

Wybrane aspekty rozwoju partnerstwa turystycznego w regionie w kontekście podnoszenia atrakcyjności wiejskiego obszaru recepcji

WPROWADZENIE

Partnerstwo w obszarze recepcji turystycznej nabiera szczególnie ważnego znaczenia z punktu widzenia kreowania zintegrowanego produktu turystycznego rozpatrywanego w kategorii obszaru. Współpraca pomiędzy podmiotami współuczestniczącymi w procesie tworzenia oferty turystycznej danego terytorium o charakterze sieciowym, w zależności od stopnia wykształconych relacji może przybierać postać koegzystencji (działań niezależnych), koordynacji (wspólne, nieformalne działania zazwyczaj w zakresie wymiany informacji i promocji produktów) bądź też kooperacji (wspólne, sformalizowane działania, na rzecz określonej przez siebie wizji rozwoju obszaru recepcji turystycznej). Z punktu widzenia rozwoju regionu turystycznego współpraca powinna być rozszerzona także o konkurentów, przybierając formę koopetycji, którymi w odniesieniu do produktu turystyki wiejskiej mogą być sąsiadujące gminy, rywalizujące między sobą o turystów zainteresowanych przyjazdem do określonego regionu.

W świetle coraz mocniej akcentowanej roli partnerstwa w rozwoju obszaru recepcji turystycznej należy postawić pytanie, jak kształtują się relacje partnerskie pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w rozwój turystyki wiejskiej w gminach, które mają ku temu naturalne predyspozycje.

Celem opracowania jest przedstawienie głównych założeń partnerskiej współpracy w gminach ukierunkowanych na rozwój turystyki wiejskiej oraz określenie skali i zakresu jej występowania w wybranych gminach województwa podkarpackiego. Badaniami, realizowanymi w ramach grantu badawczego¹ objęto 30 gmin o naturalnych predyspozycjach do rozwoju turystyki wiejskiej w woj. podkarpackim, z których 15 można uznać za liderów w tej kategorii, natomiast kolejne 15 jednostek jest dopiero na początkowym etapie rozwoju

¹ Grant finansowany ze środków MNiSW Nr N N115 552538 „Obszary aktywności marketingowej jednostki terytorialnej i ich oddziaływanie na rozwój turystyki wiejskiej (na przykładzie województwa podkarpackiego)” pod kierownictwem W. Kuźniar.

w tym względzie. Badania wśród wójtów/burmistrzów (lub wytypowanych przez nich pracowników) przeprowadzono w 2010 roku metodą pogłębionego wywiadu bezpośredniego z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego.

PARTNERSTWO W TURYSTYCE WIEJSKIEJ

Analizując występujące w literaturze przedmiotu liczne definicje partnerstwa można zdaniem autorki określić go najogólniej jako współdziałanie osób i organizacji reprezentujących sektor publiczny, prywatny, jak też pozarządowy, które poprzez dobrowolne zaangażowanie swoich zasobów i wiedzy zmierzają do realizacji wspólnych celów społecznych, osiągając przy tym wzajemne korzyści. Odnosząc się do idei partnerstwa, B. Bramwell i A. Sharman [1999, s. 393] stwierdzają, że współpraca partnerska ma miejsce wtedy, gdy problem ma charakter kompleksowy i pojedyncza organizacja nie potrafi go rozwiązać, stąd też lokalni partnerzy poprzez proces współdziałania wnoszą wkład w rozwiązanie problemu, angażując swoją suwerenność w podejmowanie decyzji na zasadzie konsensusu.

Obserwowane w ostatnich latach działania ukierunkowane na rozwój zintegrowanego produktu turystycznego na obszarach wiejskich wymuszają zaangażowanie i współpracę dużej liczby podmiotów. Tworzone między nimi relacje partnerskie stanowią podstawę partnerstwa turystycznego, bazującego na wzajemnym współdziałaniu w zakresie wspólnej promocji, badań rynkowych, wymiany doświadczeń, informacji, czy współpracy w zakresie uatrakcyjniania oferty turystycznej danego obszaru recepcji.

W literaturze przedmiotu występuje wiele definicji partnerstwa turystycznego, akcentującego przede wszystkim międzysektorowy, publiczno-prywatny charakter oraz różne aspekty tworzonej relacji wewnątrz określonej struktury. Według definicji Ph. Longa partnerstwo turystyczne to wspólne wysiłki autonomicznych podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki, reprezentujących przynajmniej dwa sektory, które uzgodniwszy wspólne reguły, normy i stopień organizacji wzajemnych struktur, podejmują decyzje lub działania w dziedzinach związanych z rozwojem turystyki w określonym obszarze geograficznym [Long, 1997, s. 235–252].

W odniesieniu do obszarów wiejskich, współdziałanie podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki wiejskiej ukierunkowane jest przede wszystkim na jak najlepsze wykorzystanie lokalnych zasobów, które często postrzegane w kategorii słabości (np. peryferyjne położenie, słaby rozwój infrastruktury) dzięki ciekawym pomysłom i podejmowanym inicjatywom mogą się stać atutami turystycznymi danego obszaru. Działania te zmierzają w kierunku wykreowania zintegrowanego produktu turystyki wiejskiej, tym samym zwiększając zainteresowanie turystów ofertą turystyczną danego obszaru.

