycznej, przedmiotem jej zainteresowania jest głównie leżąca w znaczącej części w jej kompetencjach (w zakresie planowania i projektowania w odniesieniu do walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej) i mająca bezpośredni wpływ na poziom adresowanego do terytorialnego produktu turystycznego (i obszaru jego występowania) popytu turystycznego konkurencyjność jego właściwości, jego atrakcyjności immanentnej.

Z kolei, konkurencyjność ekonomicznej efektywności sposobu wytwarzania i dystrybucji terytorialnego produktu turystycznego to zagadnienie

do rozważań dla ekonomiki usług turystycznych³¹⁵, a w sytuacji respektu dla lokalizacji tych czynności w przestrzeni turystycznej (i szerzej – geograficznej) jako czynnika takiej konkurencyjności, to również problem geografii turystycznej.

Decyzja turysty, wybierającego terytorialny produkt turystyczny i związany z nim cel przestrzenny jego podróży, nie jest powodowana samą tylko – chociaż istotną – atrakcyjnością immanentną określonego terytorialnego produktu turystycznego. Turysta stawia ją poszerzoną o czynnik leżący poza strukturą tego produktu, ale z nim związany – koszt transportu (dojazdu) turysty pomiędzy obszarem jego emisji a obszarem jego recepcji (ten ostatni stanowi „siedlisko” terytorialnego produktu turystycznego)³¹⁶ – w konfrontacji w aspekcie jakościowym (rzeczowym) i kosztowym (cenowym) z innymi możliwymi znanymi turyście podobnymi lub substytucyjnymi produktami. Finalnie, w swej decyzji turysta nie kieruje się więc samą atrakcyjnością immanentną terytorialnego produktu turystycznego, a jego atrakcyjnością względną – czyli jego konkurencyjnością.

W przeprowadzanej przez turystę analizie decyzyjnej, konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego przejawia się w dwu jej aspektach: jakościowym (rzeczowym) – jako atrakcyjność jakościowa oraz kosztowym (cenowym) – jako atrakcyjność kosztowa.

Zależnie od przyjętych założeń (np. stawianie albo na wysoką jakość albo na niski koszt) i w sytuacji określonego dyspozycyjnego budżetu wyjazdowego turysty, podstawą jego decyzji o wyborze terytorialnego produktu tury-

³¹⁵ Analizę czynników konkurencyjności ujętą z pozycji ekonomiki usług turystycznych (głównie marketingu) w model konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego oraz problem optymalizacji zarządzania nią z wieloaspektowym uwzględnieniem postulatu trwałego rozwoju obszaru turystycznego przedstawili G.I. Crouch, J.R.B. Ritchie, 2003, *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*, Cromwell Press, Trowbridge.

³¹⁶ Sam dystans fizyczny dzielący te dwa miejsca w przestrzeni turystycznej nie jest właściwą miarą „oporu przestrzeni geograficznej” do pokonania przez turystę, bowiem w decyzji turysty o wyborze przestrzennego celu jego podróży nie ma on takiego znaczenia jak długość okresu, wygoda (w tym sprawność), a głównie koszt transportu niezbędne do pokonania dystansu fizycznego. Poruszony już w tej pracy przy okazji omawiania dostępności transportowej fenomen tanich linii lotniczych sprawia, że dystanse fizycznie odległe stały się – w warunkach dostępnych turyście alternatywnych kanałów i środków transportu – kosztowo bliskie, co zupełnie przeorientowało takie pojęcia, jak np. „zasięg przestrzenny strefy atrakcyjności (przyciągania) przez terytorialny produkt turystyczny” (w pewnych przypadkach stał się on dosłownie globalny) czy „strefa wypoczynku mieszkańców aglomeracji miejskiej” (promień strefy odpowiadający ca 2 godz. przejazdu ewoluował ze 150-200 km w warunkach lądowego systemu transportowego Polski do obecnie 1 000-1 500 km w sytuacji transportu lotniczego).

stycznego (co zarazem oznacza wybór celu przestrzennego jego podróży) jest najkorzystniejsza relacja: jakość – koszt³¹⁷. Wyraża to formuła:

$$KJ_{TPT} / KK_{TPT}$$

gdzie: KJ_{TPT} – konkurencyjność jakościowa terytorialnego produktu turystycznego, KK_{TPT} – konkurencyjność kosztowa terytorialnego produktu turystycznego

Statystycznym rezultatem takich podejmowanych w warunkach analizy konkurencyjności jednostkowych decyzji turystów jest poziom frekwencji turystów na obszarze turystycznym oferującym określony turystyczny produkt terytorialny, czyli adresowany do takiego produktu i obszaru jego występowania popyt turystyczny. Stan i ewolucja adresowanego do obszaru turystycznego popytu turystycznego odzwierciedla w uproszczonej syntezie stan i ewolucję jego gospodarki turystycznej oraz jego przestrzeni turystycznej, co ilustrują przywołane już w tej pracy geograficzne modele ewolucji obszaru turystycznego np. J.-M. Miosseca (1976, 1977) oraz R.W. Butlera (1980)³¹⁸.

Taka rola konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego stanowi o jej randze jako istotnego problemu zarówno ekonomiki usług turystycznych, jak i ekonomiki przestrzeni turystycznej.

Z uwagi na szczególną rolę walorów turystycznych z ich atrakcjami w zaspokojeniu najważniejszych spośród potrzeb turysty – potrzeb motywacyjnych, konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego zależy w sposób zasadniczy od zjawiska determinizmu walorystycznego. Objawia się on przemożnym, wieloaspektowym wpływem walorów turystycznych z ich atrakcjami na całość gospodarki turystycznej, ekonomiki przestrzeni turystycznej i ekonomiki usług turystycznych.

Walory turystyczne z ich atrakcjami mającymi potencjał do zaspokojenia motywacyjnych potrzeb turysty (wypoczynku, poznania, emocji) wpływają w stopniu zasadniczym na jakościową konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego oraz obszaru jego występowania i – konsekwentnie – na

³¹⁷ Potencjał konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego próbowano określić m. innymi z zastosowaniem zaczerpniętego i zaadaptowanego z fizyki modelu grawitacji. Tak uczynił np. L.J. Crampon, (1965, s. 110-116). Testując model na przykładzie USA doszedł on do wniosku i postuluje, aby taki model uwzględniał poza potencjałem ludnościowym rynku turystycznego również inne zmienne niezależne, takie jak ludność obszaru emisji, jej dochody oraz „podatność na mobilność”. Szerszą prezentację metod grawitacyjnych o takim zastosowaniu dał S. Smith, 1983.

³¹⁸ Por. poświęcony geograficznym modelom ewolucji przestrzeni turystycznej rozdz. 2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji.

popytów w skutkach decyzję turysty o wyborze przestrzennego celu jego podróży.

Dopiero w dalszej kolejności turysta bierze pod uwagę inne, kreowane mocą perswazyjną adresowanego do turysty komunikatu marketingowego pozostałe kryteria decyzyjne: jakościowe i kosztowe dotyczące zaspokojenia jego potrzeb transportowych (w aspekcie dostępności transportowej obszaru turystycznego) i egzystencjalnych (usług turystycznych, w tym: obiektów infrastruktury ich świadczenia). Ponadto, decyzyjnie istotnymi mogą okazać się kryteria spoza gestii gospodarki turystycznej, jak np. moda i pewne kwestie z zakresu bezpieczeństwa podróży (np. przewidywalne ryzyko kataklizmu antropogennego: terroryzmu, konfliktu zbrojnego czy ostrego w przebiegu konfliktu społecznego, epidemii itp. albo kataklizmu przyrodniczego: trzęsienie ziemi, tsunami, wybuch wulkanu, powódź, tornado itp.).

Obydwa aspekty konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego jakoś i koszt korelują zgodnie: wyższa jakość – wyższy koszt.

Strukturę konkurencyjności jakościowej (rzeczowej) terytorialnego produktu turystycznego można ująć w formułę:

$$KJ_{TPT} = KJ (WT \text{ z } AT) + KJ (IT \text{ z } UT) + KJ (DT)$$

gdzie: KJ_{TPT} – konkurencyjność jakościowa terytorialnego produktu turystycznego, KJ – konkurencyjność jakościowa, WT – walory turystyczne, AT – atrakcje (funkcje) walorów turystycznych, IT – infrastruktura turystyczna, UT – usługi turystyczne świadczone *in situ*, DT – relatywnie zmienna według położenia obszaru emisji turystów dostępność transportowa obszaru występowania terytorialnego produktu turystycznego.

Całkowity koszt podróży turysty obejmuje zasadniczo dwa składniki: koszt zakupu *in situ* produktów turystycznych (koszt pobytu) oraz koszt transportu turysty związany z pokonaniem dystansu dzielącego lokalizację obszaru turystycznego od obszaru emisji turysty. Ujmuje to formuła:

$$K_{CPT} = KP + KT_{E-R}$$

gdzie: K_{CPT} – całkowity koszt podróży turysty, KP – koszt pobytu turysty (zakupu jednostkowych produktów turystycznych – składników terytorialnego produktu turystycznego), KT_{E-R} – koszt transportu turysty dla dystansu: obszar emisji – obszar recepcji.

Zatem, strukturę składników konkurencyjności kosztowej terytorialnego produktu turystycznego przedstawia formuła:

$$KK_{IPT} = KK(UT) + KK(DT)$$

gdzie: KK_{IPT} – konkurencyjność kosztowa terytorialnego produktu turystycznego, $KK(UT)$ – konkurencyjność kosztowa usług turystycznych świadczonych *in situ*, $KK(DT)$ – konkurencyjność kosztowa relatywnie zmiennej dostępności transportowej dla dystansu obszar emisji – obszar recepcji turysty.

Konkurencyjność kosztowa terytorialnego produktu turystycznego stanowi więc sumę konkurencyjności kosztów pobytu turysty (zakupu *in situ* jego składowych jednostkowych produktów turystycznych w okresie pobytu) i konkurencyjności kosztów transportowych dla dystansu obszar emisji – obszar recepcji turysty.

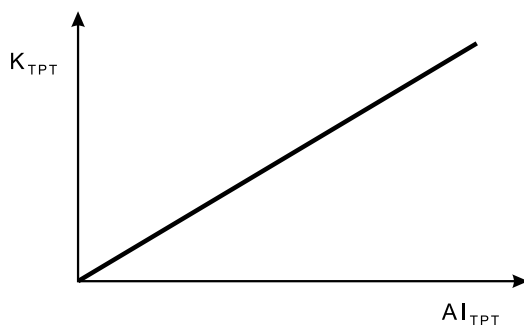
Rekapitułując powyższe rozważania można stwierdzić, że poziom łącznej – jakościowej i kosztowej – konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego (i konsekwentnie – obszaru turystycznego jego występowania) kształtują w sposób zasadniczy dwa czynniki: wyrażona jakościowo i kosztowo atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu (relacja jakość – cena) oraz koszt transportu, jaki musi ponieść turysta podróżujący między miejscem swego stałego zamieszkania (obszarem emisji) a obszarem turystycznym, „siedliskiem” terytorialnego produktu turystycznego. Wyraża to formuła:

$$K_{IPT} = AI_{IPT} / KT_{E-R}$$

gdzie: K_{IPT} – konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego, AI_{IPT} – atrakcyjność immanentna terytorialnego produktu turystycznego, KT_{E-R} – zmienny wg dystansu koszt transportu: obszar emisji – obszar recepcji turysty.

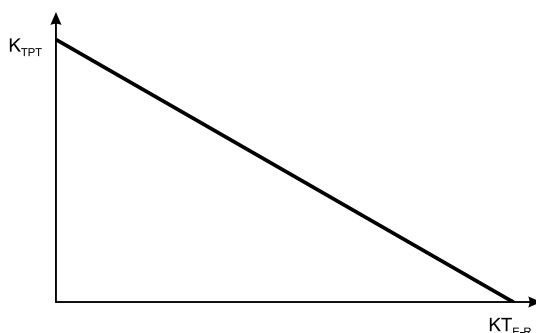
Łączna (jakościowa i kosztowa) konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego jest więc wprost proporcjonalna do jego wyrażonej jakościowo i kosztowo atrakcyjności immanentnej i odwrotnie proporcjonalna do zmiennego kosztu transportu turysty.

Charakter takiej korelacji przy określonych założeniach ujmują schematy elastyczności konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego ze względu na jego atrakcyjność immanentną oraz koszt transportu do obszaru recepcji z miejsca emisji turysty (ryc. 11 oraz ryc. 12).



Ryc. 11. Elastyczność konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego (K_{TPT}) ze względu na jego atrakcyjność immanentną (AI_{TPT}), przy założeniu: $KT_{E-R} = constans$

Jak informuje ryc. 11, w sytuacji tych samych kosztów transportu na dystansie: obszar recepcji – obszar emisji dla konkurujących terytorialnych produktów turystycznych, konkurencyjność produktu rośnie wraz ze wzrostem jego atrakcyjności immanentnej (jakościowej i kosztowej).



Ryc. 12. Elastyczność konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego (K_{TPT}) ze względu na koszt transportu turysty (KT_{E-R}), przy założeniu: $AI_{TPT} = constans$

Jak wynika z ryc. 12, w sytuacji tej samej atrakcyjności immanentnej (jakościowej i kosztowej) konkurujących terytorialnych produktów turystycznych, konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego spada wraz ze wzrostem poniesionych kosztów transportu na dystansie: obszar recepcji – obszar emisji.

*

W konkluzji tego wątku rozważań należy stwierdzić, że – co wykazano – atrakcyjność immanentna i konkurencyjność terytorialnego produktu turystycznego stanowią – zarówno w aspekcie ich czynników kształtujących jak też ich następstw przestrzennych – ważki problem ekonomiki przestrzeni turystycznej.

5.5.4. KLASTERY TURYSTYCZNE

Jak stwierdzono w tej pracy, mechanizm determinizmu walorystycznego rządzi rozmieszczeniem w podprzestrzeni recepcji turystów podaźowych i popytowych elementów gospodarki turystycznej odpowiadającym – z uwagi na jedność miejsca produkcji i konsumpcji turystycznej – rozmieszczeniu walorów turystycznych, będących warunkiem egzystencji takiej gospodarki.

Obserwowane formy przestrzennej organizacji wchodzących w skład terytorialnego produktu turystycznego jednostkowych produktów turystycznych odpowiadają formom właściwym walorom turystycznym. Należą do nich formy:

- rozproszona: w sytuacji rozproszonego występowania walorów turystycznych w warunkach dużego regionu turystycznego,
- centryczna (jedno lub kilkucentrowa; satelitarna): w przypadku zogniskowanego występowania walorów turystycznych w warunkach obszaru turystycznego cennego przyrodniczo, cennego kulturowo, parku poznawczego, parku wypoczynkowego, miejscowości turystycznej założonej na centralnie położonym jądrze walorów turystycznych: wypoczynkowych, poznawczych, emocjonalnych,
- liniowa: w przypadku liniowego występowania walorów turystycznych, jak w sytuacji szlaków turystycznych.

Występujący w warunkach koncentracji przestrzennej wytwórcy usług turystycznych pozostają w różnego rodzaju wzajemnych relacjach: konkurencji (w tym m.in. wykorzystując zjawisko naśladownictwa dobrych wzorów – ang. *benchmarking* – albo strategię marketingu wojennego³¹⁹), komplementarności, współpracy (kooperacji) i synergii.

M.E. Porter (2001) za A. Marshalla (1920a,b) sugeruje, że skoncentrowana przestrzennie lokalizacja działalności wytwórczej przynosi tak skutecznym przedsiębiorstwom szczególne korzyści. Ujął to w postaci koncepcji tzw. klastra³²⁰.

³¹⁹ *Benchmarking* (ang) daje się tłumaczyć jako analiza punktu odniesienia służąca jako przesłanka do dobrego naśladowstwa. Podstawę teoretyczną strategii marketingu wojennego stanowi „teoria sztuki wojennej” autorstwa pruskiego generała Carla von Clausewitza (1780-1831) ujęta w wydany pośmiertnie, do dziś starannie pod kątem jego wykorzystania w licznych zastosowaniach – w tym marketingowych – studiowany słynny traktat „O wojnie” (nm. *Vom Kriege*). Berlin, 1832-1837.

³²⁰ Pojęcie klastra (a. grona, ang. *cluster*) wywodzi się od A. Marshalla (1920a,b) w kontekście jego koncepcji dystryktu przemysłowego. Powstało ono z obserwacji przyczyn i skutków koncentracji przestrzennej przedsiębiorstw przemysłowych o profilu wytwórczości zarówno leżącym w jednym ciągu technologicznym (ciąg komplementarny: dostawcy – producenci – dystrybutorzy), jak i o profilu konkurencyjnym dla tego samego albo podobnego, substytucyjnego dobra (układ konkurencyjny: dostawca – dostawca, producent – producent, dystrybutor – dystrybutor). Marshall zauważył, że tym, co zachęca producentów – w tym tych ze sobą konkuru-

M.E. Porter zdefiniował klastry następująco: „Grona (*clusters*) są to geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (na przykład uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale także współpracujących”³²¹.

W innym miejscu tak on definiuje klaster: „Grono jest to znajdująca się w geograficznym sąsiedztwie grupa przedsiębiorstw i powiązanych z nimi instytucji zajmujących się określoną dziedziną, połączona podobieństwami i wzajemnie się uzupełniająca”³²².

Pomijając pewną wzajemną sprzeczność tych obydwu jednego autorstwa definicji³²³, wspólne dla nich jest to, że główną właściwością klastra jest powiązanie przestrzenne (koncentracja w przestrzeni – „geograficzne skupisko, geograficzne sąsiedztwo”) i funkcjonalne jego uczestników, mogące z tego tytułu przysporzyć im – także tym konkurującym między sobą – nadzwyczajne korzyści³²⁴.

Należy jednak pamiętać, że chociaż klaster powstaje w wyniku wolnych decyzji lokalizacyjnych w odniesieniu do określonej działalności gospodarczej, ale zazwyczaj zgodnie ze wskazaniami obowiązującego planu przestrzennego dla obszaru rodzenia się i rozwoju klastra (w zgodzie z prowadzoną dla tego obszaru gospodarką przestrzeni geograficzną).

W kolejnej definicji klastra M.E. Porter podkreśla holistyczny aspekt korzyści z klastra, gdy twierdzi: „Grono można zatem zdefiniować jako system wzajemnie powiązanych firm i instytucji, którego wartość jako całości jest większa niż suma wartości poszczególnych jego części”³²⁵.

Według M.E. Portera, lokalizacja działalności gospodarczej ma znaczący wpływ na jej konkurencyjność. Przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa

jących – do współlokalizacji (koncentracji przestrzennej) ich działalności gospodarczej są uzyskiwane przez nich w takiej sytuacji nadzwyczajne, tzw. zewnętrzne korzyści skali (ang. *external economies of scale*). Tym, który koncepcję klastra zasadniczo rozwinął jest M.E. Porter (2001).

Ideę zewnętrznych korzyści skali przeniósł na grunt geografii ekonomicznej P. Krugman (1995), tworząc tzw. „nową geografie ekonomiczną”.

³²¹ M.E. Porter, 2001, s. 246.

³²² M.E. Porter, 2001, s. 248.

³²³ Np. pierwsza definicja jako zasadniczą właściwość klastra podkreśla konkurencję i współpracę, druga – już nie konkurencję, a uzupełnianie się (komplementarność) przedsiębiorstw niekonieczne oparte na współpracy. Taki paradoks M.E. Porter tłumaczy następująco: „Jest oczywiste, że grona stanowią pewną kombinację konkurencji i współpracy. Przy pozyskiwaniu klientów i utrzymaniu ich występuje silna konkurencja. (...). Jednakże w różnych dziedzinach, (...), może mieć miejsce współpraca. Ma ona w znacznej mierze charakter pionowy, obejmuje pokrewne sektory i dotyczy miejscowych instytucji. Konkurencja i współpraca mogą współistnieć, bo występują w innych dziedzinach i między różnymi podmiotami.” M.E. Porter, 2001, s. 278.

³²⁴ „Firma może w istocie odnosić korzyść z istnienia miejscowych konkurentów.” M.E. Porter, 2001, s. 247.

³²⁵ M.E. Porter, 2001, s. 266.

nie buduje – jak w tradycyjnych interpretacjach źródeł zjawiska w stosunkowo zamkniętej gospodarce – jedynie minimalizacja kosztów w zakresie czynników produkcji: pracy i kapitału oraz efekt skali³²⁶. Jego zdaniem, przewagę konkurencyjną w warunkach otwartej gospodarki przedsiębiorstwo zawdzięcza swojej efektywności (głównie jej wzrostowi) rozumianej jako przyrost wydajności pracy i kapitału powodowanej innowacyjnością sposobu wytwórczości i dystrybucji, warunkowanej z kolei lokalizacją działalności gospodarczej, głównie jej koncentracją przestrzenną (otoczeniem biznesowym i płynącymi z tego dla przedsiębiorstwa korzyściami)³²⁷.

W związku z koncepcją klastra ekonomikę przestrzeni turystycznej interesuje zasadniczo popytotwórcza przewaga konkurencyjna właściwości (atrakcyjności) zorganizowanego przestrzennie w postaci klastra terytorialnego produktu turystycznego, syntetycznego wyrazu podaży turystycznej obszaru.

Rodzi to pytania. Czy zjawisko klastra przeniesione na grunt gospodarki turystycznej jako klastr turystyczny (ang. *tourism cluster*) jest zjawiskiem koniecznym? Czy związana z klastrem koncentracja przestrzenna (współlokalizacja) i płynąca stąd ewentualna przewaga konkurencyjna mogą przełożyć się na przewagę konkurencyjną jego terytorialnego produktu turystycznego?