O końcowych efektach współpracy podmiotów w zakresie tworzenia zintegrowanego produktu turystycznego decyduje wiele czynników (formalno-prawne, organizacyjne, finansowe, rynkowe). Wśród licznych determinant wiodące znaczenie należy jednak przypisać czynnikowi ludzkiemu, czyli osobom współtworzącym podmiotową strukturę systemu turystyki wiejskiej. Otwartość na współpracę i zaangażowanie w realizację projektu turystycznego musi być wsparta profesjonalizmem usługodawców, co można osiągnąć poprzez systematyczne szkolenia, stałe uzupełnianie wiedzy, czy też doskonalenie umiejętności.

WYBRANE PODMIOTY WSPÓŁTWORZĄCE PARTNERSKĄ WSPÓŁPRACĘ W TURYSTYCE WIEJSKIEJ

Do najważniejszych podmiotów współuczestniczących w realizacji przedsięwzięć turystycznych na obszarach wiejskich należy zaliczyć poza podmiotami bezpośrednio świadczącymi usługi turystyczne także władze lokalne, organizacje turystyczne, mieszkańców oraz instytucje wspierające rozwój turystyki, funkcjonujące w sferze regulacyjnej. Wśród podmiotów wspierających pośrednio rozwój funkcji turystycznej najczęściej wyodrębnia się instytucje otoczenia rynkowego oraz administrację turystyczną [Zmyślony, 2008, s. 21–23].

Podstawową grupę podmiotów współuczestniczących w realizacji partnerskiej współpracy w zakresie kreowania zintegrowanego produktu turystycznego na obszarach wiejskich stanowią przedsiębiorstwa turystyczne, obejmujące zarówno podmioty zajmujące się bezpośrednio obsługą turystów, jak też świadczące usługi uzupełniające, np. jednostki kulturalne, przedsiębiorstwa transportowe czy przedsiębiorstwa administrujące ośrodki wczasowe [Gołembski, 2009, s. 257–258].

Ze względu na specyficzny charakter turystyki wiejskiej, w tym zwłaszcza agroturystyki i agroekoturystyki, specyficzną grupę podmiotów zaangażowanych w świadczenie usług turystycznych na wsi stanowią rolnicy, których rozwój turystyki aktywizuje do podejmowania różnych dodatkowych zajęć. A.P. Wiatrak wskazuje na wielokierunkowe obszary ich aktywności w tym zakresie, np. w dziedzinie wypoczynku w gospodarstwie rolniczym, produkcja rolnicza i przetwórstwo dla potrzeb turystyki, wyrób i sprzedaż pamiątek z danego regionu, czy pielęgnacja krajobrazu [Wiatrak, 2007, s. 38–39]. Wyodrębnione kategorie aktywności mają bezpośredni bądź pośredni związek z zaspokajaniem potrzeb turystów i kształtowaniem ich satysfakcji, której poziom uwarunkowany jest między innymi zakresem partnerskiego współdziałania wyodrębnionych grup.

W rozwoju partnerstwa turystycznego na poziomie danego obszaru recepcji ważną rolę, zwłaszcza w zakresie koordynacji działań pełnią władze samorządowe. W procesie tworzenia złożonego produktu turystycznego przedstawiciele samorządu terytorialnego dzięki właściwemu i umiejętnemu wykorzystaniu

narzędzi, które mają do dyspozycji, powinni stymulować działania podmiotów gospodarczych w kierunku wzbogacenia oferty miejscowości, gminy, czy też regionu. Dotyczy to w istotny sposób tworzenia atrakcyjnych warunków również dla inwestorów, pragnących lokować kapitał w różne elementy infrastruktury turystycznej [Kornak, Rapacz, 2001, s. 135]. Funkcja władz lokalnych w zakresie rozwoju partnerstwa turystycznego sprowadza się głównie do roli ogniwa łączącego podejmowane inicjatywy (integratora, koordynatora, a czasem także katalizatora), tworząc sprzyjające warunki do rozwoju turystyki wiejskiej.

Szczególnie ważną grupę podmiotów zaangażowanych w rozwój partnerstwa turystycznego na obszarach wiejskich pełnią organizacje i stowarzyszenia turystyczne, agencje i fundacje rozwoju regionalnego, ośrodki innowacji i przedsiębiorczości czy organizacje samorządu gospodarczego. Jest to bardzo zróżnicowana grupa podmiotów, z których część ma rozbudowane struktury terytorialne, tworząc naturalne zaplecze instytucjonalne turystyki w regionie. Do ich najważniejszych zadań w zakresie partnerstwa turystycznego w odniesieniu do tej grupy podmiotów A. Panasiuk zalicza integrację poszczególnych branż oraz współpracę między przedsiębiorcami, lobbing branżowy kierowany do podmiotów publicznych realizujących politykę turystyczną, podejmowanie działań pro-jakościowych, w tym rekomendacja podmiotów w ramach branży, inicjatywy w zakresie promocji, innowacji itp. [Panasiuk, 2008, s. 32–33]. Wśród wyodrębnionych grup szczególną rolę w zakresie rozwoju partnerstwa turystycznego należy przypisać organizacjom pozarządowym o profilu turystycznym, w tym zwłaszcza regionalnym i lokalnym organizacjom turystycznym, których powstanie stworzyło szansę na formalną współpracę, podejmowanie wspólnych projektów, pozyskiwanie zewnętrznych środków finansowych i zwiększenie wykorzystania własnych środków, a także na stałą wymianę poglądów, dyskusje nad celami działania i wymianę informacji między podmiotami. Pozwala to, przy jednoczesnym udziale samorządu terytorialnego jako członka organizacji partnerskiej, na wykorzystanie wiedzy osób reprezentujących środowisko turystyczne i zaspokojenie ich celów, osiągając przy tym wielopłaszczyznowe korzyści.