By odpowiedzieć na te pytania koniecznym jest doprecyzowanie warunków: tych, w jakich klastr turystyczny powstaje i funkcjonuje oraz tych, w jakich może on być skuteczny jako instrument budowy konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego.

Należy zważyć na to, że koncentracja przestrzenna wytwórczości w klastrze turystycznym oraz lokalizacja samego klastra nie są domeną bardziej lub mniej swobodnej decyzji lokalizacyjnej, jak to jest np. w przeważającej części klastrów sektora przemysłowego opisanych przez M.E. Portera, poza tymi o lokalizacyjnej orientacji surowcowej. Powstanie oraz istnienie klastra turystycznego jest wymuszone specyficznymi dla gospodarki turystycznej właściwościami terytorialnego produktu turystycznego, do których należą:

- absolutny determinizm walorystyczny, polegający na ścisłym wiązaniu lokalizacji gospodarki turystycznej z lokalizacją walorów turystycznych³²⁸,

³²⁶ M.E. Porter, 2001, s. 260.

³²⁷ M.E. Porter, 2001, s. 261-265. Tamże, analiza źródeł konkurencyjnej przewagi działalności gospodarczej (wytwórczości i dystrybucji), którą rozumie on jako przewagę w efektywności kapitału i pracy zawdzięchaną czynnikowi lokalizacji. Analiza jest ujęta w postaci „rombu Portera”. Cztery narożniki rombu źródeł konkurencyjnej przewagi płynącej z lokalizacji stanowią: kontekst strategii i rywalizacji firm, warunki popytu, warunki czynników produkcji oraz sektory pokrewne i wspomagające. Ostatnie źródło, to fenomen klastra (M.E. Porter, 2001, rys. 7.4, s. 263).

³²⁸ Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej. By przypomnieć: niezależnie od wariantu scenariusza jej ewolucji (spontaniczny a. zrjonalizowany) walory turystyczne pojawiają się w przestrzeni geograficznej (a. przestrzeni turystycznej) zawsze inicjalnie. Lokalizacja uprzednio istniejących albo utworzonych walorów turystycznych pociąga za sobą współlokalizację

- nieunikniona jedność miejsca wytwórczości i konsumpcji (typowa dla usług turystycznych świadczonych sposobem tradycyjnym; nie dotyczy usług *e-tourism* i *m-tourism*),
- złożoność rodzajowa (funkcjonalna) terytorialnego produktu turystycznego wymagająca działających w relacji komplementarności wielu dostawców z kilku segmentów usług turystycznych: organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych oraz egzystencjalnych: noclegowych – żywieniowych – towarzyszących wyposażonych w stosowną ku ich świadczeniu infrastrukturę turystyczną.

Za sprawą czynników: determinizmu walorystycznego – szczególnego dla gospodarki turystycznej zjawiska nieuniknionej jedności miejsca produkcji i konsumpcji – oraz złożoności terytorialnego produktu turystycznego, lokalizacja i przestrzenna koncentracja jego składnikowych jednostkowych produktów (usług) turystycznych jest wymuszona lokalizacją walorów turystycznych z ich atrakcjami.

Wobec powyższego, odpowiedź na pytanie o konieczność wystąpienia zjawiska klastra turystycznego jest następująca: gospodarka turystyczna w podprzestrzeni recepcji turystów jest „skazana” na koncentrację przestrzenną w strefie występowania walorów turystycznych.

Z tej przyczyny, zanim jeszcze M.E. Porter propagował koncepcję klastra, tak wówczas jeszcze nie nazwane klastry turystyczne od stuleci powstawały i funkcjonowały. Zaświadcza o tym historia gospodarcza i geografia historyczna obszarów turystycznych. Z trzech przedstawionych działających łącznie przesłanek wynika wnioski, że klastry turystyczne musiały, muszą i będą musiały powstawać oraz istnieć. Można twierdzić, że klastery jest i pozostanie naturalną właściwością i – więcej – atrybutem gospodarki turystycznej³²⁹.

(jedność miejsca) infrastruktury turystycznej, produkcji świadczonych z jej wykorzystaniem detalicznych usług (produktów) turystycznych oraz ich konsumpcji. Koncentracja przestrzenna wytwórczości w przypadku terytorialnego produktu turystycznego jest podobna do lokalizacji produkcji przemysłowej o orientacji surowcowej, związanej z występowaniem masowo eksploatowanego surowca lokalnego (dotyczy to przemysłu wydobywczego i energetycznego zasobów naturalnych oraz przetwórstwa wrażliwych na transport surowców rolniczych). O takiej lokalizacji decyduje albo przymus technologiczny (np. w sytuacji elektrowni wodnej), albo racjonalizacja kosztów transportu w warunkach wykorzystywanej jedynie części masy surowca (np. w przypadku nisko procentowych rud metali) albo utraty pożądaných właściwości wskutek długiego transportu (przypadek buraka cukrowego). Determinizm walorystyczny – uwzględniający ewolucję stanu walorów turystycznych – stanowi klucz do wyjaśniania przebiegu sprzężonych, synchronicznych cykli życia: obszaru turystycznego, klastra turystycznego i terytorialnego produktu turystycznego.

³²⁹ W ocenie autora niniejszej pracy, M.E. Porter przecenia i mitologizuje niezbędność klastra do budowania korzyści przewagi konkurencyjnej jego uczestników. Taka teza Portera znajdowała weryfikację na wcześniejszych etapach rozwoju światowej gospodarki. Dzisiaj i w przyszłości, w dobie postępujących: transparentności rynku (udoskonalania konkurencji), łatwości komunikacji, stale obniżających się kosztów w tym kosztów transportu mobilnych środków

W aspekcie ich konkurencyjności na rynku, relacja: terytorialny produkt turystyczny – wchodzące w jego skład jednostkowe produkty turystyczne jest synergiczna i sprzężona (zwrotna). Ich konkurencyjność wzajemnie się warunkuje (zjawisko samonakręcającej się spirali poziomu konkurencyjności, jak np. w przypadku relacji poziomów konkurencyjności: usługi żeglarskie – terytorialny produkt turystyczny stacji nadmorskiej)³³⁰.

W tym fenomenie zawiera się również odpowiedź warunkowo twierdząca na drugie postawione pytanie o to, czy związana z klastrem koncentracja przestrzenna (współlokalizacja) i płynąca stąd przewaga konkurencyjna mogą przełożyć się na przewagę konkurencyjną jego terytorialnego produktu turystycznego. Dlaczego odpowiedź jest twierdząca, ale warunkowo?

Do skuteczności klastra turystycznego, jako instrumentu budowy konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego, nie wystarcza sama spontaniczna przestrzenna koncentracja przedsiębiorstw najszerzej pojętej wytwórczości zorientowanej na potrzeby turystów (wytwórczości jednostkowych produktów turystycznych składających się na terytorialny produkt turystyczny), wspomagających ją instytucji okołobiznesowych (prywatnych, publicznych – państwowych i samorządowych, społecznych) oraz rozmaitej natury powiązań i strumieni przepływów między nimi wszystkimi.

Warunkiem koniecznym takiej skuteczności klastra rozumianego tak, jak go zdefiniował M.E. Porter (aglomerat niezależnych podmiotów wytwórczych i okołobiznesowych niezwiązanych wspólnym celem działania) do budowy i wzrostu przewagi konkurencyjnej terytorialnego produktu turystycznego niezbędne jest przeprowadzenie klastra z postaci przestrzennego

produkcji, swobody przepływu kapitału, siły roboczej, technologii, innowacji, informacji itd. korzyści podobne do tych wynikających zdaniem Portera z przestrzennej koncentracji wytwórczości można uzyskać – często na korzystniejszych warunkach biznesowych – również w sytuacji wytwórczości przestrzennie rozproszonej. Zdaniem autora niniejszej pracy, takie fakty już obecnie tezę Portera falsyfikują. Jednak o ile w takich zmieniających się globalnych warunkowaniach wytwórczości proces recesji klastra może dotknąć wytwórczość przemysłową i usługową o „swobodnej lokalizacji”, to z racji przedstawionej specyfiki gospodarki turystycznej (głównie determinizmu walorystycznego) o – jak to tutaj wykazano – *ex sua natura* wymuszonej lokalizacji zjawisko klastra z jego konsekwencjami pozostanie atrybutem tej gospodarki.

³³⁰ Warto w tym miejscu przypomnieć, że uwikłana powiązaniami ze swoim otoczeniem biznesowym prowadzona w ramach klastra turystycznego gospodarka turystyczna przysparza korzyści i stymuluje rozwój nie tylko przedsiębiorstw – uczestników klastra, ale i przedsiębiorstw całości gospodarki obszaru czy regionu. Gospodarka turystyczna wpływa na rozwój całości ich gospodarki w ujęciu funkcjonalnym i strukturalnym (wymuszając powstanie i rozwój przedsiębiorstw produktów komplementarnych względem gospodarki turystycznej) i wartościowym, sama czerpiąc korzyści z relacji ze swoim otoczeniem gospodarczym. Wpływ gospodarki turystycznej na rozwój innych sektorów gospodarki oraz ich systemu jako całości jest ujmowany w postaci tzw. turystycznego rachunku satelitarного, obejmującego również efekty ekonomiczne indukowane gospodarką turystyczną. Por. przykłady ekonomicznych modeli systemu gospodarki turystycznej w rozdz. 2.2.2.2.3.2.1. Modele systemu.

aglomeratu (przypadkowego zlepka różnorodnych elementów położonych w jednym miejscu) do postaci przestrzennego konglomeratu (całości będącej celowym połączeniem różnorodnych elementów położonych w jednym miejscu) zorganizowanego wokół wspólnego celu działania jego uczestników. Inaczej mówiąc, konieczna jest zarządcza instytucjonalizacja klastra³³¹.

Powołany organizm – np. w prawnej formie organizacyjnej stowarzyszenia, lokalnej grupy działania (ang. LAC – *Local Action Group*) – może wiązać niezależne prawnie, własnościowo i zarządczo podmioty (prawne i fizyczne) z obszaru występowania terytorialnego produktu turystycznego (obszaru klastra). Dotyczy to zarówno podmiotów o harmonijnych powiązaniach pionowych (o wytwórczości komplementarnej), jak i tych o powiązaniach poziomych (o wytwórczości produktu podobnego w zaspokajanej potrzebie turysty) znajdujących się w warunkach ostrej wzajemnej konkurencji.

Motywy integracji jest realizacja wspólnego celu marketingowego przebiegającego się zwrotnie na cele partykularne (poprzez wzrost konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego w klastrze do wzrostu konkurencyjności jego składowych produktów jednostkowych). Jest to kluczowy argument dla wytwórców turystycznych produktów jednostkowych do zawiązania zinstytucjonalizowanego klastra opartego na terytorialnym produkcie turystycznym i do przystępowania do niego.

*

W konkluzji rozważań nad klastrem turystycznym, oceniając użyteczność koncepcji klastra w gospodarce turystycznej, zarówno przestrzennej jak i usługowej, do budowy konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego i w tego konsekwencji – do tworzenia popytu turystycznego adresowanego do takiego produktu i miejsca jego występowania można stwierdzić, że wynik takiej oceny nie jest jednoznacznie wartościowy, jest ambiwalentny. Oto argumentacja.

Po pierwsze. Tym, co zdaniem M.E. Portera charakteryzuje klastry i jest głównym czynnikiem swobodnego przystępowania gospodarujących pod-

³³¹ Ekonomiczne zagadnienie organizacji i zarządzania zinstytucjonalizowanym klastrem turystycznym ujmowanym w literaturze również jako gospodarka obszaru recepcji turystów (ang. *tourist destination management*), jako wykraczające poza aspekt przestrzenny, a więc i poza przedmiot ekonomiki przestrzeni turystycznej, nie jest w tej pracy rozważane. Kwestia postrzegana nie tylko pod kątem budowania przewagi konkurencyjnej klastra, ale ogólniej – z punktu widzenia racjonalizacji zarządzania jego funkcjonowaniem jest przedmiotem takich publikacji, jak np.: instrukcja UNWTO, 2007, *A Practical Guide to Destination Management*, (organizmem instytucjonalizacji klastra jest tutaj Organizacja Zarządzania Obszarem Recepcji Turystów; ang. *Destination Management Organisation, DMO*; UNWTO, 2007, s. 14), interesująca problemowo i metodologicznie praca M. Manente (2008; główna idea pracy: koncepcja systemu monitoringu i zarządzania gospodarką obszaru recepcji) oraz publikacje G. Candela i P. Figini (2010, 2012).

miotów do takiej współlokalizacji są nadzwyczajne z tego tytułu korzyści (tzw. korzyści zewnętrzne) przedsiębiorstwa. Jest to teza nie do utrzymania w zastosowaniu do specyficznej gospodarki turystycznej. Jest tak dlatego, że decyzja przedsiębiorcy (usługodawcy) turystycznego o wyborze nie tylko lokalizacji, ale i współlokalizacji (koncentracji przestrzennej) dla jego działalności gospodarczej nie jest ani swobodna, ani powodowana głównie czynnikiem spodziewanych korzyści (tzw. zewnętrznych) związanych ze współlokalizacją.

Jak to wykazano, lokalizacja i konsekwentnie współlokalizacja (koncentracja przestrzenna) turystycznej działalności gospodarczej jest wymuszona działającym bezwzględnie determinizmem walorystycznym. To lokalizacja waloru turystycznego w połączeniu ze specyficznym dla gospodarki turystycznej fenomenem zarazem wytwarzania i konsumpcji produktu turystycznego w miejscu występowania waloru turystycznego wymusza lokalizację i współlokalizację usług turystycznych zaspokajających pełne *in situ* spektrum potrzeb turysty. Zatem, nie korzyści zewnętrzne są zasadniczym czynnikiem lokalizacji i przestrzennej koncentracji turystycznej działalności gospodarczej – „założycielskim” czynnikiem powstania klastra turystycznego.

Po drugie, korzyści aglomeracji są w przypadku gospodarki turystycznej wątpliwe, niewielkie, by nie rzec iluzoryczne. W sytuacji przedsiębiorstw znajdujących się wzajemnie w układzie poziomym – konkurencji, zwłaszcza w warunkach ograniczonego popytu turystycznego, straty z tytułu współwystępowania (dzielenie się rynkiem, popytem adresowanym do obszaru turystycznego) zdecydowanie przewyższają ewentualne korzyści koncentracyjne. Korzyściami mogą być: *benchmarking* mający częstokroć charakter kryminalny (np. w sytuacji prawnie karalnych sposobów zdobywania tajemnic konkurentów z obrębu ich strategii *marketing mix*) albo wspomagane instytucjami publicznymi współdziałanie marketingowe sprowadzające się zaledwie do promowania wspólnego terytorialnego produktu turystycznego.

W sytuacji skoncentrowanych przestrzennie przedsiębiorstw znajdujących się w układzie pionowym – ich komplementarność, występują korzyści synergii wytwórczej i handlowej (w ramach wspólnego terytorialnego produktu turystycznego), ale – jak to już tutaj stwierdzono – są one rezultatem nie tyle swobodnego wyboru lokalizacji, a „naturalnego” w sytuacji gospodarki turystycznej walorystycznego przymusu lokalizacyjnego.

Zatem, zarówno konkurujące, jak i komplementarne przedsiębiorstwa turystyczne są skazane na klastrową współlokalizację bez względu na ewentualne z tego tytułu uzyskiwane korzyści czy ponoszone straty. Taki mechanizm spoczywa u genezy i rozwoju wszelkich obszarów i miejscowości turystycznych oraz – na terytorialnym poziomie miejscowym – wielofunkcyjnych zespołów obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi (tzw. miniklastrów turystycznych).

6. Bilans równowagi: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni turystycznej – fundamentalny problem ekonomiki przestrzeni turystycznej

Rozdział niniejszy zamyka prezentację zarysu teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej rozważeniem jej fundamentalnego problemu – bilansu równowagi w przestrzeni turystycznej: popyt turystyczny – podaż turystyczna. Taki bilans równowagi ustanawia się w toku planowania turystycznego w odniesieniu do podprzestrzeni turystycznej zaspokajania pełni funkcjonalnych typów potrzeb turystów (organizacji podróży, transportowych, motywacyjnych, egzystencjalnych), jaką jest operacyjna – tzn. dająca się kreować i kształtować (planować i projektować) podprzestrzeń recepcji turystów na terytorialnym poziomie obszaru turystycznego.

Jak stwierdzono we wprowadzeniu do niniejszej pracy, ekonomiczne podejście bilansowe pozwala w planowaniu i projektowaniu przestrzeni obszaru turystycznego wyjść poza właściwe tradycyjnej urbanistyce ułomne metodologicznie jednostronne podejście podażowe. Pozwala ono, z uwagi na cel planowania, jakim jest najlepsze zaspokojenie potrzeb turystów w respekcie dla zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru, kształtować w takiej przestrzeni nie tylko podaż turystyczną i popyt turystyczny, ale – co istotniejsze – równoważyć je w tej przestrzeni.

Sprowadzenie bilansu obecnych w przestrzeni obszaru turystycznego elementów reprezentujących podaż turystyczną: walorów turystycznych z ich atrakcjami i obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi oraz reprezentujących popyt turystyczny: turystów z ich potrzebami do stanu równowagi, oznacza równowagę tej przestrzeni w aspektach: jej systemu (relacji funkcjonalnych), jej struktury (relacji przestrzennych) i jej ewolucji (trwałej równowagi jej systemu i struktury, inaczej – jej trwałej równowagi funkcjonalno-przestrzennej).

W ekonomice przestrzeni turystycznej ustalenie bilansu równowagi obecnych w przestrzeni obszaru turystycznego elementów podaży i popytu turystycznego nie ogranicza się jedynie – tak, jak to jest w przypadku ekonomiki

usług turystycznych – do aspektu ilościowego (bilansowanie ilościowe). Dotyczy bowiem ono również aspektu jakościowego (bilansowanie w relacjach funkcjonalnych i przestrzennych) i czasowego (bilansowanie ilościowe i jakościowe w czasie). Bilans równowagi jakościowej elementów rozumie się tutaj jako ich harmonię (zgodność) funkcjonalną i przestrzenną, tzn. jako ład przestrzenny.

Omówione zostaną kryteria optymalizacji takiego bilansu oraz jej instrumenty, do których zalicza się instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego oraz instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego. W swej metodologicznej genezie instrumenty te są ekonomiczne, planistyczne i prawne.

Pracę wieńczy propozycja procedury ustalenia bilansu równowagi przestrzeni turystycznej w postaci modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów. Fenomen wewnętrznej integracji składników modelu dotyczy trzech rodzajów relacji. Model integruje:

- wzajemnie, turystyczne: plany (regionu i obszaru) i projekt miejscowy (turystycznego obiektu inwestycyjnego),
- turystyczne plany i projekty z planami przestrzennymi ogólnymi,
- czynności aktorów publicznych i prywatnych.

6.1. KRYTERIA OPTIMALIZACJI BILANSU W PODPRZESTRZENI RECEPCJI TURYSTÓW

Problem kryteriów optymalizacji bilansu: podaż turystyczna – popyt turystyczny w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów zostanie rozważony w odniesieniu do obszaru turystycznego – terytorialnej jednostki tej podprzestrzeni planistycznie najbardziej złożonej i pełnej.

Warunkiem uzyskania planu przestrzeni obszaru turystycznego znajdującej się w stanie równowagi występujących w niej składników popytu turystycznego i podaży turystycznej jest respekt dla trzech kryteriów, a mianowicie: determinizmu walorystycznego, rozwoju zrównoważonego oraz rozwoju trwałego gospodarki turystycznej. Rozwój zrównoważony oznacza tutaj respekt dla przestrzennego ładu obszaru turystycznego (dla systemu i struktury jego przestrzeni), rozwój trwały – dla trwale harmonijnej ewolucji takiego ładu.

6.1.1. DETERMINIZM WALORYSTYCZNY

By przypomnieć: teoria determinizmu walorystycznego głosi, że w sytuacji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów (w tym obszarze turystycznego) obydwie strony bilansu w tej podprzestrzeni: zarówno oferowana przez gospodarkę turystyczną podaż turystyczna (obejmująca świadczenie walorów turystycznych z ich atrakcjami oraz zespół usług turystycznych – terytorialny produkt turystyczny) – bezpośrednio, jak i adresowany do tego obszaru popyt turystyczny (turyści z ich potrzebami) – pośrednio są w ich genezie i ewolucji, w aspektach systemowych (funkcjonalnych) i funkcjonalno-przestrzennych (strukturalnych) determinowane w stopniu dominującym istnieniem, położeniem, właściwościami i zmianami stanu występujących w tej podprzestrzeni walorów turystycznych³³².

Dowodem na potrzebę respektu dla postulatu determinizmu walorystycznego, dla przemożnej roli walorów turystycznych w kreowaniu i kształtowaniu przestrzeni turystycznej jest scenariusz procesu powstania i ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego. Z uwagi na stopień racjonalizacji takiego procesu możliwe są dwa rodzaje scenariusza, a mianowicie:

- scenariusz I spontaniczny: bez racjonalizacji gospodarowania przestrzenią turystyczną (bez planowania turystycznego) i racjonalizacji gospodarowania w tej przestrzeni (bez racjonalizacji usług turystycznych) oraz
- scenariusz II zrationalizowany: z racjonalizacją gospodarki turystycznej obszaru w zakresie turystycznych: przestrzeni i usług. Scenariusz ten może wystąpić w dwóch wariantach:
 - II.1: scenariusz zrationalizowany w późnej części cyklu ewolucji (zrationalizowany częściowo),
 - II.2: scenariusz zrationalizowany w całości takiego cyklu (zrationalizowany w pełni). Scenariusz w pełni zrationalizowany może dotyczyć dwóch jego odmian, zależnie od genetycznego charakteru walorów turystycznych:
 - odmiana II.2.a z walorami turystycznymi zastanymi,
 - odmiana II.2.b z walorami turystycznymi stworzonymi *ex nihilo*.

Odpowiadające scenariuszom ewolucji schematy sekwencji chronologicznej momentów pojawienia się w tej przestrzeni elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego oraz pojawienia się wobec przestrzeni obszaru turystycznego interwencji planowania turystycznego są następujące:

³³² Szerzej determinizm walorystyczny został omówiony w rozdz. 5.2.2. Determinizm walorystyczny – naczelną zasadą metodologii gospodarki turystycznej.

- I. Scenariusz spontaniczny (bez interwencji planowania) w całym przebiegu cyklu: $WT(z AT) \rightarrow T \rightarrow IT(z UT)$
- II. Scenariusz zrationalizowany (z interwencją planowania; z możliwą optymalizacją):
 - II.1 wariant pierwszy – z racjonalizacją w późnej części cyklu³³³:
 $WT(z AT) \rightarrow T \rightarrow IT(z UT) \rightarrow PLT$
 - II.2 wariant drugi – z racjonalizacją w całości cyklu:
 $PLT \rightarrow WT(z AT) \rightarrow IT(z UT) \rightarrow T$
 w dwu jego odmianach:
 - II.2.a – z walorami turystycznymi zastanymi³³⁴:
 $PLT \rightarrow WTz(z AT) \rightarrow IT(z UT) \rightarrow T$
 - II.2.b – z walorami turystycznymi stworzonymi *ex nihilo*:
 $PLT \rightarrow WTs(z AT) \rightarrow IT(z UT) \rightarrow T$

gdzie: WT – walory turystyczne; WTz – walory turystyczne zastane, WTs – walory turystyczne stworzone; AT – atrakcje turystyczne (funkcje walorów turystycznych); IT – obiekty infrastruktury turystycznej; UT – usługi turystyczne; T – turyści; PLT – planowanie turystyczne.

Racjonalizacja ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego odnosi się do ewolucji systemu i struktury tej przestrzeni. Ma ona na celu wprowadzenie neutralnej wartościowo w jej skutkach ewolucji przestrzeni obszaru na ścieżkę ewolucji w jej skutkach doskonalszej, dla człowieka bardziej korzystnej, a przez to przezeń pożądaney, tj. na ścieżkę rozwoju³³⁵.

Jak z powyższego łatwo zauważyć, zawsze, niezależnie od rodzaju scenariusza ewolucyjnego i jego wariantu, nieodzownym egzystencjalnie i chronologicznie inicjalnym elementem potencjalnego obszaru turystycznego jest składnik podaży turystycznej – walory turystyczne z ich atrakcjami. Nie jest możliwa żadna postać obecności w obszarze turystycznym turystów i gospodarki turystycznej bez istnienia tej egzystencjalnej racji dla ich obecności – walorów turystycznych. Gdy ich w określonym miejscu brak, a są ku temu racjonalne przesłanki by to uczynić, należy je w tym miejscu stworzyć³³⁶.

³³³ To scenariusz w modelu ewolucji regionu turystycznego J.-M. Miosseca (1976, 1977).

³³⁴ To scenariusz w modelu ewolucji obszaru turystycznego R.W. Butlera (1980).

³³⁵ Dla przypomnienia: rozwój to zmiany (ewolucja) stanu przedmiotu ku stanowi doskonalszemu. Jeżeli przedmiot jest dobrem (tzn. czymś, co jest dla człowieka korzystne i przezeń pożyteczne), a takim dobrem jest stan systemu i struktury przestrzeni turystycznej, to racjonalizacja ewolucji ich stanu ku stanowi doskonalszemu jest ich rozwojem, rozwojem przestrzeni turystycznej.

³³⁶ Por. poświęcony walorom turystycznym rozdz. 5.2.3.4.1.2. Tworzenie.

6.1.2. ZRÓWNOWAŻONY I TRWAŁY ROZWÓJ GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

Przez zrównoważenie rozwoju gospodarki obszaru turystycznego w jego przestrzeni należy rozumieć rozwój jej stanu w aspekcie systemowym (funkcjonalnym) i strukturalnym (przestrzennym). W bilansie równowagi popytu turystycznego – podaż turystyczna w przestrzeni obszaru turystycznego wyraża się on w rozwoju funkcjonalno-przestrzennej struktury elementów podaży turystycznej (walory turystyczne z ich atrakcjami i obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi) oraz elementu popytu turystycznego – turystów z ich potrzebami.

Przez trwałość rozwoju gospodarki obszaru turystycznego w jej przestrzeni należy rozumieć jej wieloletni (najlepiej – sekularny) rozwój warunkowany utrzymującym się korzystnym stanem walorów turystycznych³³⁷.

Czynniki ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego są natury egzo- i endogennej. Egzogenne w swej genezie czynniki ewolucyjnych zmian przestrzeni obszaru turystycznego, jak np. globalne przyrodnicze procesy sekularne i czynniki antropogenne – regulacje prawne i administracyjne na poziomie krajowym oraz egzogenne w ich genezie czynniki rewolucyjnego procesu takich zmian, jak np. kataklizmy przyrodnicze (trzęsienia ziemi etc.) i antropogenne (epidemie, wojny, napięcia społeczne, terroryzm itp.) znajdują się poza możliwościami bezpośredniego, a często i pośredniego wpływu na nie aktorów planowania przestrzeni obszaru oraz prowadzenia w niej gospodarki turystycznej.

Natomiast genetycznie endogenne czynniki ewolucji takiej przestrzeni, jakimi są głównie występujące w niej walory turystyczne z ich atrakcjami oraz obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi poddają się działaniu instrumentów kreowania i kształtowania rozwoju przestrzeni obszaru turystycznego. Do takich instrumentów należą: planowanie i projektowanie przestrzenne (domena ekonomiki prze-

³³⁷ Obecne w literaturze koncepcje trwałego rozwoju gospodarki turystycznej (ang. *sustainable tourism*) poddał krytycznej analizie Zhenhua Liu, 2003. W rezultacie stwierdzonych przezeń zasadniczych słabości takich koncepcji zgłosił on – zdaniem autora niniejszej pracy kontrowersyjne – rekomendacje dla nauki i praktyki mające według niego sprzyjać właściwemu rozwiązaniu problemu trwałego rozwoju tej gospodarki. Oto one: zadaniem gospodarującego człowieka nie jest limitowanie wzrostu, ale zarządzanie nim z uwzględnieniem turystów, środowiska geograficznego i autochtonów; pilną potrzebą ku temu jest rozwijanie polityki i środków nie tylko teoretycznych, ale zarazem praktycznie stosowalnych; istnieje konieczność podejścia systemowego, a zarazem interdyscyplinarnego, Zhenhua Liu, 2003, *Sustainable Tourism Development: A Critique*, „Journal of Sustainable Tourism”, vol. 11, No. 6, 2003, pp. 459-475.

strzeni turystycznej), stanowienie miejscowego prawa w zakresie gospodarki przestrzeni (domena władz samorządowych), inwestycyjna realizacja planów i projektów oraz świadczenie usług turystycznych (domena ekonomiki usług turystycznych).

Między równowagą a trwałością gospodarki turystycznej w jej ewolucji w przestrzeni obszaru turystycznego zachodzi wyraźna dodatnia korelacja. Brak równowagi tej gospodarki oznacza zarazem brak jej trwałości. Ujmując sprawę lapidarnie: konstytutywnym i antecendentnym (uprzedzającym) warunkiem trwałego rozwoju gospodarki jest jej rozwój zrównoważony.

Stan przestrzeni turystycznej ma w kształtowaniu tej relacji swój istotny udział. Równowaga obecnych w przestrzeni obszaru turystycznego elementów stron bilansu dotyczy ich relacji w długim okresie: funkcjonalnych (harmonia, neutralność i kolizja w zakresie rodzajowym, jakościowym, ilościowym) oraz przestrzennych (zgodne w funkcjach wzajemne położenie w przestrzeni turystycznej – współwystępowanie, sąsiedztwo, niedopuszczalność obydwu). Inaczej – dopasowanie występujących w przestrzeni obszaru turystycznego elementów turystycznej podaży i turystycznego popytu odnosi się do systemu, struktury i ewolucji tej przestrzeni.

Szczególnie istotny w skutkach jest brak takiej równowagi w sytuacji nadwagi liczby turystów po stronie popytowej, co rodzi nadmierną presję na walory turystyczne ze strony turystów i – konsekwentnie – obsługującej ich gospodarki turystycznej. Taka presja prowadzi do niepożądanych zmian stanu walorów, co wyraża się poprzez pogorszenie i ostatecznie zanik ich atrakcyjności, a nawet użyteczności, co jest równoznaczne z unicestwieniem walorów i konsekwentnym wobec takich zmian odpowiednio zmniejszeniem i zanikiem frekwencji turystów w obszarze turystycznym.

Skutkiem takich zmian stanu walorów turystycznych są wykraczające poza same walory zaburzenia systemu (dysfunkcja) i struktury funkcjonalno-przestrzennej (bezład przestrzenny) przestrzeni takiego obszaru z niekorzystnymi następstwami w ewolucji tej przestrzeni i obecnej w niej gospodarki turystycznej. Ekstremalnym skutkiem takich zaburzeń – co jasno potwierdzają przykłady obserwacyjne i wszystkie znane teorie ewolucji przestrzeni turystycznej – jest upadek gospodarki turystycznej obszaru.

Można z tego wnosić, że trwały zrównoważony bilans: podaż turystyczna – popyt turystyczny w przestrzeni obszaru turystycznego uczestniczy w zorientowanym na cele rozwojowe: społeczne, ekonomiczne i ekologiczne kształtowaniu trwałej, długookresowej, ogólnej: funkcjonalnej i przestrzennej równowagi rozwoju całości gospodarki w przestrzeni obszaru turystycznego, równowagi wykraczającej – z uwagi na jej uwikłanie systemowe (uwzględniane np. w tzw. rachunku satelitarnym gospodarki turystycznej) – poza samą jej gospodarkę turystyczną.

W konkluzji rozważań nad kryteriami optymalizacji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów łatwo spostrzec, że wszystkie trzy kryteria optymalizacji przestrzeni obszaru turystycznego: determinizm walorystyczny, zrównoważony i trwały rozwój gospodarki turystycznej są ze sobą ściśle powiązane. Trudno realizować postulat respektu dla poszczególnego kryterium optymalizacji tej podprzestrzeni w oderwaniu od respektu dla kryteriów pozostałych. Jednak pośród nich, kryterium determinizmu walorystycznego jest najważniejsze. Niemożliwy bowiem jest zrównoważony (tzn. w warunkach ładu przestrzennego) i trwały rozwój gospodarki obszaru turystycznego bez respektu dla tej naczelnej zasady metodologii całości gospodarki turystycznej.

6.2. INSTRUMENTY USTALENIA BILANSU RÓWNOWAGI W PRZESTRZENI OBSZARU TURYSTYCZNEGO

Do instrumentów ustalenia bilansu równowagi w przestrzeni obszaru turystycznego należą: instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji systemu i struktury jego przestrzeni oraz instrumenty ustalenia w niej trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji tej przestrzeni.

Instrumenty takiej optymalizacji znajdują swe źródło w różnych dyscyplinach nauki i praktyki, głównie zaś w urbanistyce (instrumenty planistyczne), ekonomii (instrumenty ekonomiczne) oraz prawie (instrumenty prawne). Instrumenty prawne, wspólne w obydwu przypadkach optymalizacji, zostaną omówione w osobnym, poświęconym im rozdziale.

6.2.1. INSTRUMENTY USTALENIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ – OPTIMALIZACJI SYSTEMU I STRUKTURY PRZESTRZENI OBSZARU TURYSTYCZNEGO

Instrumentami optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego są instrumenty planistyczne oraz przedstawione w rozdz. 6.2.3 instrumenty prawne.

6.2.1.1. INSTRUMENTY PLANISTYCZNE

Planistyczne instrumenty ustalenia zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej dotyczą metod optymalizacji systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego.

6.2.1.1.1. Metody optymalizacji systemu

Należą tutaj: metoda analizy macierzy harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych oraz metoda analizy macierzy korelacji ocen relacji funkcjonalnych i przestrzennych takich funkcji.

„Wiadomym i raczej powszechnym jest, że nigdzie funkcja turystyczna nie jest i nie może być jedyną funkcją społeczno-gospodarczą większego obszaru. Wynika to przede wszystkim ze zróżnicowania potrzeb społecznych i gospodarczych, jakie muszą być przez dany obszar zaspokojone (także w związku z funkcją turystyczną – przypis S.S.). W związku z tym, wszelkie rozwiązania monofunkcyjne, np. jedynie użytkowanie turystyczne (...) są nierealne i nieracjonalne. Twierdząc, że funkcja turystyczna powinna stanowić główną funkcję obszaru, należy przez to rozumieć takie rozwiązanie funkcjonalne, które będzie miało charakter wariantu mieszanego z dominantą funkcji turystycznej (...)”³³⁸.

Harmonia, kolizja i neutralność funkcji turystycznych są zmienne w czasie. Tworząc system funkcjonalny podprzestrzeni recepcji turystów są one – tak jak on sam – przedmiotem ewolucji³³⁹.

Punktem wyjścia postępowania jest analiza macierzy harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych³⁴⁰. Zmiany w czasie polegają tutaj na trwałym lub okresowym powstawaniu i zaniku harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych. W przypadku kolizji, np. wskutek cykliczności pewnych procesów fenologicznych i „fizjologicznych świata roślinnego i zwierzęcego wymagających szczególnej ochrony (np. ochrona tarlisk ryb w okresie rozrodczym, ochrona ostoi ptactwa w okresie godowo-lęgowym).”³⁴¹

Metoda analizy macierzy harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych ma na celu ustalenie najkorzystniejszego systemu – swoistego

³³⁸ S.S. Szadziński, 1984, s. 87-88.

³³⁹ Por. rozważania nt. geograficznych teorii przestrzeni turystycznej poświęcone modelom ewolucji (rozdz. 2.2.2.2.2.3.2.3. Modele ewolucji).

³⁴⁰ Jak to stwierdzono przy okazji prezentacji geograficznych modeli systemu przestrzeni turystycznej (rozdz. 2.2.2.2.2.3.2.1. Modele systemu), metoda analizy macierzy harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych, o dużo korzystniejszej ekonomii pracy badawczej (stosunku: nakłady – efekty) w porównaniu z nadmiernie rozbudowanymi modelami systemu gospodarki turystycznej określonego terytorium została z dobrym skutkiem zastosowana przez S.S. Szadzińskiego (1984).

³⁴¹ S.S. Szadziński, 1984, s. 89.

modus vivendi – funkcji turystycznych w rodzinie społeczno-gospodarczych funkcji regionu turystycznego i obszaru turystycznego, mającego swe konsekwencje w optymalizacji ich struktury funkcjonalno-przestrzennej. Kryteria oceny wartości relacji funkcji zostały wyprowadzone w oparciu o liczne w literaturze światowej publikacje referujące wyniki obserwacji turystycznych regionów i obszarów.

Symulowaną macierz wewnętrznych i zewnętrznych relacji harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów przedstawiono w tab. 1.

Tabela 1. Macierz symulowana wewnętrznych i zewnętrznych relacji harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów

FUNKCJE TURYSTYCZNE	FUNKCJE TURYSTYCZNE					POZATURYSTYCZNE FUNKCJE SPOŁECZNO-GOSPODARCZE			
		FT ₁	FT ₂	FT ₃	FT _n	FPT ₁	FPT ₂	FPT ₃	FPT _k
FUNKCJE TURYSTYCZNE	FT ₁	x	+	-	0	+	+	0	-
	FT ₂	+	x	0	-	-	0	-	+
	FT ₃	-	0	x	+	0	-	+	0
	FT _n	0	-	+	x	-	0	+	+
	RELACJE WEWNĘTRZNE FUNKCJI TURYSTYCZNYCH					RELACJE ZEWNĘTRZNE FUNKCJI TURYSTYCZNYCH			

FT_{1-n} – funkcja turystyczna 1 – n; FPT_{1-k} – pozaturystyczna funkcja społeczno-gospodarcza 1–k. Ocena relacji: „+” – harmonia, „-” – kolizja, „0” – neutralność, „x” – tożsamość funkcji

W odniesieniu do wewnętrznych relacji pomiędzy samymi funkcjami turystycznymi należy stwierdzić, że kolizje są możliwe pomiędzy funkcjami o sprzecznym ze względu na motywacyjne potrzeby turystów i ochronę walorów turystycznych modelu użytkowania przestrzeni turystycznej.

Takimi motywacyjnymi potrzebami turystów sprzężonymi z potrzebami ochronny walorów turystycznych mogą być np. potrzeba ciszy, spokoju (ograniczonej liczby i przestrzennej mobilności turystów w kontekście stresu społecznego), harmonii estetycznego krajobrazu przyrodniczego i kulturowego, czystości powietrza i wody.

Z takich powodów, przykładowo, nie do pogodzenia są funkcje: obozowiskowego wypoczynku młodzieży z funkcją uzdrowiskową, mobilności wypoczywających turystów w miejscach urządzonych dla wędkarstwa, funkcji wypoczynkowej z funkcją poznawczą na obszarach cennych przyrodniczo (np. w parkach narodowych), amatorskich obserwacji przyrody (np. fotosafari) z funkcją masowego wypoczynku itp.

Co do zasady, harmonia funkcji turystycznych w ich relacjach zewnętrznych powinna zachodzić zawsze w ich stosunku z funkcją ochrony środowiska geograficznego: przyrodniczego i kulturowego (z funkcją ekologiczną i kulturową). Jest to oczywiste jeżeli zważyć, że to środowisko jest ilościowo najpoważniejszym generatorem materialnych i niematerialnych (zbiorowych) walorów turystycznych (walory wypoczynkowe, poznawcze i emocjonalne). Drugim takim generatorem jest środowisko kultury niematerialnej z turystycznymi walorami emocjonalnymi: kulturalnymi, religijnymi i sportowymi.

Często harmonia w zewnętrznych relacjach funkcji turystycznych jest możliwa w odniesieniu do takich funkcji społeczno-gospodarczych, jak np. leśnictwo i pewne „miękkie” środowiskowo funkcje rolnicze.

Polem najczęstszych kolizji w zewnętrznych relacjach funkcji turystycznych jest ich relacja z „twardymi” (uciążliwymi i szkodliwymi) ekologicznie funkcjami, jak np. przemysłową, osadniczą, transportową, militarną. Relacja neutralności wobec funkcji turystycznych dotyczyć może tych samych funkcji, o ile występują one w wariancie ekologicznie „miękkim” (łagodnym dla środowiska geograficznego i gospodarki turystycznej).

Przeniesienie ustaleń w zakresie oceny funkcjonalnych relacji harmonii i kolizji funkcji turystycznych na grunt relacji przestrzennych tych funkcji owocuje macierzą symulowaną korelacji ocen relacji funkcjonalnych (systemowych) i przestrzennych takich funkcji (tab. 2).

Tabela 2. Macierz symulowana korelacji ocen relacji funkcjonalnych (systemowych) i przestrzennych turystycznych funkcji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów, gdzie: „+” – relacja zgodna, „-” – relacja niezgodna

OCENA RELACJI FUNKCJONALNYCH	OCENA RELACJI PRZESTRZENNYCH		
	współwystępowanie	sąsiedztwo	wykluczone współwystępowanie i sąsiedztwo
Harmonia	+	+	-
Neutralność	+	+	-
Kolizja	-	-	+

Wnioski z przedstawionej macierzy są następujące:

- harmonia i neutralność funkcji przyzwala na ich współwystępowanie i sąsiedztwo w przestrzeni turystycznej,
- kolizja funkcji wyklucza zarówno ich współwystępowanie, jak i sąsiedztwo.

Ujmując rzecz z pozycji inżyniera – planisty przestrzeni turystycznej można stwierdzić, że optymalizowanie bilansu w operacyjnej podprzestrzeni

repcji turystów w planie turystycznym sprowadza się do unikania w systemie i w strukturze tej podprzestrzeni kolizji funkcji turystycznych z jednej i ustanawiania ich harmonii lub neutralności – z drugiej strony. Macierz ocen należy już do zespołu metod optymalizacji struktury przestrzeni obszaru turystycznego, w tym przypadku – ze względu na pożądany system relacji funkcji turystycznych obszaru.

6.2.1.1.2. Metoda optymalizacji struktury

Odzwierciedleniem pożądanej funkcjonalno-przestrzennej struktury przestrzeni geograficznej jest jej ład przestrzenny.

Ład przestrzenny – to podlegający zmianom w czasie stan przestrzeni geograficznej wyrażający się w harmonijnym (funkcjonalnie bezkolizyjnym) i korzystnie dla człowieka produktywnym rozmieszczeniu w tej przestrzeni antropogennych elementów środowiska geograficznego, w tym obiektów infrastruktury funkcji: społecznych, ekonomicznych i ekologicznych stwarzających łącznie warunki do zaspokojenia pełni warunkowanych zasobami środowiska geograficznego potrzeb człowieka.

W przypadku przestrzeni obszaru turystycznego, jej ład przestrzenny:

- nie jest wartością samą w sobie, a stanem przestrzeni obszaru turystycznego ocenianym ze względu na wieloaspektowy interes: turysty, społeczności lokalnej i aktorów gospodarki, w tym turystycznej,
- podlega zmianom w czasie,
- stanowi wyraz: z jednej strony – harmonii w zespole funkcji społeczno – gospodarczych obszaru (w tym funkcji turystycznych) a z drugiej – bilansu równowagi w jego przestrzeni elementów reprezentujących popyt turystyczny i podaż turystyczną.

Ustalenie w przestrzeni obszaru turystycznego bilansu równowagi występujących w nim elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego dotyczy: po stronie podaży turystycznej – walorów turystycznych z ich atrakcjami (funkcjami) i obiektów infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi, a po stronie popytu turystycznego – turystów z ich potrzebami.

Ustalenie takiego bilansu wymaga więc – poza uprzednim ustanowieniem harmonijnego systemu wewnętrznych i zewnętrznych relacji funkcji turystycznych – optymalizacji funkcjonalno-przestrzennej struktury takiej przestrzeni.

Metodą optymalizacji struktury przestrzeni obszaru turystycznego – obok metody opartej na ocenie relacji jego funkcji turystycznych – jest metoda analizy triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń występujących w tej przestrzeni elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego.

Odkrycie tak prostego, a zarazem wartościowego metodologicznie instrumentu było możliwe dzięki inspiracji z pracy Olafa Rogalewskiego (1974). Sformułowana przez niego idea – jak ją określił – „sprzężeń przestrzennych w turystyce”³⁴² stanowi jedno z fundamentalnych osiągnięć teorii oraz inżynierii gospodarowania przestrzenią turystyczną. Osiągnięcie niedocenione i niezauważone w literaturze naukowej.

Podjmując ideę O. Rogalewskiego należy pominąć pewne – w rozumieniu teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej i jak się okazuje li tylko formalne – jej mankamenty nomenklaturowe, takie np. jak to, że gospodarka turystyczna jest zwana przez O. Rogalewskiego turystyką, a przymiotem sprzężeń jest tylko to, że są „przestrzenne”. Można to bagatelizować w sytuacji, gdy omawiając kwestię sprzężeń (O. Rogalewski, 1974, s. 8-11) autor ów przez turystykę rozumie jednak gospodarkę turystyczną, a sprzężenia są nie tylko przestrzenne, ale *de facto* i funkcjonalne (por. przytoczone poniżej przykłady z pracy O. Rogalewskiego).

O. Rogalewski zawęził fenomen sprzężeń pomiędzy walorami turystycznymi, infrastrukturą turystyczną i turystami do stosunkowo niewielkiej, ograniczonej liczby wybranych relacji. Oto przytoczone przez niego przykłady takich sprzężeń (nomenklatura autora niniejszej pracy):

- długość okresu wyjazdu – odległość przestrzennego celu wyjazdu. Teza: im dłuższy okres, tym bardziej odległy cel przestrzenny podróży,
- rodzaj funkcjonalny waloru turystycznego – rodzaj mobilności przestrzennej turysty w okresie wyjazdu. Teza: walory wypoczynkowe – pobyt w jednym miejscu, walory krajoznawcze – wędrówka,
- rodzaj mobilności przestrzennej turysty w okresie wyjazdu – charakter środka transportu. Teza: pobyt – pociąg i samolot; wędrówka – w zależności od genetycznego charakteru walorów turystycznych: w przypadku walorów kultury materialnej (szlaki kulturowe) – auto-kar i samochód osobowy, w przypadku walorów przyrodniczych (szlaki przyrodnicze) – poruszanie się piesze, rower, kajak, narty,
- rodzaj funkcjonalny walorów turystycznych i rodzaj mobilności przestrzennej turysty w okresie wyjazdu a struktura funkcjonalna i przestrzenna obiektów infrastruktury turystycznej. Tezy:
 - 1) walory wypoczynkowe – pobyt turysty – organizacja wyspecjalizowanych turystycznych jednostek osadniczych – miejscowości wypoczynkowych, które „stanowią odrębny typ osiedli nie tylko pod względem funkcji, lecz także pod względem charakteru zabudowy i form użytkowania terenu”³⁴³.

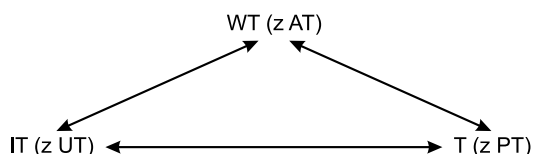
³⁴² O. Rogalewski, 1974, s. 8.

³⁴³ O. Rogalewski, 1974, s. 10.

- 2) walory krajoznawcze – wędrówka – infrastruktura turystyczna ograniczonej skali funkcjonalnej, ilościowej i przestrzennej, głównie i jedynie „obiekty noclegowo-żywnieniowe, często bardzo proste (schroniska, stacje wodne, kempingi).”³⁴⁴
- okres aktywności turystycznej waloru turystycznego – przystosowanie eksploatacyjne obiektów infrastruktury turystycznej. Teza: walory turystyczne (z różnych przyczyn) okresowe – obiekty infrastruktury przystosowane wyłącznie do eksploatacji sezonowej; walory turystyczne całoroczne – obiekty infrastruktury przystosowane do eksploatacji całorocznej.

Niezwykle nośna metodologicznie dla ekonomiki przestrzeni turystycznej idea O. Rogalewskiego „sprzężeń przestrzennych w turystyce” w zupełności nadawała się do tego, by ją udoskonalać i rozwijać. By ją interpretować metodologicznie w dużo szerszym aniżeli wyjściowy planie systemowym (funkcjonalnym) i strukturalnym (przestrzennym).

Oto propozycja w tym względzie autora niniejszej pracy w postaci „**metody analizy triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń elementów podaży turystycznej i popytu turystycznego w przestrzeni obszaru turystycznego**”. Model triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń elementów podaży i popytowych w przestrzeni obszaru turystycznego przedstawiono na ryc. 13.



WT – walory turystyczne, AT – atrakcje turystyczne (funkcje walorów turystycznych), IT – obiekty infrastruktury turystycznej, UT – usługi turystyczne, T – turyści, PT – potrzeby turystów

Ryc. 13. Model triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń elementów podaży i popytowych w przestrzeni obszaru turystycznego

W przedstawionym modelu uczestniczą trzy występujące w przestrzeni obszaru turystycznego elementy: walory turystyczne i obiekty infrastruktury turystycznej (łącznie zasoby turystyczne) oraz turyści, wraz z powiązaniem z takimi składnikami ich właściwościami funkcjonalnymi, odpowiednio: atrakcjami turystycznymi (funkcjami walorów turystycznych), usługami turystycznymi (świadczonymi w obiektach infrastruktury turystycznej) i potrzebami turystów.

³⁴⁴ O. Rogalewski, 1974, s. 11.

Dwa spośród wymienionych trzech turystycznych elementów: walory turystyczne z ich atrakcjami turystycznymi oraz obiekty infrastruktury turystycznej ze świadczonymi w nich usługami turystycznymi reprezentują podaż turystyczną obszaru turystycznego czyli jego terytorialny produkt turystyczny tak, jak jest on rozumiany w ekonomice przestrzeni turystycznej³⁴⁵. Trzeci ze składników – turyści z ich potrzebami reprezentuje popyt turystyczny adresowany do takiego produktu i obszaru jego występowania.

Relacje zachodzące pomiędzy elementami (z ich właściwościami funkcjonalnymi) mają charakter sprzężeń co oznacza, że oddziałują na siebie wzajemnie. Układ takich powiązań stanowi triadę sprzężeń. Sprzężenia w triadzie dotyczą funkcjonalnych i przestrzennych relacji elementów, tzn. odnoszą się do systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego. Analiza funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń tych elementów pozwala optymalizować zarazem i system i strukturę przestrzeni obszaru turystycznego.

Relacje funkcjonalne wymienionych elementów dotyczą rodzaju, jakości oraz ilości. Relacje przestrzenne – ich wzajemnego położenia w przestrzeni obszaru rozważanego w powiązaniu z ich funkcjonalnymi właściwościami (relacje: współwystępowania, sąsiedztwa, wykluczenia jednego i drugiego).

Podobnie, jak to jest w przypadku przedstawionej w poprzednim rozdziale macierzy korelacji ocen relacji funkcjonalnych (systemowych) i przestrzennych turystycznych funkcji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów, ustalony uprzednio stan relacji funkcjonalnych między elementami triady sprzężeń powinien determinować stan ich relacji przestrzennych. Inaczej: to zracjonalizowany system gospodarki obszaru turystycznego powinien determinować jego strukturę przestrzenną, nie na odwrót („tak planujemy strukturę przestrzeni obszaru turystycznego, by nie zaburzała ona pożądanego działania jej systemu”).

Planistyczne ustalenie najkorzystniejszych sprzężeń walorów turystycznych, obiektów infrastruktury turystycznej i turystów musi odbywać się w respekcie dla zgłoszonych tutaj wcześniej trzech kryteriów optymalizujących, a mianowicie: determinizmu walorystycznego oraz zrównoważonego (w respekcie dla ładu przestrzennego) i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

Warto przypomnieć, że kryterium determinizmu walorystycznego nadaje walorom turystycznym w triadzie sprzężonych turystycznych składników przestrzeni absolutny priorytet. Trudno bowiem o optymalizację ładu przestrzennego i respekt dla postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju

³⁴⁵ Por. poświęcony terytorialnemu produktowi turystycznemu rozdz. 5.5.1. Definicja.

gospodarki turystycznej bez akceptacji nadrzędności potrzeby zachowania korzystnego stanu walorów turystycznych, tego egzystencjalnego warunku gospodarki turystycznej.

Narzędziem ułatwiającym planowanie przestrzeni obszaru turystycznego i uwzględniającym analizę triady sprzężeń może być sporządzenie katalogu połączonych typów modeli jego struktury funkcjonalno-przestrzennej (inaczej: katalogu normatywnych modeli typów planów obszaru turystycznego)³⁴⁶.

Jak w przypadku propozycji tworzenia katalogu połączonych typów modeli ewolucji obszaru turystycznego, tak i w tym przypadku kryteria systematyzowania (typologizacji) modeli planistycznych mogłyby stanowić: typ funkcji turystycznej (rozumiany jako typ motywu podróży turysty) i charakteru geograficznego środowiska obszaru (w sytuacji Polski ujętego także w postaci stref fizycznogeograficznych).

Wyjściową bazę połączonych modelowych struktur planistycznych do budowy takiego katalogu mogłyby dostarczyć np. bogatsze w tym zakresie prace M. Baud-Bovy i F. Lawson (1998) oraz L.A. Dębskiego (1974b, 1975, 1977, 1978)³⁴⁷.

Katalog połączonych typów modeli funkcjonalno-przestrzennych struktur przestrzeni obszaru turystycznego usystematyzowany według kryteriów: typu funkcji turystycznej i typu strefowości środowiska geograficznego obszaru (taka strefowość dotyczy tylko części obszarów o warunkowanej przyrodniczo turystycznej funkcji wypoczynkowej) może przybrać postać, jak przedstawiona w tab. 3. Warto zaznaczyć, że taki katalog mógłby zostać wykorzystany również w praktyce planistycznej rewitalizacji funkcją turystyczną obszarów o zdegradowanych albo obumarłych ich dotychczasowych funkcjach społeczno-gospodarczych.

³⁴⁶ Uwaga: modeli nie geograficznych. Jak to już wskazano w rozdziale poświęconym geograficznym teoriom przestrzeni turystycznej (rozdz. 2.2.2.2.3.2.2. Modele struktury), geograficzne modele struktury przestrzeni turystycznej takie, jak np. z katalogu J.-P. Lozato-Giotart (1987), jako tworzone *ex post* interwencji kreującej lub kształtującej przestrzeń turystyczną nie zawsze odzwierciedlają strukturę najkorzystniejszą, ale jedynie taką, jaką badacz-geograf zastał w chwili jej obserwacji.

³⁴⁷ M. Baud-Bovy, F. Lawson, 1998, *Tourism and recreation. Handbook of planning and design. Second edition*, „Architectural Press”, Oxford.

L.A. Dębski, 1974b, *Nadmorskie aglomeracje wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 1. Instytut Turystyki, Warszawa.

L.A. Dębski, 1975, *Górskie osadnictwo wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 2. Instytut Turystyki, Warszawa.

L.A. Dębski, 1977, *Nadjeziorne ośrodki wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 3. Instytut Turystyki, Warszawa.

L.A. Dębski, 1978, *Zagospodarowanie turystyczne*, Monografie, Podręczniki, Skrypty AWF w Poznaniu, nr 130/1978, Poznań.

Ustalona przez inżynierię ekonomiki przestrzeni turystycznej w planie turystycznym powstałym z udziałem metody analizy triady sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych (w tym: z wykorzystaniem katalogu pożądanych modeli planów) równowaga systemu i struktury przestrzeni obszaru turystycznego znajduje finalnie swój wyraz – w następstwie inwestycyjnej realizacji takiego planu przez inżynierię ekonomiki usług turystycznych – w zrównoważonych: systemie i strukturze przestrzeni już realnego obszaru turystycznego.

Tab. 3. Katalog typów modeli funkcjonalno-przestrzennych struktur przestrzeni obszarów turystycznych usystematyzowany wg kryteriów typu ich funkcji turystycznej oraz typu strefowości ich środowiska geograficznego.

TYP TURYSTYCZNEJ FUNKCJI OBSZARU TURYSTYCZNEGO	TYP STREFOWOŚCI ŚRODOWISKA GEOGRAFICZNEGO	TYP MODELU STRUKTURY OBSZARU TURYSTYCZNEGO
FUNKCJA WYPOCZYNKOWA	Typ strefowy	1. Miejscowość nadmorska 2. Miejscowość nadjeziorna 3. Miejscowość górską
	Typ astrefowy	4. Obszar aglomeracji miejskiej 5. Obszar wiejski 6. Miejscowość uzdrowiskowa 7. Park rekreacyjny
FUNKCJA POZNAWCZA	Typ astrefowy	8. Obszar i szlak cenne przyrodniczo 9. Miejscowość i szlak cenne kulturowo 10. Park poznawczy 11. Wielkie miasto
FUNKCJA EMOCJONALNA	Typ astrefowy	12. Miejscowość wielkich wydarzeń kulturalnych 13. Miejscowość i szlak pielgrzymek religijnych 14. Miejscowość wielkich wydarzeń sportowych

6.2.2. INSTRUMENTY USTALENIA TRWAŁEGO ROZWOJU GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ – OPTYMALIZACJI EWOLUCJI PRZESTRZENI OBSZARU TURYSTYCZNEGO

Instrumenty ustalenia trwałego rozwoju gospodarki turystycznej – optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego są w swym pochodzeniu planistyczne, ekonomiczne i prawne (by przypomnieć, te ostatnie są omówione osobno w rozdziale 6.2.3).

6.2.2.1. INSTRUMENTY PLANISTYCZNE

Warunkiem optymalizacji ewolucji przestrzeni obszaru turystycznego, ewolucji systemu i struktury tej przestrzeni jest zachowanie w możliwie długim okresie korzystnego stanu walorów turystycznych obszaru. Spełnienie tego warunku czyni zarazem możliwą trwałość rozwoju gospodarki turystycznej obszaru.

Zachowanie korzystnego stanu walorów turystycznych powinno odbywać się głównie poprzez ujęte w planach i projektach przestrzeni turystycznej limitowanie presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne. Takiemu limitowaniu służą stosowne instrumenty planistyczne – metody: jakościowe, ilościowe i przestrzenne. Zostały już one omówione w poświęconym zapobieganiu powstaniu czynników szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych rozdziale 5.2.3.4.2.2.1.

6.2.2.2. INSTRUMENT EKONOMICZNY

Skoro trwały rozwój gospodarki turystycznej obszaru turystycznego jest możliwy jedynie w warunkach zachowania korzystnego stanu jego walorów turystycznych – egzystencjalnej podstawy tej gospodarki, to do utrzymania takiego stanu walorów turystycznych należy również spożytkować instrument ekonomiczny. Jest nim instrument ilościowego limitowania presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne, jakim jest przyjęcie w planowaniu i projektowaniu podprzestrzeni recepcji turystów spójnej celowościowo z instrumentami planistycznymi ekonomicznej zasady racjonalnego gospodarowania w wariancie: „minimalizacja nakładów przy z góry określonych efektach”³⁴⁸.

„Z góry określone efekty”, to ustalony w planie regionu turystycznego jako chłonność turystyczna środowiska geograficznego obszaru turystycznego i cedowany – poprzez plan takiego obszaru i w warunkach aktualnie obowiązującego w Polsce prawa, plan ogólny gminy i miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego – do poziomu projektu turystycznego obiektu inwestycyjnego, bilansowany na poziomie powiatu, ale w granicach obszaru turystycznego limit łącznej pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej. Jak wykazano już w tej pracy, taki limit należy interpretować

³⁴⁸ „Ekonomii zasada, zasada racjonalnego gospodarowania – ekonomiczne maksymalizowanie efektów przy danych nakładach czynników produkcji lub minimalizowanie nakładów przy założonych efektach.” *Nowa Encyklopedia Powszechna PWN*, edycja internetowa. Drugi wariant zasady zwany również „zasadą oszczędności środków” przyjął autor niniejszej pracy w planowaniu turystycznym obszaru Doliny Górnej Narwi (por. S.S. Szadziński, 1984, s. 83).

jako limit ilościowy presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne.

Zasadzie racjonalnego gospodarowania w postaci „minimalizacja nakładów przy z góry określonych efektach” odpowiada w analizie „syndromu modliszki” w gospodarce turystycznej obszar sytuacji, kiedy wolumen łącznej pojemności jego obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru nie przewyższa wolumenu chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego, co wyrażają łącznie formuły: $POTIN\ OT < CHTŚ\ OT$ – sytuacja korzystna, pożądana oraz $POTIN\ OT = CHTŚ\ OT$ – sytuacja krytyczna³⁴⁹.

Wynika z tego, że przyjęcie w planowaniu przestrzeni obszaru turystycznego zasady racjonalnego gospodarowania w takim wariantcie oznacza w tego skutkach jej udział w ustaleniu trwałego rozwoju gospodarki turystycznej obszaru i zarazem w optymalizacji ewolucji jego przestrzeni.

6.2.3. INSTRUMENTY PRAWNE USTALENIA BILANSU RÓWNOWAGI

Należy pamiętać, że kształt realnej przestrzeni turystycznej rozstrzyga się nie tylko w gabinecie planistycznym inżynierii ekonomiki przestrzeni turystycznej, ale wymaga swojej kontynuacji w postaci swoistego lobbowania na rzecz tworzenia pozaplanistycznych warunków inwestycyjnej realizacji ustaleń takiego planu. Zaliczyć do nich należy, poza ekonomicznymi i technicznymi warunkami wykonalności projektów turystycznych obiektów inwestycyjnych, warunki prawne i administracyjne – w sekwencji wszystkich takich warunków pierwotne.

Podstawowym warunkiem prawnym, umożliwiającym inwestycyjną realizację planu turystycznego sporządzonego z zastosowaniem metod optymalizacji bilansu równowagi podaż turystyczna – popyt turystyczny i w respekcie dla założonych celów i przedstawionych trzech kryteriów takiej optymalizacji jest nadanie ustaleniom takiego planu sankcji prawnej, prawnej mocy egzekucyjnej.

W aktualnie obowiązującym w Polsce systemie prawa (stan w dniu 1.05.2026 r.), wśród planów przestrzennych (ściślej: planów przestrzeni geograficznej) status aktu prawa posiadają jedynie: plan ogólny gminy oraz miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego, zwany w skrócie „planem

³⁴⁹ Gdzie: $POTIN\ OT$ – pojemność obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego, $CHTŚ\ OT$ – chłonność turystyczna geograficznego środowiska obszaru turystycznego. Por. w poświęconym udziałowi ekonomiki przestrzeni turystycznej w przeciwdziałaniu czynnikom szkodliwych zmian stanu walorów turystycznych rozdziale 5.2.3.4.2.2, rozdział 5.2.3.4.2.2.1. Zapobieganie, akapit „Metody ilościowe”.

miejscowym”³⁵⁰. Ten ostatni musi być zgodny z planem ogólnym gminy³⁵¹. Uchwalane przez radę gminy, powinny one łączyć harmonijnie wszystkie występujące na terenie ich obowiązywania funkcje społeczne, ekonomiczne i ekologiczne. Oznacza to, że ustalenia takiego planu mają zabezpieczoną sankcją prawną zdolność egzekucyjną (wykonawczą).

Wynika z tego, że koniecznym warunkiem realizacji jakiegokolwiek planu tematycznego (w tym: turystycznego planu regionu i obszaru) jest, aby jego ustalenia znalazły się *via* plan zagospodarowania przestrzennego województwa kolejno wpięty w rysunku i tekście przyjętego planu ogólnego gminy, a następnie w zgodnym z takim planem rysunku i tekście planu miejscowego (ujmując rzecz lapidarnie w slangu zawodowym: tyle ustaleń planu turystycznego ma szanse swojej realizacji, ile ich „uda się wcisnąć” do planów gminnych: ogólnego i miejscowego). W przypadku obszarów turystycznych położonych zarazem w granicach kilku gmin zachodzi konieczność przeprowadzenia takiej operacji uzgodnień planistycznych w układzie: plan turystyczny – plan ogólny każdej gminy – miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego w obrębie każdej gminy.

Taka procedura stanowi okazję do przeniesienia ustalonego na poziomie turystycznego planu regionu dla występującego w obrębie regionu obszaru turystycznego limitu chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego na poziomy: planów ogólnych i – konsekwentnie – miejscowych planów gmin w postaci bilansowanego w granicach obszaru limitu łącznej pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej.

Limitowanie ilościowe szkodliwej presji turystów i gospodarki turystycznej na walory turystyczne wymaga również pewnych pozaplanistycznych regulacji prawno-administracyjnych³⁵².

³⁵⁰ Por. Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami.

³⁵¹ W aktualnym (stan w dniu 1.05.2026 r.) systemie (hierarchicznego podporządkowania) aktów prawa został usunięty wcześniejszy paradoks: akt prawa – plan miejscowy nie musi i „słuchać” prawnie ustaleń studium, które aktem prawa nie było.

³⁵² Krytycznej wagi jest prawno- administracyjne wsparcie planistycznego limitowania pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej. Z uwagi na fakt, że jej obecność – jak żadnej innej z infrastruktur turystycznych – umożliwia wielodniowy pobyt w jednym miejscu turystom, z czym wiąże się ich długotrwała, niemal ustawiczna i skoncentrowana przestrzennie presja na walory turystyczne, limitowanie z urzędu (aktami prawa lokalnego) pojemności turystycznej infrastruktury noclegowej jest już od lat 70. XX w. praktykowane przez turystyczne gminy wiejskie w Alpach francuskich. Np. przynależne do powołanego w 1973 r. we francuskim regionie Sabaudii stowarzyszenia l'Association Stations Villages Savoie dziewięć alpejskich gmin – wsi – stacji sportów zimowych (to nie błąd – administracyjny system Francji dopuszcza istnienie gmin – pojedynczych wsi, bywa że z liczbą mieszkańców liczoną w paru setkach) wprowadziło do swojego prawa miejscowego regulację obli-gującą administrację samorządową do limitowania decyzjami administracyjnymi pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej do maksimum 5 000-10 000 łóżek. Dokonuje

Przeniesienie oznaczonych w planie regionu turystycznego dla obszarów turystycznych limitów chłonności turystycznej ich środowiska geograficznego i odpowiadających im limitów pojemności ich obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej na poziom turystycznego obiektu inwestycyjnego (tworzonego obiektu takiej infrastruktury) w postaci limitu jego pojemności wymagałoby dokonania stosownych zmian w zapisach aktualnie obowiązujących ustaw: *O planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym* oraz *Prawo budowlane*³⁵³.

Zmiany bowiem musiałyby:

- 1) w Ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym:
 - obligować do wprowadzenia do: planu zagospodarowania przestrzennego województwa oraz gminnych planów przestrzennych: ogólnego i miejscowych, ustalonego w turystycznym planie regionu turystycznego, bilansowanego w granicach obszaru turystycznego limitu pojemności jego obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej,
 - obligować wójta, burmistrza lub prezydenta gminy do tego, aby w przypadku braku planu miejscowego wprowadzone do planu ogólnego gminy bilansowane w urzędzie starosty dla obszaru turystycznego limity łącznej pojemności jego obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej były wiążące również dla wydawanych przez nich „decyzji o warunkach zabudowy” dla noclegowych inwestycji turystycznych³⁵⁴.
- 2) obligować starostę do prowadzenia dla każdego obszaru turystycznego wyróżnionego w planie ogólnym gminy (oraz w planach miejscowych,

się to wg następującej proporcji: liczba łóżek w gminie – wsi nie może przekroczyć 10-krotności liczby jej stałych mieszkańców. Limitowaniu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej towarzyszy stosowny katalog zasad planowania struktury funkcjonalno-przestrzennej tych gmin. Wspólnym celem takich działań była praktyczna, skuteczna troska o ochronę środowiska geograficznego i tradycyjnej cywilizacji wsi regionu (form rolnictwa, kultury), jak stwierdza J.-P. Lozato-Giotart (1987, s. 105) – troska o „zachowanie ich osobowości wiejskiej i sabaudzkiej”. Innych przykładów prawno-administracyjnego limitowania liczby turystów w odniesieniu do turystycznych walorów kultury materialnej dostarcza np. R.W. Butler (1980, s. 11), wymieniając budowlę megalityczną w Stonehenge w Anglii oraz przezeń nie wymienione z nazwy jaskinie z prehistorycznymi naskalnymi obrazami w Hiszpanii i Francji (zapewne chodziło jemu odpowiednio o jaskinie El Castillo w Hiszpanii oraz Abri Castanet i Lascaux we Francji).

³⁵³ *Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane*. Dz.U. z 1994 r. nr 89, poz. 414, z późniejszymi zmianami. Takie zmiany powinna zawierać tworzona obecnie nowa ustawa regulująca w Polsce zagospodarowanie przestrzenne – tzw. *Kodeks urbanistyczno-budowlany*.

³⁵⁴ Wymagałoby to ogólnej, wykraczającej poza problematykę planowania i projektowania turystycznego zmiany w aktualnie obowiązującej *Ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*.

o ile takie istnieją): rejestru stopnia wykorzystania (skonsumowania) przez już zrealizowane w granicach tego obszaru inwestycje turystyczne łącznego limitu pojemności jego obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej (równego chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego), bilansowanego w granicach takiego obszaru turystycznego. Pozwolenie na budowę obiektu turystycznej infrastruktury noclegowej byłoby wydawane przez Starostę wyłącznie pod warunkiem istnienia niewykorzystanej dla obszaru turystycznego części limitu pojemności jego obiektów takiej infrastruktury i w granicach tej części.

6.3. MODEL ZINTEGROWANEGO PLANOWANIA I PROJEKTOWANIA OPERACYJNEJ PODPRZESTRZENI RECEPCJI TURYSTÓW

Należy zważyć, że kreowanie i kształtowanie operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów w warunkach bilansu równowagi w tej przestrzeni turystycznych: podaży i popytu musi uwzględniać:

- złożoność celu planowania harmonijnie łączącego cele społeczne, ekonomiczne i ekologiczne,
- wielość terytorialnych poziomów planowania turystycznego (plan regionu, plan obszaru) i projektowania turystycznego (projekt zagospodarowania terenu dla turystycznego obiektu inwestycyjnego),
- konieczność konsekwentnego respektu na każdym z terytorialnych poziomów planowania i projektowania turystycznego dla kryteriów optymalizacji bilansu podaży turystycznej – popyt turystyczny w ich przestrzeni: determinizmu walorystycznego oraz zrównoważonego (tj. w warunkach ład przestrzennego) i trwałego (tzn. w warunkach unikania „syndromu modliszki”) rozwoju ich gospodarki turystycznej,
- konieczność nadania prawn-administracyjnej egzekucji ustaleniom przestrzennych planów turystycznych.

Tak obszerny zespół warunków stawianych planowaniu i projektowaniu turystycznemu wymaga koordynacji poczynań planistycznych i prawn-administracyjnych. Skutecznym narzędziem takiej koordynacji może być model zintegrowanego planowania i projektowania turystycznego.

Wkomponowany w model efekt integracyjny polega na uzgodnieniu treści (rysunków i tekstów) planów turystycznych na wszystkich ich poziomach

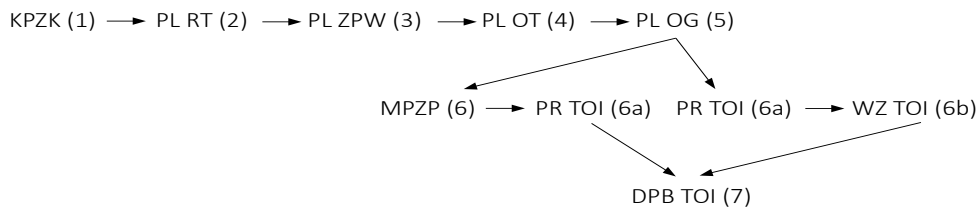
terytorialnych (region, obszar) oraz treści projektu zagospodarowania terenu i projektu architektoniczno-budowlanego dla turystycznego obiektu inwestycyjnego (poziom miejscowy), a także nadaniu planom i projektowi ich prawnej egzekucji (prawnej wykonalności).

Wyrazem integracji takich planów i projektu jest transmisja z poziomu planu regionu turystycznego, poprzez plan obszaru turystycznego do projektu turystycznego obiektu inwestycyjnego uregulowań optymalizujących w przestrzeni turystycznej bilans równowagi: popyt turystyczny – podaż turystyczna, w respekcie dla kryteriów determinizmu walorystycznego oraz zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej.

Jak wykazano w tej pracy, istotnym prawnym ogniwem w takim łańcuchu transmisji muszą być – w aktualnym stanie prawa w Polsce – gminne plany przestrzenne: ogólny i miejscowy. Jedynie wprowadzenie ustaleń planów turystycznych: regionu i obszaru do rysunku i tekstu takich planów nadaje tym ustaleniom sankcjonowaną prawnie możliwość ich inwestycyjnego spełnienia w postaci realizacji – w zgodzie z odpowiednimi zapisami takiego planu – turystycznych obiektów inwestycyjnych (tworzonych walorów turystycznych i obiektów infrastruktury turystycznej).

Przeniesienie zapisów i rysunku planów turystycznych do planów gminnych: ogólnego i miejscowych dotyczy ustaleń w zakresie funkcjonalno-przestrzennej struktury jego obszaru planowania (inkorporującej rozwiązania planu obszaru turystycznego w zakresie limitowania jakościowego i przestrzennego presji turystów na walory turystyczne) oraz limitowania ilościowego presji turystów na walory turystyczne w postaci limitu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej, bilansowanego w granicach obszaru turystycznego.

Schemat modelu zintegrowanego planowania (poziom turystycznych: regionu i obszaru) i projektowania (poziom miejscowy – turystycznego obiektu inwestycyjnego) operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów ujętego w chronologiczną sekwencję momentów powstawania poszczególnych aktów planowania i projektowania turystycznego, wojewódzkich i gminnych aktów planowania przestrzennego ogólnego, administracyjnych decyzji: „warunki zabudowy” (wydają: wójt, burmistrz, prezydent miasta) i „pozwolenie na budowę” (wydają: starosta, prezydent miasta) oraz przepływu informacji pomiędzy nimi, ujęty wg stanu prawnego w dniu 1.05.2026 r., przedstawiono na ryc. 14.



KPZK – Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, PLRT – Plan Regionu Turystycznego, PLZPW – Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa, PLOT – Plan Obszaru Turystycznego, PLOG – Plan Ogólny Gminy, MPZP – Miejskowy Plan Zagospodarowania Przestrzennego, PRTOI – Projekt Turystycznego Obiektu Inwestycyjnego, WZTOI – Decyzja „Warunki Zabudowy” Turystycznego Obiektu Inwestycyjnego, DPBTOI – Decyzja „Pozwolenie na Budowę” Turystycznego Obiektu Inwestycyjnego

Ryc. 14. Schemat modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów

Źródła aktów prawa: *Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane*, Dz.U. z 1994 r. nr 89, poz. 414, z późniejszymi zmianami (stan aktualny w dniu 1.05.2026 r.); *Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*, Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami (stan aktualny w dniu 1.05.2026 r.).

Limit pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru turystycznego ustalony dla obszaru turystycznego w fazie planowania regionu turystycznego (jako równy chłonności turystycznej jego środowiska geograficznego) jest wiążący i obecny we wszystkich przepływach informacji oraz jest zagwarantowany we wszystkich aktach samorządowego planowania ogólnego (plan przestrzennego zagospodarowania województwa, przestrzenne plany gminne: ogólne i miejscowe - w tych planach jako aktach prawa zagwarantowany wprost sankcją prawną) oraz w decyzjach: „warunki zabudowy” (wydawanej przez wójta, burmistrza, prezydenta miasta) oraz „pozwolenie na budowę” (wydawanej przez starostę, prezydenta miasta).

Oto przykłady rysunku planów turystycznych: na poziomie regionu turystycznego – region Languedoc-Roussillon (Francja) z wyznaczonymi obszarami turystycznymi: ich położeniem i pojemnością obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej (ryc. 15) oraz na poziomie położonego w tym regionie obszaru turystycznego – stacja La Grande-Motte (ryc. 16). Ostatni plan uwzględnia rezultat analizy triady turystycznych sprzężeń funkcjonalno-przestrzennych.

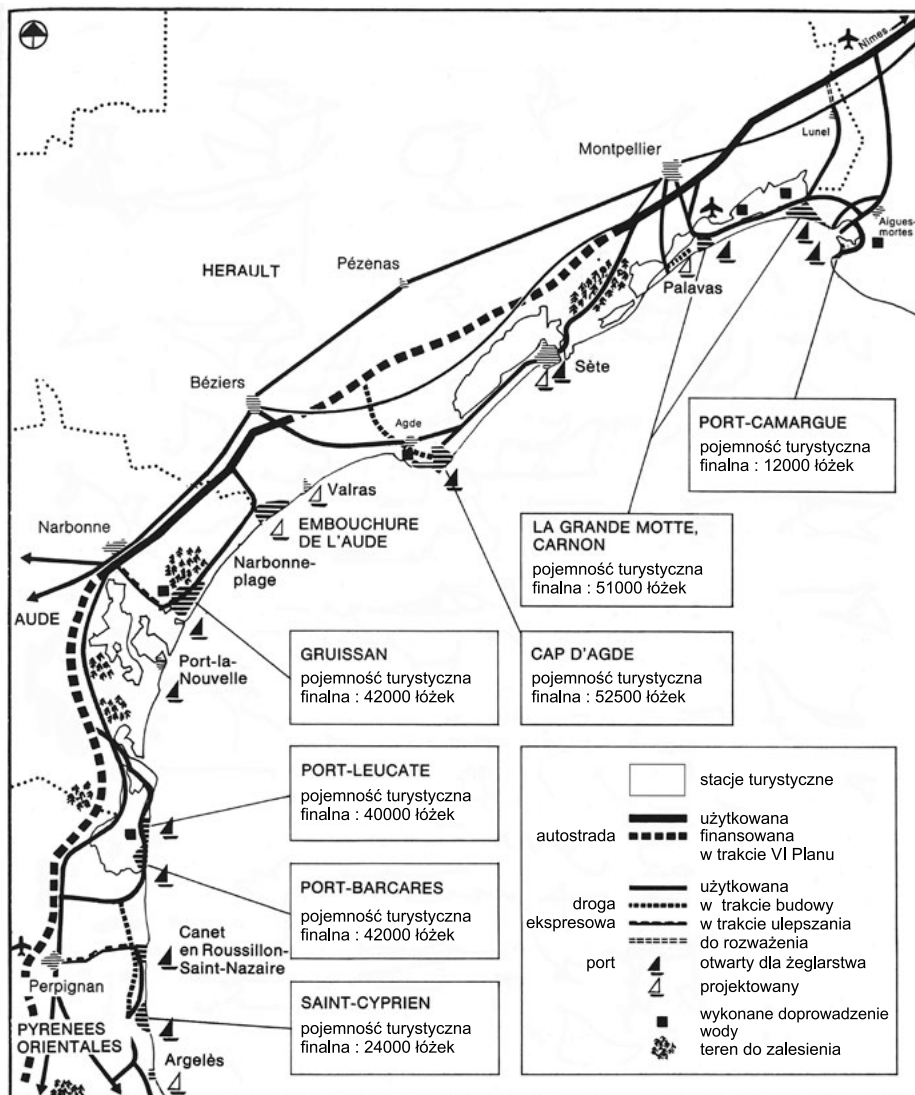
Projekt turystyczny – projekt zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego (poziom miejscowy) na przykładzie parku rozrywki o programie opartym na kombinacji kilkudziesięciu pomysłów atrakcji zogniskowanych wokół tematu „piłka nożna” i projektowanej rocznej przepustowości 280 000 wizyt turystów przedstawia ryc. 17.

Z uwagi na to, że sama operacja planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów rodzi koszty organizacyjne i finansowe, uzasadnionym jest pytanie o argumenty za podjęciem takich czynności.

Genezę, miejsce i moment przystąpienia do prac planistycznych i projektowych w gospodarce turystycznej ujmuje lapidarnie twierdzenie: potrzeba podjęcia takich prac rodzi się tam i wtedy, gdzie i kiedy stwierdza się:

- w przypadku planowania na poziomie regionalnym i obszarowym: zadowalającą społecznie i ekonomicznie wysoką konkurencyjność zasobów turystycznych regionu czy obszaru,
- w przypadku prac projektowych i realizacji turystycznego obiektu inwestycyjnego (poziom miejscowy): korzystny ekonomicznie dla inwestora i społecznie rezultat przeprowadzonych studiów przeddecyzyjnych.

W przypadku planowania na poziomie turystycznych: regionu i obszaru pytanie o argumenty za przystąpieniem do sporządzenia planu turystycznego jest także pytaniem o istotną społecznie i gospodarczo racjonalność wykorzystania środowiska geograficznego regionu. Określa się ją na podstawie wyniku analizy konkurencyjności potencjału turystycznego – zasobów turystycznych regionu i obszaru w konfrontacji z innymi istniejącymi lub potencjalnymi regionami i obszarami turystycznymi. Prace planistyczne mają sens ekonomiczny wtedy, kiedy wynik takich studiów przekonuje o znacząco wysokim poziomie zasadzającej się głównie na atrakcyjności immanentnej (potencjale do przyciągania turystów) konkurencyjności zasobów turystycznych regionu czy obszaru, rozumianych jako suma potencjału recepcyjnego jego walorów turystycznych oraz obiektów infrastruktury turystycznej.



Ryc. 15. Plan turystyczny – poziom regionu turystycznego. Rysunek planu przestrzeni regionu turystycznego Languedoc-Roussillon (Francja). Plan przedstawia strukturę regionu turystycznego: wyznaczone obszary turystyczne wraz z limitem pojemności ich obiektów infrastruktury noclegowej.

Źródło: wg J.-P. Lozato-Giotart, 1987, s. 113³⁵⁵ (tłumaczenie i opr. S.S.)

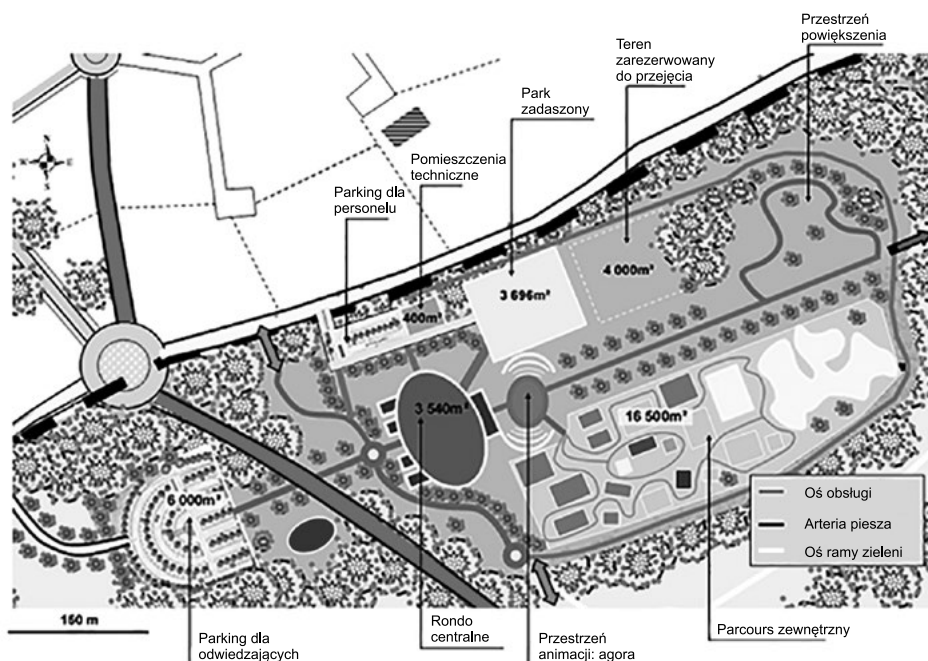
³⁵⁵ J.-P. Lozato-Giotart, 1987, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, Masson, Paris, s. 113.



	mieszkania		
	1 wioski wakacyjne	6	przemysł lekki
	2 wille	7	usługi portowe
	3 centrum jezdzieckie	8	urządzenia portowe dla turystów i stałych mieszkańców
	4 urządzenia sportowe		
	5 kemping		
	morze / zatoka		
	plaża		
	droga główna		
	drogi drugorzędne		

Ryc. 16. Plan turystyczny – poziom obszaru turystycznego. Rysunek planu przestrzeni obszaru turystycznego, nadmorskiej stacji turystycznej na przykładzie La Grande-Motte (region turystyczny Languedoc-Roussillon, Francja). Przedstawia on zracjonalizowaną funkcjonalno-przestrzenną strukturę przestrzeni obszaru: rozmieszczenie walorów turystycznych z ich atrakcjami oraz obiektów infrastruktury turystycznej jako materialnej podstawy do świadczenia w nich usług turystycznych.

Źródło: wg M. Baud-Bovy, F. Lawson, 1998, s. 76 (tłumaczenie S.S.)



Ryc. 17. Projekt turystyczny – projekt zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego, poziom miejscowy. Park rozrywki „Liberty Foot”, Lens (Francja)

Źródło: „Liberty Foot” – Parc de Loisirs, Lens (France), *Plan de masse*, 2006. Archive de la documentation, Horwath HTL France, Paris (tłumaczenie S.S.)

W inicjalnej fazie rozwoju gospodarki turystycznej regionu, a więc przy nie-obecnym lub nikłym: infrastrukturze turystycznej oraz gospodarce turystycznej, turystyczne: atrakcyjność immanentna i pochodna względem niej konkurencyjność zasobów regionu i obszaru warunkowane są w głównej mierze zastanymi walorami turystycznymi: ich rodzajem, ilością, stanem zachowania i ochrony oraz oceną potencjału ich atrakcyjności. Atrakcyjność walorów turystycznych wyraża się w charakterze, różnorodności, ilości i jakości możliwych ich funkcji, czyli w ich istniejących i potencjalnych atrakcjach turystycznych³⁵⁶.

Na poziomie miejscowym, pytanie o racje za przystąpieniem do projektowania turystycznego obiektu inwestycyjnego jest pytaniem o korzystny dla inwestora rezultat studiów przeddecyzyjnych rozważających aspekty rynkowe (tzw. studium rynku), ekonomiczne (w tym: analiza zwrotu inwestowanego kapitału) oraz wykonalność projektu: urbanistyczną, prawną, techniczną,

³⁵⁶ Por. poświęcone walorom turystycznym rozdziały 5.2.3.2. Identyfikacja oraz 5.2.3.3. Atrakcyjność i jej ocena.

finansową, instytucjonalną również w kontekście oddziaływania zrealizowanej w przyszłości inwestycji na środowisko geograficzne, społeczne i ekonomiczne obszaru.

W sytuacji inwestycji o mieszanych publiczno-prywatnych źródłach finansowania, z uwagi na ważkość potrzeb społecznych zaspokajanych w formie podróży turystycznych może zdarzyć się, że przeddecyzyjne studium ekonomiczno-finansowe do projektu turystycznego obiektu inwestycyjnego będzie prowadzone w postaci rozszerzonego o interes społeczny rachunku ekonomicznego³⁵⁷. Taki rachunek ekonomiczno-społeczny może pozwolić na podjęcie prac inwestycyjnych również wówczas, gdy rachunek zawężony

³⁵⁷ S.S. Szadziński (1984) rozważając wielowariantowo optymalizację modelu turystycznego zagospodarowania i użytkowania Doliny Górnej Narwi (obszar dzisiejszego Narwiańskiego Parku Narodowego) wyróżnił trzy możliwe jego warianty: ekonomiczny, wąsko pojmowanych potrzeb społecznych oraz wariant ochrony wartości. Już wówczas rekomendował „wariant złotego środka” za jaki uznał on „wariant ochrony wartości uniwersalnych”. Jest to wariant „respektujący – choć świadomie w nierównym stopniu – różnorodne interesy społeczne i gospodarcze tak obecnych, jak i potomnych pokoleń.” I dalej, w kontekście wyboru modelu rachunku ekonomicznego stwierdził: „Koncepcja powinna być taka, by jej materializację w postaci określonej gospodarki turystycznej znamionował korzystny rachunek społeczno-ekonomiczny, rozumiany jako narzędzie realizacji zasady racjonalnego gospodarowania. Owa zasada ma postać alternatywy. (...) W przypadku zagospodarowania turystycznego obszarów o wysokich i unikatowych walorach turystycznych środowiska przyrodniczego i kulturowego, wymogi ochrony tych wartości uniwersalnych są na tyle istotne, że rachunek ekonomiczny staje się rachunkiem bardziej uspołecznionym. Rachunek ów przeprowadza się w sytuacji „z góry określonych efektów”, których pułapu – np. pułapu możliwości recepcyjnych obszaru (chłonności turystycznej obszaru) – rygorystycznie nie wolno przekroczyć.” (S.S. Szadziński, 1984, s. 82-83).

J.E. Stiglitz (1986) rozważając podstawę do decyzji o podjęciu projektu inwestycyjnego przedstawił zasadnicze różnice pomiędzy prywatną a społeczną analizą kosztów i korzyści. Ich odmienność wyraził w tezach: „1. Społeczna analiza kosztów i korzyści uwzględnia szerszy zakres oddziaływań przedsięwzięcia na otoczenie, a nie tylko wielkość zysków. 2. W społecznej analizie kosztów i korzyści niektóre rodzaje nakładów i efektów nie są wyceniane według cen rynkowych, ponieważ ceny takie nie istnieją bądź nie wyrażają krańcowych korzyści i kosztów społecznych na skutek zawodności mechanizmu rynkowego.” (J.E. Stiglitz, 1986, s. 330).

I dalej, w kwestii kryterium akceptacji projektu istotnego społecznie J.E. Stiglitz stwierdza: „Projekt można zaakceptować, jeżeli suma korzyści jest większa od sumy kosztów, tzn. jeżeli relacja korzyści do kosztów jest większa od jedności. Suma korzyści obejmuje m.in. nadwyżkę konsumenta, czyli różnicę między sumą, którą beneficjenci projektu byłiby skłonni zapłacić, a sumą rzeczywiście przez nich płaconą. Jeżeli państwo musi wybrać określony wariant projektu, (...), to powinno wybrać wariant o najwyższej sumie korzyści netto, a nie o najwyższej relacji korzyści do kosztów.” (J.E. Stiglitz, 1986, s. 332).

Zatem, obydwaj autorzy proponują stosowanie w pewnych sytuacjach inwestycyjnych „uspołecznionego rachunku ekonomicznego” z tą różnicą, że S.S. Szadziński czyni to z racji społeczno-socjologicznych (z postulatu trwałości zaspokajania potrzeb społecznych warunkowanej „oszczędnością środków”), a J.E. Stiglitz z wąsko pojętych racji społecznych (postulat doraźnej dostępności dóbr dla wszystkich segmentów dochodowych ludności).

do samej „prywatnej” ekonomii okazałby się inwestycyjnie mało zachęcający (bilans rachunku bliski „0”, wahał się w czasie lub „słabo ujemny” w dłuższym okresie czasu). Ujemny bilans „prywatnego” rachunku ekonomicznego jest wówczas kompensowany z funduszy zewnętrznych (najczęściej publicznych) względem kapitału własnego aktorów konkretnej turystycznej inwestycji budowlanej.

Posłowie

Autor niniejszej pracy nie uznaje zaprezentowanej w niej w zarysie teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej ani za kompletną, ani doskonałą. Uważa ją jedynie za wprowadzenie do tworzenia takiej teorii o takich przymiotach. Przekonany o jej naukowej i praktycznej użyteczności, zachęca on badaczy do jej krytycznego i wieloaspektowego rozwijania.

Np. interesującym problemem badawczym mogłoby stać się aplikacyjne rozszerzenie opartej na bilansie podaży – popytu w przestrzeni turystycznej metodologii ekonomiki przestrzeni turystycznej do kształtowania szerszej zakresowo i treściowo przestrzeni geograficznej, w respekcie dla równowagi i trwałości pełni jej wielofunkcyjnej (w tym i turystycznej) gospodarki. Byłby to problem ekonomiki przestrzeni geograficznej.

Literatura przedmiotu

- Agarwal S., 1992, *The resort cycle revisited: implications for resorts*, [w:] *Progress in Tourism* Cooper C.P. and Lockwood A. (eds.), „Recreation and Hospitality Management”, vol. 5, J. Wiley, Chichester, pp. 194-208.
- Agarwal S., 1997, *The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity*, „Tourism Management”, 18 (2), pp. 65-73.
- Andriotis K., 2001, *Strategies on resort areas and their lifecycle stages*, „Tourism Review”, 56 (1/2), pp. 40-43.
- Arbel A., Bargur J., 1975, *A comprehensive approach to the planning of the tourism industry*, „Journal of Travel Research”, vol. 14, No. 2, pp. 10-15.
- Arnott A., 1978, *The aims and methodologies used in a study of tourism*, „Planning Exchange”, No. 11.
- Ashworth G., Goodall B. (eds.), 1990, *Marketing Tourism Places*, Routledge, London.
- Banque Nationale de Paris, 1971, *L'Aménagement du secteur rural à des fins touristiques*, „Revue Economique”, Avril, Banque Nationale de Paris.
- Baranowska-Janota M., 1973, *Ocena środowiska geograficznego dla turystyki zimowej*, [w:] *Główne problemy rozwoju turystyki zimowej w Polsce*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Baranowska-Janota M., Ptaszycka-Jackowska D., 1987, *Plany zagospodarowania przestrzennego parków narodowych: metody i zasady sporządzania*, Zakład Wyd. IGPiK, Warszawa.
- Baretje R., Defert P., 1972, *Aspects économiques du tourisme*, Editions Berger-Levrault, Paris.
- Baretje R., 1978, *Le compte extérieur du tourisme*, „Les Cahiers du Tourisme”, CHET, Aix-en-Provence.
- Bartkowski T., 1966, *Obiektywizm i subiektywizm oceny środowiska geograficznego*, Sprawozdania PTPN za I i II kw. 1966 r., Poznań.
- Bartkowski T., 1977, *Pojemność rekreacyjna terenu*, [w:] *Wypisy do geografii turystycznej*, Cz. 1, Monografie, Podręczniki, Skrypty AWF w Poznaniu, nr 111, Poznań.
- Bartkowski T., 1985, *Warunki przyrodnicze rozwoju turystycznych form rekreacji. Podstawowe elementy teorii i przykłady rozwiązań metodologicznych*, [w:] *Warunki przyrodnicze rozwoju turystycznych form rekreacji*, Monografie, Podręczniki, Skrypty AWF w Poznaniu, nr 209, Poznań.
- Barnes, T.J., Minca C., 2013, *Nazi spatial theory: The dark geographies of Carl Schmitt and Walter Christaller*, „Annals of the Association of American Geographers”, 103, pp. 669-687.
- Baud-Bovy M., Lawson F., 1998, *Tourism and recreation. Handbook of planning and design*, Second edition, Architectural Press, Oxford.
- Baum T., Lundtorp S., 2001, *Seasonality in Tourism*, Pergamon Press, Oxford.
- Baum T., 2006, *Revisiting the TALC: Is There an Off-Ramp?* [w:] *The tourism area life cycle*, vol. 2, *Conceptual and Theoretical Issues*, „Aspects of Tourism”, pp. 254-279.
- Bell S., 1997, *Design for outdoor recreation*, Spon Press, Taylor & Francis Group, London.

- Benckendorff P.J., 2004, *Planning for the Future: A profile of Australian Tourist Attractions*, James Cook University, Townsville.
- Berry T., 2006, *The Predictive Potential of the TALC Model*, [w:] *The tourism area life cycle*, vol. 2, *Conceptual and Theoretical Issues*, „Aspects of Tourism”, pp. 219-230.
- Bertalanffy L. von, 1950, *An Outline of General System Theory*, Brit. J. Phil. Sci. 1, pp. 134-165.
- Bertalanffy L. von, 1968, *General System Theory*, New York.
- Bianchi R., 1994, *Tourism development and resort dynamics: an alternative approach*, [w:] *Progress in Tourism*, Cooper C.P. and Lockwood A. (eds.), „Recreation and Hospitality Management”, vol. 5, J. Wiley, Chichester, pp. 181-193.
- Bocz M.S., 1981, *Ustojcziwost bołot k rekreacijonnoj nagruzkie (na primierie Siewiero-Zapada)*, [w:] *Biologiczieskije problemy Siewiera*. 9-j Sympozjum, Syktywkar.
- Bogdanowski J., 1978, *Zasady racjonalnego kształtowania krajobrazu obszarów turystycznych i uzdrowiskowych*, [w:] *Ochrona i kształtowanie środowiska przyrodniczego*, PWN, Warszawa.
- Botti L., Peypoch N., Solonandrasana B., 2008, *Ingénierie du tourisme. Concepts, méthodes, applications*, Éditions De Boeck Université, Bruxelles.
- Britton S., 1991, *Tourism, Capital and Place: Toward a Critical Geography of Tourism*, „Environment and Planning”, Society & Space 9, December, pp. 451-478.
- Brouder P., 2014, *Evolutionary economic geography and tourism studies: Extant studies and future research directions*, „Tourism Geographies”, 16 (4), pp. 540-545.
- Buckle H.T., 1857-1861, *History of Civilization in England*, London.
- Burak S., 1979, *Metoda obliczania pojemności turystycznej ośrodków wypoczynkowych w strefie pojeziernej*, „Problemy Turystyki”, 2 (4).
- Butler R.W., 1980, *The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources*, „The Canadian Geographer”, vol. 24, 1, pp. 5-12.
- Butler R.W., 1990, *Alternative tourism: pious hope of Trojan Horse*, „Journal of Travel Research”, 28, 3, pp. 40-45.
- Butler R.W., 1993, *Pre- and post-impact assessment of tourism development*, [w:] *Tourism Research: Critiques and Challenges*, Pearce D.G. and Butler R.W. (eds.), Routledge, London, pp. 135-155.
- Butler R.W., 1997, *Modelling tourism development: Evolution, growth and decline*, [w:] *Tourism Development and Growth – The Challenge of Sustainability*, Wahab S. and Pigram J.J. (eds.), Routledge, London, pp. 109-128.
- Butler Richard W. (Ed.), 2006a, *The tourism area life cycle*, vol. 1, *Applications and modifications*, „Aspects of Tourism”, 28, Channel View Publications, Clevedon-Buffalo-Toronto.
- Butler Richard W. (Ed.), 2006b, *The tourism area life cycle*, vol. 2, *Conceptual and Theoretical Issues*, „Aspects of Tourism”, 29, Channel View Publications, Clevedon-Buffalo-Toronto.
- Butler R., 2015, *The evolution of tourism and tourism research*, „Tourism Recreation Research”, 40 (1), pp. 16-27.
- Butowski L., 2016, *Przestrzeń turystyczna – przestrzeni równowagi: dylematy metodologiczne*, (w:) *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Geographica X* (2016), s. 52-65
- Candela G., Figini P., 2010, *Destination Unknown. Is there any Economics Beyond Tourism Area?* „Review of Economic Analysis”, 2 (2010), pp. 256-271.
- Candela G., Figini P., 2012, *The Economics of Tourism Destination*, Springer Science & Business Media.
- Carlson A., 1977, *On the possibility of quantifying scenic beauty*, „Land. Plan”, 4 (2), pp. 131-172.

- Cazalais R., Nadeau R., Beaudet G. (réd.), 1999, *l'Espace touristique*, Presses de l'Université du Québec.
- Cazes G., 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme*, Édition Bréal.
- Cazes G., Lanquar R., Raynouard Y., 1993, *L'aménagement touristique*. Ed. *Que sais-je?* Presses Universitaires de France, Paris.
- Cazes G., Lanquar R., 2001, *L'aménagement touristique et le développement durable*. *Que sais-je?* Presses Universitaires de France, Paris.
- Chadwick G., 1971, *A Systems View of Planning*, Pergamon Press, Oxford.
- Choiński A., Borkowski G., 2008, *Waloryzacja jezior dla potrzeb turystyki i wypoczynku*, [w:] *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 1, *Przyrodnicze zasoby turystyczne i metody ich oceny*, Młynarczyk Z., Zajądacz A. (red.), „Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace” nr 1, s. 36-57, UAM Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Chojnicki Z., 2005, *Charakter i sytuacja nauki o turystyce – rozważania metodologiczne*, „Zeszyty Naukowe WSG w Bydgoszczy”, t. 3, seria: „Turystyka i rekreacja” nr 2 (2005), ss. 11-23
- Chorley R., Haggett P., 1967, *Integrated Models in Geography*, Methuen, London.
- Christaller W., 1933, *Die zentralen Orte in Süddeutschland*, Jena.
- Christaller W., 1937, *Die Landliche Siedlungsweise im Deutschen Reich und ihre Beziehungen zur Gemeindeorganisation*, Berlin.
- Christaller W., 1955, *Beitrage zu einer Geographie des Fremdenverkehrs*, „Erdkunde”, t. 9, z. 1. s. 1-20.
- Christaller W., 1963, *Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions – under-developed countries recreation areas*, „Regional Science Association”, Papers 12, Lund Congress, pp. 95-105.
- Clausewitz Carl von, 1832-1837, *Vom Kriege*, Berlin, (Wydanie polskie: „O wojnie”, Wydawnictwo „TEST”, Lublin 1995).
- Cohen E., 1972, *Towards a sociology of international tourism*, „Social Research”, 39, pp. 164-182.
- Coles T., Hall M. 2006, *Editorial: The geography of tourism is dead. Long live geographies of tourism and mobility*, „Current Issues in Tourism”, 9 (4-5), pp. 289-292.
- Coltier T., KANOPEE SAS – HORWATH HTL, 1987-2017, *Niepublikowane studia inżynierskie z ekonomii przestrzeni turystycznej*, France, Paris.
- Convention on the Protection of the World Cultural and Natural Heritage* (World Heritage Convention), UNESCO 1972.
- Cooper C., 1995, *Strategic planning for sustainable tourism: The case of offshore islands in the UK*, „Journal of Sustainable Tourism”, 3 (4), pp. 191-209.
- Cooper C., 2006, *The Anatomy of Rejuvenation Stage of the TALC*, [w:] *The tourism area life cycle*, vol. 2, *Conceptual and Theoretical Issues*, „Aspects of Tourism”, pp. 183-200.
- Crampon L.J., 1965, *The gravitation model: A tool for travel market analyses*, „Revue de Tourisme”, No. 3/1965, pp. 110-116.
- Crompton J.L., 1977, *A recreational system model*, „Leisure Science”, vol. 1/1977, pp. 53-65.
- Crouch G.I, Ritchie J.R.B., 2003, *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*, Cromwell Press, Trowbridge.
- Dann G., Nash D., Pearce Ph., 1988, *Methodology in tourism research*, „Annals of Tourism Research”, 15, Pergamon Press, Oxford.
- Davis W.M., 1899, *The geographical Cycle*.

- Defert P., 1967, *Le taux de fonction touristique: mise au point et critique*, „Collection Etudes et Mémoires”, série C, CHET, Aix-en-Provence.
- Defert P., 1969, *Éléments généraux de localisation touristique*, „Les Cahiers du Tourisme”, CHET, Aix-en-Provence.
- Dewailly J.-M., 1996, *l'Espace touristique: du réel au virtuel*, 28-ème Congrès sur la Géographie, La Haye, Pays-Bas, p. 17.
- Dębski L.A., 1974a, *Programowanie i lokalizacja urządzeń turystycznych*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Dębski L.A., 1974b, *Nadmorskie aglomeracje wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 1, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Dębski L.A., 1975, *Górskie osadnictwo wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 2, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Dębski L.A., 1977, *Nadjeziorne ośrodki wczasowe*, [w:] *Budownictwo wczasowe. Zasady lokalizacji i elementy kształtowania architektonicznego*; Cz. 3, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Dębski L.A., 1978, *Zagospodarowanie turystyczne*, Monografie, Podręczniki, Skrypty AWF w Poznaniu, nr 130, Poznań.
- Domański R., 1992, *Systemy ekologiczno-ekonomiczne: modelowanie współzależności i rozwoju*, Studia KPZK PAN, PWN, Warszawa.
- Domański R., 2006, *Gospodarka przestrzenna. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Domański R., 2010, *Nowa geografia ekonomiczna według Paula Krugmana*, „Zeszyty Naukowe” nr 161, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań, s. 9-29.
- Domański T. (red.), 1997, *Marketing terytorialny*, Instytut Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Łódzki, Łódź.
- Doxey G., 1975, *A Causation Theory of Visitor – Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. The Impact of Tourism*, [w:] *The Sixth Annual Conference Proceedings*, San Diego: The Travel Research Association, pp.195-198.
- Dredge D., 1999, *Destination place planning and design*, „Annals of Tourism Research”, 26 (4), pp. 772-791.
- Drzewiecki M., 1981, *Procedura budowy modelu zagospodarowania przestrzennego rejonu wypoczynkowego (na przykładzie gminy nadmorskiej)*, „Miasto”, nr 1.
- Dunne G., Leslie G., 2002, *An Overview of Carrying Capacity Indicators and Visitors Management*, [w:] *Tourism and Environment. Sustainability in Tourism development*, Andrews N. & others, Dublin Institute of Technology, Dublin.
- Durydiwka M., Duda-Gromada K. (red.), 2015, *Przestrzeń w turystyce. Znaczenie i wykorzystanie*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- Dziedzic E., 1998r, *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Monografie i Opracowania, nr 442, SGH, Warszawa.
- Egan D., Nield K., 2000, *Towards a theory of intraurban hotel location*, „Urban Studies”, 37, 3, pp. 611-621.
- Ellis J.B., Doren C.S., 1966, *A comparative evaluation of gravity and system theory models for state wide recreational traffic flows*, „Journal of Regional Science”, 6, 2, pp. 57-70.
- Falquier M., 1979, *Inventaire de l'hébergement et l'accueil en milieu rural*, „Agriculture et Tourisme”, Paris.

- Ferreira L.A., Harmse A.C., 1999, *The social carrying capacity of Kruger National Park, South Africa: policy and practice*, „Tourism Geographies”, 1, 3, pp. 325-342.
- Friedmann J., 1973, *Retracking America: A Theory of Transactive Planning*, Doubleday/Anchor, Garden City, NY.
- Fritz R.G., 1986, *Dynamic model of regional tourism site development*, „Les Cahiers du Tourisme”, série C, No. 99, CHET, Aix-en-Provence.
- Fujita M., Krugman P., Venables A.J., 1999, *The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Getz D., 1983, *Capacity to absorb tourism: Concepts and implications for strategic planning*, „Annals of Tourism Research”, vol. 16, No. 1, pp. 239-263.
- Getz D., 1986, *Models in tourism planning. Towards integration of theory and practice*, „Tourism Management” vol. 7, No. 1, pp. 21-32.
- Getz D., 1987, *Tourism planning and research: Traditions, models and futures*, Paper presented at the Australian Travel Research Workshop, Bunbury.
- Getz D., 1992, *Tourism planning and destinations life cycle*, „Annals of Tourism Research”, 19 (4), pp. 752-770.
- Getz D., 1993, *Planning for tourism business districts*, „Annals of Tourism Research”, 20 (3,4), pp. 583-600.
- Golembiński G. (red.), 2002, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań.
- Goodall B., Whittow J.B., 1980, *The Selection of Scenic Forest Drives*, „Regional Studies”, vol. 14, pp. 85-97, Pergamon Press, Oxford.
- Gormsen E., 1997, *The impact of tourism on coastal areas*, „GeoJournal”, 42 (1), pp. 39-54.
- Guibilato G., 1983, *Economie touristique*, Editions Delta & Spes, Denge.
- Guide de l'ingénierie loisirs-culture-tourisme. Comment travailler avec un cabinet-conseil? ODIT France (AFIT), Paris 2005.
- Gunn C.A. 1972, *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, Taylor & Francis, Washington.
- Gunn C.A., 1994a, *Tourism Planning: Basic, Concepts, Cases. 3rd edition*, Taylor & Francis, New York.
- Gunn C.A., 1994b, *A Perspective on the Purpose and Nature of Tourism Research Methods*, [w:] *A Handbook for Managers and Researchers*, Ritchie J.R.B., Goeldner C.R. (eds.), „Travel, Tourism and Hospitality Research”, John Wiley & Sons Inc., New York-Chichester-Brisbane-Toronto-Singapore.
- Hall C.M., Lew A.A. (eds.), 1998, *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*, Longman, Harlow, Essex.
- Hall C.M., 2000, *Tourism planning: policies, processes and relationships*, Prentice Hall, London.
- Hall C.M., 2009, *Degrowing tourism: Decroissance, sustainable consumption and steady – state tourism*, „Anatolia”, 20, pp. 46-61.
- Hall C.M., Page S.J., 2009, *Progress in tourism management: From the geography of tourism to geographies of tourism – a review*, „Tourism Management”, 30, pp. 3-16.
- Hall C.M., 2015, *Economic Greenwash: On the absurdity of tourism and green growth* [w:] *Tourism in the green economy*,. Reddy V., Wilkes K. (eds.), Earthscan, London, pp. 339-358.
- Hall C.M., Gössling S., Scott D. (eds.), 2015, *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*, Routledge, London & New York.

- Haywood K.M., 1986, *Can the tourist-area life cycle be made operational?* „Tourism Management”, 7 (3), pp. 154-167.
- Haywood M., 1998, *Economic business cycles and the tourism life-cycle concept*, [w:] *The economic geography of the tourism industry. A supply-side analysis*, Ioannides D., Debbage K.G. (eds.), Routledge, London & New York, pp. 273-284.
- Helber L., Kaiser C., 1978, *Tourism Planning and Development*, CBI, Boston.
- Heath E., Wall G., 1992, *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*, J. Wiley, New York.
- Hirschman A.O., 1958, *The Strategy of Economic Development*, vol. 13, pp. 217, Yale University Press, New Haven, Connecticut.
- Hovinen G.R., 2002, *Revisiting the destination life cycle model*, „Annals of Tourism Research”, 29 (1), pp. 209-230.
- Hunter C., 1995, *Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm*, „Annals of Tourism Research”, vol. 24, No. 4.
- Hunziker W., Krapf K., 1942, *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Outline of the general teaching of tourism. Seminars für Fremdenverkehr und Verkehrspolitik an der Handels-Hochschule St. Gallen, 1, Polygraphischer Verlag AG, Zurich.
- l'Ingénierie loisirs – culture – tourisme. Comment travailler avec un cabinet – conseil*, Projet. Rédaction du 1^{er} Octobre 2004, ODIT France, 2004.
- Inskeep E., 1991, *Tourism planning: an intergrated and sustainable development approach*, Van Nostrand Reinhold, J. Wiley, New York.
- Isard W., 1956, *Location and Space-economy. A General Theory Relating to Industrial Location, Market Areas, Land Use, Trade, and Urban Structure*, MIT Press and J. Wiley, Cambridge, Massachussetts.
- Isard W., 1960, *Methods of Regional Analysis, an Introduction to Regional Science*, MIT Press and J.Wiley, Cambridge, Massachussetts. (Wydanie polskie: Isard W. i inni, 1965, *Metody analizy regionalnej. Wprowadzenie do nauki o regionach*, KPZK PAN, PWN, Warszawa).
- Iso-Ahola S.E., 1980, *The social psychology of leisure and recreation*, W.C. Brown, Dubuque.
- Jacques D.L., 1980, *Landscape appraisal: the Case for subjective theory*, „Journal of Environmental Management”, No. 2, pp. 107-113.
- Janecki J., 1981, *Teoria linii prostych w krajobrazie*, „Miasto”, nr 6, s. 17-24.
- Janiszewska A., 2009, *Gospodarka przestrzenna – definicje i powiązania z innymi naukami*, „Space – Society – Economy, Przestrzeń – Społeczeństwo – Ekonomia”, nr 9, s. 11-21.
- Jansen-Verbeke, M., 1992, *Urban recreation and tourism: Physical planning issues*, „Tourism Recreation Research”, 17 (2), pp. 33-45.
- Johnston C.S., 2001, *Shoring the foundations of the destination life cycle model, part 1: Ontological and epistemological considerations*, „Tourism Geographies” 3 (1), pp. 2-28.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny. Pomysł – organizacja – zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Klaasen L.H., 1988, *Myśl i praktyka ekonomiczna a przestrzeń*, Łódź.
- Knaffou R., 1978, *Les stations intégrées de sports d'hiver des Alpes françaises*, Editions Masson, Paris.
- Kodeks urbanistyczno-budowlany. Projekt z dnia 23 listopada 2017 r.* Publikacja na stronie internetowej Ministerstwa Infrastruktury RP.

- Kolipiński J., 1980, *Systemy przestrzenne jako środowisko człowieka*, Studia KPZK PAN, t. LXIII, PWN, Warszawa.
- König R., 1979, *Potęga i urok mody*, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa. (Tytuł oryginału: *Macht und Reiz der Mode. Verstandnisvolle Betrachtungen eines Soziologen*, 1971, Econ Verlag, Düsseldorf und Wien).
- Kostrowicki A.S., 1970, *Zastosowanie metod geobotanicznych w ocenie przydatności terenu dla potrzeb rekreacji i wypoczynku*, „Przegląd Geograficzny”, t. XLII, z. 4, s. 631-645.
- Kostrowicki A.S., 1975, *Podejście systemowe w badaniach nad rekreacją*, „Przegląd Geograficzny”, t. XLVII, z. 2, s. 263-278.
- Kotler Ph., 1994, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wydawnictwo Gebethner i S-ka, Warszawa.
- Kowalczyk A., 1992, *Metodologia i metodyka badań percepcji krajobrazu z punktu widzenia potrzeb turystyczno-wypoczynkowych*, [w:] *Metody oceny środowiska przyrodniczego*, „Gea”, 2, s. 25-33.
- Kowalczyk A. (red.), 2010, *Turystyka zrównowazona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2015, *Przestrzeń turystyczna – ujęcie problemowe i metodyczne*, [w:] *Przestrzeń w turystyce. Znaczenie i wykorzystanie*, Duda-Gromada K., Durydiwka M. (red.), Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa, s. 11-25.
- Kowalczyk A., Derek M., 2010, *Zagospodarowanie turystyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kruczała J., 1986, *Zagospodarowanie turystyczne*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.
- Kruczek Z., 2011, *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Wydawnictwo Proksenia, Kraków.
- Krugman P., 1995, *Development, Geography and Economic Theory*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Krugman P., 2009, *The Increasing Returns Revolution in Trade and Geography*, „American Economic Review”, vol. 99, nr 3. (Tłumaczenie polskie: *Rewolucja rosnących przychodów w handlu i geografia*, „Gospodarka Narodowa”, 11-12 (231-232) Rok LXXIX/XXI, 2010, s. 1-17).
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1980, *Terytorialny system rekreacyjny. Analiza struktury i charakteru powiązań (studium teoretyczno-metodyczne)*, Prace Geograficzne IG i PZ PAN nr 138, Wydawnictwo PAN, Warszawa.
- Kuhn T.S., 1962, *The Structure of Scientific Revolutions*, International Encyclopedia of Unified Science, vol. II, nr 2, University of Chicago. (Wydanie polskie: *Struktura rewolucji naukowych*, 1968, tłumaczenie Helena Ostromęcka, wyd. I, PWN, Warszawa).
- Kulesza M. (red.), 2008, *Czas i przestrzeń w naukach geograficznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Lagiewski R.M., 2006, *The Application of the TALC Model: A Literature Survey*, [w:] *The tourism area life cycle*, Butler Richard W. (eds.), vol. 1, *Applications and modifications*, „Aspects of Tourism” 28, Channel View Publications, Clevedon-Buffalo-Toronto, s. 27-50.
- Lainé P., 1985, *Utilisation de la théorie des systèmes pour l'aménagement touristique*, [w:] *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*, Agnesotti, Roma, pp. 185-194.

- Laws E., 1995, *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*, Routledge, London.
- Leatherberry E.C., 1979, *River amenity evaluation: a review and commentary*, „Water Resources Bulletin”, vol. 15, No. 5, pp. 1281-1292.
- Leiper N., 1990a, *Tourist attraction systems*, „Annals of Tourism Research”, 17 (3), pp. 367-384.
- Leiper N., 1990b, *Tourism Systems*, „Occasional Papers” 2, Massey University, Auckland, New Zealand.
- Leopold L.B., 1970, *Quantitative comparison of some aesthetic factors among rivers*, US Department of Interior.
- Leprince B., 1975, *Quand les agriculteurs ouvrent leurs fermes aux visiteurs*, „Fôrets – Loisirs et Equipements de Plein-Air”, No. 6, Paris.
- Lew A.A., Ng P.T., Ni C.C., Wu T.C., 2016, *Community sustainability and resilience: Similarities, differences and indicators*, „Tourism Geographies”, 18, pp. 18-27.
- „Liberty Foot” – Parc de Loisirs, Lens (France). Plan de masse, 2006, Archive de la documentation, Horwath HTL France, Paris.
- Lisowski A., 2014, *Typy przestrzeni a geografia*, Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, nr 24/2014, s. 7-18.
- Liszewski S., 1995, *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm”, t. 5, z. 2, Uniwersytet Łódzki, Łódź, s. 87-103.
- Liszewski S., Baczworow M., 1998, *Istota i właściwości przestrzeni rekreacyjno-turystycznej*, Turyzm, t. 8, z. 1, Uniwersytet Łódzki, Łódź, s. 39-67.
- Liszewski S., 2005, *Przestrzeń turystyczna w ujęciu podmiotowym. Przyczynek do dyskusji o przestrzeni w geografii*, [w:] *Geografia jako nauka o przestrzeni, środowisku i krajobrazie*, t. 1, Podstawowe idee i koncepcje w geografii, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, s. 50-60.
- Liszewski S., 2009, *Przestrzenie turystyki i transformacja we współczesnym świecie*, „Turyzm”, t. 16, z. 2, Uniwersytet Łódzki, Łódź, s. 7-19.
- Lozano J., Gomez C.M., Rey-Maqueira J., 2008, *The TALC Hypothesis and Economic Growth Theory*, „Tourism Economics”, 14, pp. 727-749.
- Lozato-Giotart J.-P., 1987, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, Editions Masson, Paris.
- Lozato-Giotart J.-P., 2009, *Géographie du tourisme. De l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, Pearson Education, 2-ème edition.
- Lozato-Giotart J.-P., Balfet M., Leroux E., 2014, *Management du tourisme: Territoires, offres et strategies*, Pearson Education, 3-ème edition, Montreux.
- Lösch A., 1940, *Die raumliche Ordnung der Wirtschaft*, Jena. (Wydanie polskie: 1961, *Gospodarka przestrzenna: teoria lokalizacji*, tłumaczenie Dziewoński K., Lisowski W., PWE Warszawa).
- Łobozewicz T., 1979, *Metodologia wyznaczania terenów naturalnych do uprawiania różnych form narciarstwa*, „Problemy Turystyki”, nr 3/5, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Malisz B., 1971, *Metoda analizy progowej w zastosowaniu do planowania miast i regionów*, Studia KPZK PAN, t. XXXIV, PWN, Warszawa, s. 5-111.
- Manente M., 2008, *Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destination*. International Conference of Tourism „Knowledge value advantage tourist destination”, 29-31 October 2008, (edycja internetowa), Malaga.

- Manning R.E., Ciali Ch.P., 1980, *Recreation density and user satisfaction a further explanation of the satisfaction model*, „Journal of Leisure Research”, 12, 4, pp. 329-345.
- Mansfeld Y., 1992, *Tourism: Towards a Behavioural Approach*, Pergamon Press, Oxford.
- Marciszewski W. (red.), 1970, *Mała encyklopedia logiki*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków.
- Marshall A., 1920a, *Industry and Trade*, third ed., Macmillan, London.
- Marshall A., 1920b, *Principles of Economics*, eighth ed., Macmillan, London.
- Marsz A., 1972, *Metoda obliczania pojemności rekreacyjnej ośrodków wypoczynkowych na Niziu*, Prace Komisji Geograficzno-Geologicznej, PTPN, t. XII, z. 3, Poznań.
- Martin B.S., Uysal M., 1990, *An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism life cycle: management and policy implications*, „Journal of Environmental Management”, 31, pp. 327-333.
- Matuszewska D., 2008, *Zagospodarowanie turystyczne – aspekt teoretyczny*, [w:] *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. II, Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.), „Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace” nr 2, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 65-75.
- McCannel D., 2002, *Turysta: nowa teoria klasy próżniaczej*, (Tłumaczenie polskie wydania z r. 1976), Wydawnictwo Muza, Warszawa.
- McCool S.F., 1994, *Planning for sustainable nature dependent tourism development: the limits of acceptable change system*, „Tourism Recreation Research”, 19, 2, pp. 51-55.
- McIntyre G., 1993, *Sustainable tourism development: guide for local planners*, UNWTO, Madrid.
- Meyer B., 2004, *Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni*, *Rozprawy i Studia*, t. 545, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Michalak J., 1978, *Przestrzenne zagospodarowanie wsi letniskowych*, PWN, Warszawa.
- Michna E., Paczos S., 1976, *Klimatyczne kryteria dla oceny pokrywy śnieżnej dla celów rekreacji i sportów zimowych na przykładzie południowo-wschodniej Polski*, „Geographia Polonica”, nr 33, Warszawa.
- Middleton V.T.C., 1996, *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Miedziński M., 2016, *Zastosowanie teorii progowej Malisza do prognozowania przemian przestrzeni turystycznej w świetle cyklu życia obszaru turystycznego (TALC) Butlera oraz etapów rozwoju przestrzeni turystycznej według Liszewskiego i Włodarczyka*, [w:] *Człowiek w turystyce. Role, potrzeby, zachowania*, Warsztaty z Geografii Turyzmu, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 91-112.
- Mill R.C., Morrison A.M., 1985, *The Tourism System: An introductory text*, Prentice – Hall International, New Jersey.
- Miossec J.-M., 1976, *Éléments pour une théorie de l'espace touristique*, „Les Cahiers du Tourisme”, série C, No. 36, CHET, Aix-en-Provence.
- Miossec J.-M., 1977, *Un modèle de l'espace touristique*, „L'Espace Géographique”, 6 (1), p. 41-48.
- Montard de Peythieu M., 1971, *Les gîtes ruraux: une formule originale d'accueil touristique en milieu rural*, Ministère de l'Agriculture, Atelier Régional d'Etudes Economiques et Aménagement Rural, Clermont-Ferrand.
- Mosedale, J., 2015, *Critical engagements with nature: Tourism, political economy of nature and political ecology*, „Tourism Geographies”, 17, pp. 505-510.

- Muller D.K., Hoogendoorn G., 2013, *Second homes: Curse or blessing? A review 36 years later*, „Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism”, 13 (4), pp. 353-369.
- Murphy P.E., 1985, *Carrying capacity in tourism: a community approach*, Methuen, New York, pp. 134-139.
- Myrdal G., 1957, *Economic Theory and Underdeveloped Regions*, University Paperbacks, Methuen, London.
- Nepal S., Saarinen J. (eds.), 2016, *Political ecology and tourism*, Routledge, Abingdon.
- Niezgoda A., 2006, *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej Poznań, Prace Habilitacyjne 24, Poznań, s. 299.
- Nimit Chowdhary, 2007, *Tours demand concepts*, Indian Institute of Tourism and Travel Management, (edycja internetowa).
- Noronha R., 1976, *Review of the Sociological Literature on Tourism*, World Bank, New York.
- Nowa Encyklopedia Powszechna PWN*, 1997-1998, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Oertzen W.V., 1971, *Urlaub auf dem Bauernhof*, „Bauen auf dem Lande”, nr 4/1971.
- Owsiak J., 1975, *Pojemność turystyczna akwenów i szlaków wodnych*, Zeszyty Naukowe IT, nr 2/3, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Owsiak J., 1976, *Chłonność na tle sezonowych zmian środowiska przyrodniczego*, „Przegląd Geograficzny”, t. XLVIII, z. 3, Warszawa.
- Pagnini M.P., Battisti G., 1984, *Considerations about «The Peripheral Places of Tourism»*, [w:] *Frankfurter Wirtschafts- und Sozialgeographische Schriften*, 31/1979, pp. 75-95, (Tłumaczenie polskie: *Rozważania dotyczące miejsc peryferyjnych w turystyce*, PZLG, IGiPZ PAN, z. 2, PWN, Warszawa, s. 83-96).
- Papatheodorou A., 2003, *Modelling Tourism Development: a Synthetic Approach*, „Tourism Economics”, 9 (4), pp. 407-430.
- Parcs de Loisirs. Les nouveaux enjeux*, „Collection Cahiers Espaces”, No. 86, 2005, Espaces, Paris.
- Parkes D., Thrift N., 1980, *Times, Space and Place. A Chronogeographic Perspective*, J. Wiley, Chichester.
- Parysek J.J., 2007, *Wprowadzenie do gospodarki przestrzennej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Pawlikowska-Piechotka A., 2009, *Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne*, Novae Res Wydawnictwo Innowacyjne, Gdynia.
- Pawlikowska-Piechotka A., 2013, *Planowanie przestrzeni turystycznej*, Novae Res Wydawnictwo Innowacyjne, Gdynia.
- Pearce D.G., 1981, *Tourist Development. Topics in applied geography*, Longman, Harlow.
- Pearce D.G., 1987, *Tourism today: a geographical analysis*, Longman, J. Wiley, New York.
- Pearce D.G., 1989, *Tourist Development*, sec. ed., Longman, London-New York.
- Pearse P.H., 1968, *A New Approach to the Evaluation of Non-Priced Recreational Resources*, „Land Economics”, No. 44 (1).
- Perroux F., 1955, *Note sur la notion de „pôle de croissance”*, „Economie Appliquée”, vol. VIII, 1/2, pp. 307-320.
- Pevetz W., 1966, *Die Beziehungen zwischen Fremdenverkehr, Landwirtschaft und Bauerntum*, Agrarwirtschaftliches Institut des Bundesministeriums für Land und Forstwirtschaft Schriftenreihe, Wien.

- Picherie R., Smith M., 1976, *Vacances à la ferme*, Editions Balland, Paris.
- Pietrzak M., 2008, *Krajobraz multisensoryczny i metody jego oceny*, [w:] *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. II, Młynarczyk Z., Zajadacz A. (red.), „Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace”, nr 2, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, s. 103-120.
- Pigram J.J., 1977, *Beach resort morphology*, „Habitat International”, 2 (5/6), pp. 525-541.
- Pihet Ch., Violier P., 1993, *Lourdes. Przestrzeń miejska i funkcja turystyczna*, „Turyzm”, t. 3, z. 1, Uniwersytet Łódzki, Łódź, s. 31-39.
- Plog S., 1972, *Why destination areas rise and fall in popularity?* „The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly”, 14 (3), pp. 13-16.
- Płocka J., 2009, *Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego*, Cz. 1 (s. 182) i 2 (s. 237), wyd. 3, Centrum Kształcenia Ustawicznego, Toruń.
- Popper K., 1934, *Logik der Forschung*, (Wydanie polskie: *Logika odkrycia naukowego*, 2006, tłumaczenie Niklas U. z wersji przetłumaczonej na ang. przez K. Poppera, 1959: *The logic of scientific discovery*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa).
- Porter M.E., 2001, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa.
- Prandecka B., 1980, *Istota teorii lokalizacji. Problemy teorii i praktyki lokalizacji inwestycji*, Studia KPZK PAN, t. LXXIV, PWN, Warszawa.
- Prieobrazienski W.S., 1979, *Territorialnaja rekreacionnaja sistema i jejo geograficzeskoje izuczenije*, [w:] *Geographical problems of recreational resources usage*, Symposium, Varna-Druzhba 20-21.X.1973, Second National Congress of Bulgarian Geographers, Sofia, pp. 16-31.
- Prideaux B., 2000, *The resort development spectrum – a new approach to modelling resort development*, „Tourism Management”, 21 (3), pp. 225-240.
- Priestley G., Mundet L., 1998, *The post-stagnation phase of the resort cycle*, „Annals of Tourism Research” 25 (1), pp. 85-111.
- Przeclawski K., 1997, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, F.H.-U. „Albis”, Kraków.
- Przybyszewska-Gudelis R., Iwicki S., 1973, *Turystyczne zagospodarowanie przestrzenne Torunia jako wielkiego centrum krajoznawczego. Studium szczegółowe dla Torunia oraz wstępne zasady zagospodarowania wielkich centrów krajoznawczych*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Przybyszewska-Gudelis R., 1986, *Zasady planowania zagospodarowania turystycznego miejscowości o znaczeniu krajoznawczym: materiały pomocnicze do miejscowego planowania przestrzennego*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Przybyszewska-Gudelis R., 1997, *Problemy rewitalizacji miast przez turystykę*, [w:] *Kulturowe aspekty turystyki i gospodarki turystycznej*, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa, s. 17-26.
- Ptaszycka-Jackowska D., 1997, *Przestrzenne bariery rozwoju turystyki i wypoczynku*, [w:] *Geografia, człowiek, gospodarka*, Wydawnictwo Instytutu Geografii Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Ratzel F., 1901-1902, *Die Erde und das Leben*, Leipzig und Wien.
- Regel S. i inni, 1973, *Wskaźniki chłonności środowiska przyrodniczego na obszarach turystycznych*, Instytut Turystyki, Bydgoszcz.
- Regel S., 1975, *Chłonność obszarów turystyczno-wypoczynkowych*, Zeszyty Naukowe Instytutu Turystyki, nr 2-3.
- Regel S. (red.), 1978, *Wskaźniki i normy użytkowania turystycznego – obszarów–miejscowości–obiektów–szlaków*, Instytut Turystyki, Warszawa.

- Ricardo D., 1817, *On the Principles of Political Economy and Taxation*, London.
- Richling A., 1992, *Podstawy metodyczne oceny wizualnej atrakcyjności krajobrazu*, „Gea”, 2, Warszawa-Płock-Murzynowo, s. 9-18.
- Roedling M., 1974, *Urlaub auf dem Bauernhof. I. Eine Psychologische Untersuchung der Erwartungen der Urlauber. II. Eine Psychologische Untersuchung der Einstellungen der Bauern zu ihren Gaesten*, Studienkreis für Tourismus, Schriftenreihe für Tourismusforschung, Starnberg.
- Rogalewski O., (kier.), 1973, *Plan przestrzennego zagospodarowania turystycznego Polski do 1990 r.*, GKKFiT, Instytut Turystyki, Komisja Planowania przy Radzie Ministrów, Zakład Przestrzennego Zagospodarowania Polski, Warszawa.
- Rogalewski O., 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa.
- Rogalewski O., 1996, *Zarys typologii migracji i walorów turystycznych*, Rocznik Dydaktyczny, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Warszawie, s. 11-16.
- Rogalewski O., 1997, *Zarys typologii urządzeń turystycznych*, Rocznik Dydaktyczny, tom II, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Warszawie, s. 100-113.
- Roucloux J.C., 1981, *Typologie des espaces touristiques. Aspects méthodologiques*, [w:] *La consommation d'espace par le tourisme et sa preservation*, Acte du Colloque d'Aix-en-Provence, UGI, pp. 356-367.
- Ruppert K., 1980, *Grundtendenzen freizeitorientierter Raumstruktur*, „Geographischer Rundschau”, 32, 4, s. 178-187.
- Russell R., Faulkner B., 2004, *Enterpreneurship, Chaos and The Tourism Area Lifecycle*, „Annals of Tourism Research”, vol. 31, No. 3, pp. 556-579.
- Rutkowski S., 1978, *Planowanie przestrzenne obszarów wypoczynkowych w strefie dużych miast*, PWN, Warszawa-Poznań.
- Saarinen J., 2004, *Destinations in change: The transformation process of tourist destinations*, „Tourist Studies”, 4 (2), pp. 161-179.
- Saarinen J., Rogerson C.M., Hall C.M., 2017, *Geographies of tourism development and planning*, „Tourism Geographies”, 19, 3, pp. 307-317.
- Sessa A., 1985, *La science des systèmes pour les plans régionaux de développement touristique*, [w:] *La scienza dei sistemi per lo sviluppo del turismo*, Agnesotti, Roma, pp. 109-165.
- Sewerniak J., 1978, *Metody oceny i projektowania turystycznych szlaków pieszych w strefie podmiejskiej na przykładzie Torunia*, „Problemy Turystyki”, nr 3-5, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Sewerniak J., 1982, *Problematyka zagospodarowania programowo-przestrzennego szlaków turystyki pieszej*, „Problemy Turystyki”, 18, 4, s. 30-54.
- Shaw G., Willimas A.M., 2004, *Tourism and tourism spaces*, SAGE Publications, London-Thousand Oaks-New Delhi.
- Słownik języka polskiego PWN*, 1979, PWN, Warszawa.
- Słownik języka polskiego PWN*, (edycja internetowa).
- Smart J.E. and others, 1981, *Recreational development handbook*, ULI – the Urban Land Institute, Washington.
- Smith R.A., 1992, *Beach resort evolution: Implications for planning*, „Annals of Tourism Research”, 19 (2), pp. 304-322.
- Smith S., 1983, *Recreation geography*, Longman, London-New York.
- Sołowiej D., 1987, *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.

- Stabler M.J., 1997, *Tourism and Sustainability*, Oxford UP.
- Stachowski J., 1987, *Modele lokalizacji zagospodarowania turystycznego i turystyki*, Acta Universitatis Lodzensis, „Turyzm”, 3, Łódź, s. 103-118.
- Stachowski J., 1993, *O pojmowaniu przestrzeni w geografii turystyki*, Acta Universitatis Nicolai Copernici, t. XXIV, Geografia – Nauki Matematyczno-Przyrodnicze, z. 82, Toruń, s. 171-180.
- Stalski M., 1970, *Metoda określania chłonności turystycznej wybranego obszaru*, „Przegląd Geograficzny”, t. 43, z. 4, Warszawa.
- Stalski M., 1973, *Przestrzenne aspekty zagospodarowania turystycznego*, Studia KPZK PAN, t. XLI, PWN, Warszawa.
- Staniewska-Zątek W., 1977, *Fitosocjologiczne metody przyrodniczej waloryzacji terenu dla potrzeb zagospodarowania turystycznego*, Monografie, Podręczniki, Skrypty AWF w Poznaniu, Seria Monografie, nr 104, s. 23-29.
- Stankey G.H., 1982, *Recreational carrying capacity research review*, „Ontario Geographer”, No. 19, pp. 52-72.
- Stankey G.H., McCool S.F., 1984, *Carrying capacity in recreational settings: evolution, appraisal and application*, „Leisure Sciences”, 6, 4, pp. 453-473.
- Stankey G.H., Cole D.N., Lucas R.C., Peterson M.E., Frissel S.S., 1985, *The limits of acceptable change (LAC) system for wilderness planning*, General Technical Report INT-176, US Department of Agriculture Forest Service, Ogden, Utah, USA.
- Stansfield C.A., 1993, *Development of seaside resorts*, [w:] *Encyclopaedia of Hospitality and Tourism*, Khan M., Olsen M., Var T. (eds.), Van Nostrand Reinhold, New York.
- Stasiak A., 2005, *Obszar jako produkt turystyczny*, [w:] *Konkurencyjność polskiego produktu turystycznego*, Pieńkos K. (red.), Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa.
- Stasiak A., 2011, *Współczesna przestrzeń turystyczna*, [w:] *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*, Durydiwka M., Duda-Gromada K. (red.), Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- Stiglitz J.E., 1986, *Economics of the public sector*, W.W. Norton, New York, (Wydanie polskie: 2015, *Ekonomia sektora publicznego*, PWN, Warszawa).
- Szadziński S.S., 1977, *Ocena rzeźby doliny Bugu na odcinku Niemirów – ujście Nurca dla potrzeb rekreacji (Próba ekologicznego wartościowania rzeźby obszaru z punktu widzenia określonego celu oceny)*, „Nauka i Praktyka”, 1/1977, s. 255-270.
- Szadziński S.S., 1980, *Ocena rzeźby terenu okolic Białegostoku jako czynnika możliwości rozwojowych turystyki i wypoczynku w aglomeracji białostockiej*, „Nauka i Praktyka”, 3/1980, s. 157-206.
- Szadziński S.S., 1984, *Możliwości i uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznych Doliny Górnej Narwi*, Ośrodek Badań Naukowych w Białymstoku, 196 s.
- Szadziński S.S., 2015, *O pojmowaniu zagospodarowania turystycznego*, [w:] *Geograficzne aspekty rozwoju turystyki*, Michniewicz J., Piekarczyk J. (red.), Seria: Studia i Prace z Geografii, nr 51, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 29-44.
- Thünen J.H. von, 1826, *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationaloekonomie*, Hamburg.
- Torrens R., 1815, *An Essay on the External Corn Trade*, London.
- Tourisme de luxe, 1-ère et 2-ème parties*, Collection No. 212 et 213, 2004, Ed. Espaces, Paris.
- Tourisme et banlieue*, Collection No. 216, 2004, Ed. Espaces, Paris.

- Tourisme urbain*, Collection No. 78, 2003, Ed. Espaces, Paris.
- UNWTO, 1993, *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, Madrid.
- UNWTO, 1999, *National and Regional Tourism Planning. Methodologies and Case Studies*, International Thompson Business Press, London.
- UNWTO, 2007, *A Practical Guide to Destination Management*, UN WTO, Madrid, (edycja internetowa).
- UNWTO, 2010, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division, Studies in Methods Series M No. 83/ Rev.1, New York, (edycja internetowa).
- UNWTO, 2016, *Tourism Highlights*, 2016, (edycja internetowa).
- UNWTO, 2017, *Tourism Highlights*, 2017, (edycja internetowa).
- Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. – Prawo budowlane, Dz.U. z 1994 r. nr 89, poz. 414, z późniejszymi zmianami.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, Dz.U. z 1997 r. nr 133, poz. 884.
- Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, Dz.U. z 2003 r. nr 80, poz. 717, z późniejszymi zmianami.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody, Dz.U. z 2015 r., poz. 1651 z późniejszymi zmianami.
- Vanhove N., 2011, *The Economics of Tourism Destinations*, second edition, Elsevier.
- Vellas F., 2002, *Evaluation of Tourism Project with Indicators of Sustainable Development*, [w:] *Tourism and Environment. Sustainability in Tourism development*, Andrews N. & others, Dublin Institute of Technology, Dublin.
- Wahab S., Pigram J.J. (eds.), 1997, *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability*, Routledge, London.
- Walle A.H., 1997, *Quantitative versus qualitative tourism research*, „Annals of Tourism Research”, 24, 3, Pergamon Press, Oxford.
- Weber A., 1909, *Über den Standort der Industrien*, Tübingen.
- Węclawowicz-Bilska E., 2008, *Uzdrowiska polskie. Zagadnienia programowo-przestrzenne*, Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej.
- Wight P., 1998, *Tools for sustainability analysis in planning and managing tourism and recreation in the destination*, [w:] *Sustainable tourism. A geographical perspective*, Hall C.M., Lew A.A. (red.), Addison Wesley, Longman, New York, pp. 75-91.
- Williams C., Chaplin D., Middleton M., 2001, *A seaside resort's journey from decline to rejuvenation via leisure and tourism consumption convergence*, „WHATT Journal”, 2, pp. 19-32.
- Winiarski R., Zdebski J., 2008, *Psychologia turystyki*, Wydawnictwo Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Visual Landscape Design Training Manual*, 1994, Recreation Branch, Ministry of Forests, British Columbia.
- Włodarczyk B., 2009, *Przestrzeń turystyczna. Istota, koncepcje, determinanty rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Wyrzykowski J., 1984, *Optymalne okresy użytkowania turystycznego walorów wypoczynkowych środowiska przyrodniczego Polski*, Acta Universitatis Wratislaviensis, Wrocław, nr 656.
- Wyrzykowski J. (red.), 1991, *Ocena krajobrazu Polski w aspekcie fizjonomicznym na potrzeby turystyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.

- Yokeno No., 1968, *La localisation de l'industrie touristique: application de l'analyse de Thünen – Weber*, „Les Cahiers du Tourisme”, série C, No. 9, CHET, Aix-en-Provence.
- Zhenhua Liu, 2003, *Sustainable Tourism Development: A Critique*, „Journal of Sustainable Tourism”, vol. 11, No. 6, 2003, pp. 459-475.
- Zmyślony P., 2006, *Koncepcja systemu turystyki w regionie jako podstawa programowania rozwoju regionów turystycznych*, [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym (człowiek–przestrzeń–przedsiębiorstwo)*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, s. 181-198.
- Zube E.H., Sell J.L., Taylor J.G., 1982, *Landscape perception: research, application and theory*, „Landscape Planning”, 9, No. 1, pp. 1-33.
- Zwoliński A., 1979, *Metoda obliczania chłonności turystycznej na przykładzie wybranego obszaru woj. bydgoskiego*, „Problemy Turystyki”, 3 (5), Warszawa.

Spis rycin

Ryc. 1. Model graficzny terytorialnego systemu rekreacyjnego (TSR)	77
Ryc. 2. Model I struktury globalnej przestrzeni turystycznej wg J.-M. Miosseca . . .	84
Ryc. 3. Modele typów struktur obszaru turystycznego wielofunkcyjnego otwartego, w grupie kąpielisk nadmorskich i nadjeziornych	92
Ryc. 4. Model II ewolucji regionu turystycznego wg J.-M. Miosseca	96
Ryc. 5. Hipotetyczna ewolucja obszaru turystycznego wg R.W. Butlera	100
Ryc. 6. Poziom terytorialny, charakter i sekwencja czynności inżynierii ekonomicznej przestrzeni turystycznej w zakresie kreowania i kształtowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów	115
Ryc. 7. Struktura funkcjonalna globalnej przestrzeni turystycznej	126
Ryc. 8. Przykład graficznej prezentacji rezultatu oceny przydatności uroczysk dla wybranych form rekreacji na tle oceny atrakcyjności okolic Jaroszewa . . .	196
Ryc. 9. „Syndrom modliszki” w gospodarce turystycznej obszaru turystycznego. Aspekt ilościowy i ewolucja w czasie w sytuacji ciągłego przyrostu pojemności obiektów turystycznej infrastruktury noclegowej obszaru	223
Ryc. 10. Spirala czasowa immanentnej atrakcyjności terytorialnego produktu turystycznego dla turystów oraz inwestorów	264
Ryc. 11. Elastyczność konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego (K_{TPT}) ze względu na jego atrakcyjność immanentną (AI_{TPT}), przy założeniu: $KT_{E-R} = constans$	271
Ryc. 12. Elastyczność konkurencyjności terytorialnego produktu turystycznego (K_{TPT}) ze względu na koszt transportu turysty (KT_{E-R}), przy założeniu: $AI_{TPT} = constans$	271
Ryc. 13. Model triady funkcjonalno-przestrzennych sprzężeń elementów podażyowych i popytowych w przestrzeni obszaru turystycznego	291
Ryc. 14. Schemat modelu zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów	301
Ryc. 15. Plan turystyczny – poziom regionu turystycznego. Rysunek planu przestrzeni regionu turystycznego Languedoc-Roussillon (Francja)	303
Ryc. 16. Plan turystyczny – poziom obszaru turystycznego. Rysunek planu przestrzeni obszaru turystycznego, nadmorskiej stacji turystycznej na przykładzie La Grande-Motte (region turystyczny Languedoc-Roussillon, Francja) . .	304
Ryc. 17. Projekt turystyczny – projekt zagospodarowania terenu turystycznego obiektu inwestycyjnego, poziom miejscowy. Park rozrywki „Liberty Foot”, Lens (Francja)	305

Spis tabel

Tab. 1. Macierz symulowana wewnętrznych i zewnętrznych relacji harmonii, kolizji i neutralności funkcji turystycznych w operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów	287
Tab. 2. Macierz symulowana korelacji ocen relacji funkcjonalnych (systemowych) i przestrzennych turystycznych funkcji operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów	288
Tab. 3. Katalog typów modeli funkcjonalno-przestrzennych struktur przestrzeni obszarów turystycznych usystematyzowany wg kryteriów typu ich funkcji turystycznej oraz typu strefowości ich środowiska geograficznego	294

Summary

ECONOMICS OF THE TOURIST SPACE

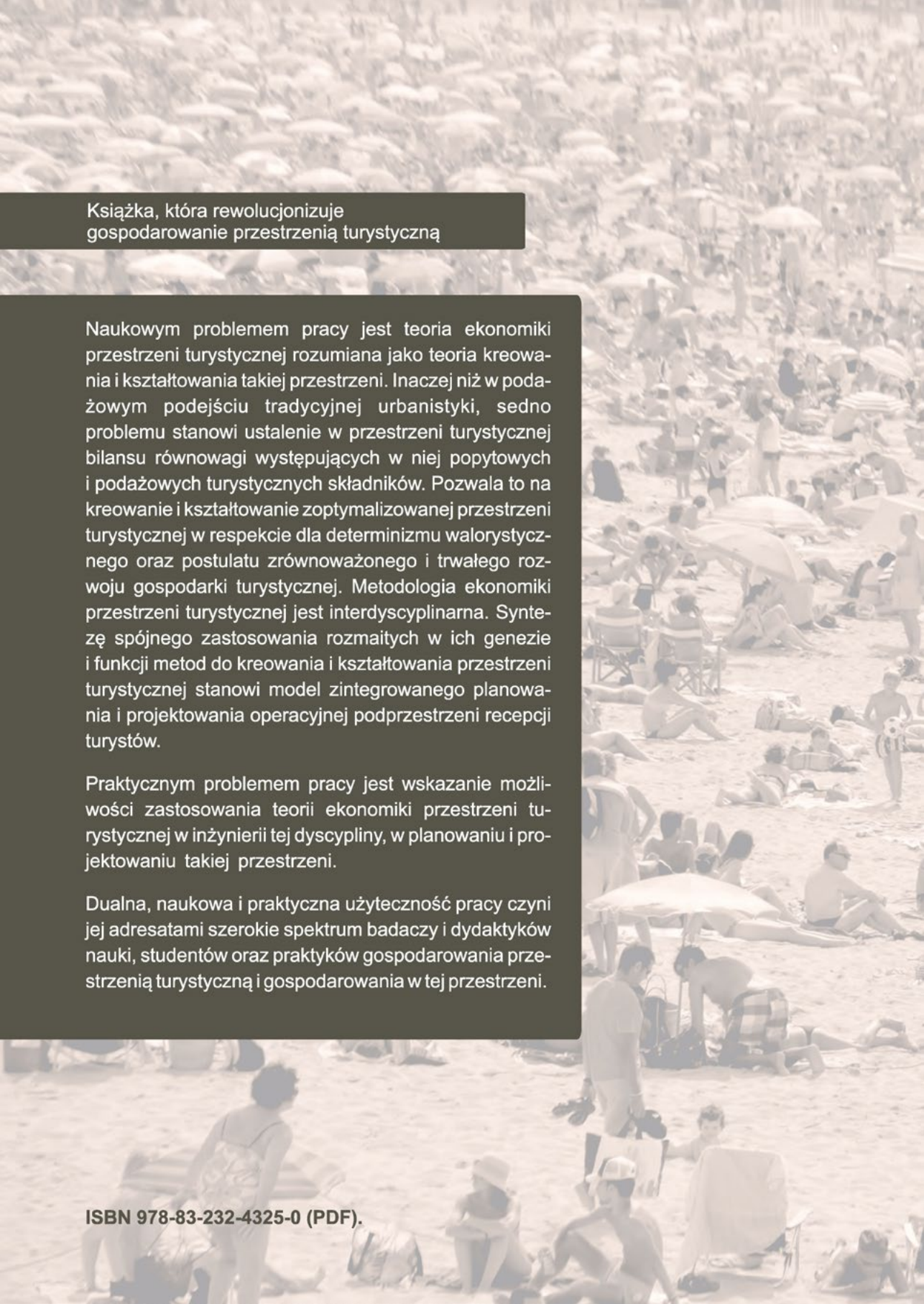
AN OUTLINE OF THE THEORY

A book that is revolutionising the management of tourist space.

A scientific problem of the thesis is the theory of the economics of the tourist space understood as the theory of the creation and formation of this space. Contrary to the supply approach of the traditional urban planning, the core of the problem is the determination of equilibrium in the tourist space between components representing tourism supply and demand. It enables the creation and formation of an optimised tourist space with respect to valoristic determinism and the postulate of durable and sustainable development of the tourism economy. The methodology of the economics of the tourist space is interdisciplinary. The model of integrated planning and design of an operational tourist reception subspace constitutes a synthesis of coherent application of methods for creation and formation of the tourist space, different in their genesis and function.

The practical problem of the thesis is to show the application possibilities of the theory of the economics of the tourist space to engineering, to planning and designing this space.

Dual, scientific and practical usefulness of the thesis makes it open for a large spectrum of researchers and educators, students and practitioners who manage the tourist space and work in it.



Książka, która rewolucjonizuje
gospodarowanie przestrzeni turystyczną

Naukowym problemem pracy jest teoria ekonomiki przestrzeni turystycznej rozumiana jako teoria kreowania i kształtowania takiej przestrzeni. Inaczej niż w podażowym podejściu tradycyjnej urbanistyki, sedno problemu stanowi ustalenie w przestrzeni turystycznej bilansu równowagi występujących w niej popytowych i podażowych turystycznych składników. Pozwala to na kreowanie i kształtowanie zoptymalizowanej przestrzeni turystycznej w respekcie dla determinizmu walorystycznego oraz postulatu zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki turystycznej. Metodologia ekonomiki przestrzeni turystycznej jest interdyscyplinarna. Syntezę spójnego zastosowania rozmaitych w ich genezie i funkcji metod do kreowania i kształtowania przestrzeni turystycznej stanowi model zintegrowanego planowania i projektowania operacyjnej podprzestrzeni recepcji turystów.

Praktycznym problemem pracy jest wskazanie możliwości zastosowania teorii ekonomiki przestrzeni turystycznej w inżynierii tej dyscypliny, w planowaniu i projektowaniu takiej przestrzeni.

Dualna, naukowa i praktyczna użyteczność pracy czyni jej adresatami szerokie spektrum badaczy i dydaktyków nauki, studentów oraz praktyków gospodarowania przestrzenią turystyczną i gospodarowania w tej przestrzeni.