OCENA ROZWOJU PARTNERSTWA TURYSTYCZNEGO NA PODKARPACKIEJ WSI – WYBRANE ASPEKTY

Jako punkt wyjścia w ocenie partnerstwa publiczno-prywatnego, bazującego głównie na współpracy władz lokalnych z organizacjami pozarządowymi w badanych 30 gminach województwa podkarpackiego, uznano stan ilościowy organizacji pozarządowych, które w swoich założeniach ukierunkowane są na rozwój lokalnej przedsiębiorczości, w tym także poprzez turystykę wiejską. Jako miernik ich nasycenia przyjęto średnią liczbę organizacji przypadającą na jedną

badaną gminę, która wynosiła 2,52. Dokonując ewidencji stanu liczbowego uwzględniono te podmioty, które bezpośrednio bądź pośrednio sprzyjają rozwojowi turystyki w badanej gminie.

Analizując stan liczbowy organizacji pozarządowych w gminach ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej zauważono duże zróżnicowanie pomiędzy gminami o wysokim (średnia 3,47) i niskim (średnia 1,6) rozwoju turystyki. Obliczone wskaźniki wskazują na zdecydowanie wyższe nasycenie jednostkami pozarządowymi w gminach o bogatych tradycjach turystycznych. Sytuacja ta skłania do postawienia pytania o relacje przyczynowo-skutkowe, a mianowicie czy to rozwój przedsięwzięć turystycznych zainicjował powstanie organizacji i stowarzyszeń powiązanych z rozwojem lokalnej przedsiębiorczości, w tym turystyki, czy też aktywnie działające podmioty bazujące na partnerskim współdziałaniu stały się stymulantą rozwoju funkcji turystycznej na danym terytorium. Mimo że analiza tych zjawisk w układzie czasowym i przestrzennym nie pozwala na jednoznaczną odpowiedź, to jednak skłania do stwierdzenia, że występuje zależność pomiędzy stopniem rozwoju turystyki a aktywnością działania i oceną jakości partnerskiej współpracy przedstawicieli władz gminnych.

W trakcie prowadzonych badań wśród wójtów/burmistrzów wytypowanych gmin poproszono respondentów o dokonanie oceny rozwoju partnerstwa turystycznego. Bazując głównie na zakresie współpracy władz gminy z lokalnymi organizacjami proturystycznymi przedstawiciele badanych jednostek w żadnym przypadku nie ocenili partnerskich relacji jako złe (tab. 1).

Tabela 1. Ocena partnerskiej współpracy w zakresie turystyki wiejskiej w gminie w opinii wójtów/burmistrzów (w %)

Ocena	Gminy ogółem	W tym gminy o stopniu rozwoju turystyki	
		wysokim	niskim
Bardzo dobra	13,3	20,0	6,6
Dobra	53,4	60,0	46,7
Średnia	33,3	20,0	46,7
Zła	-	-	-

Źródło: badania własne.

Analiza oceny partnerskiej współpracy w zakresie turystyki wiejskiej udzielonej przez przedstawicieli lokalnych władz pozwala na stwierdzenie, że bardziej aktywne pod względem inicjatyw lokalnych są społeczności gmin o wysokim stopniu rozwoju turystyki. Ich skuteczność działania w dużej mierze uwarunkowana jest otwartością na współpracę i wsparciem ze strony władz samorządowych. W praktyce, w ramach współdziałania władz gminnych z organizacjami pozarządowymi powierza się im wykonywanie zadań publicznych lub wspieranie takich zadań wraz z udzieleniem dotacji, udostępnia się lokale na

spotkania, czy szkolenia, współpracuje się w pozyskiwaniu środków finansowych z innych źródeł, przeprowadza konsultacje i szkolenia, pomaga w nawiązywaniu kontaktów krajowych i międzynarodowych oraz promuje działalność NGO na zewnątrz.

Dobrym przykładem partnerskiej współpracy organizacji pozarządowych, sektora prywatnego i publicznego oraz innych instytucji i mieszkańców działających na rzecz rozwoju turystyki może być Grupa Partnerska „Zielone Bieszczady”. W partnerską współpracę zaangażowanych jest ponad 90 podmiotów. Celem Grupy jest zintegrowanie rozproszonych dotychczas działań organizacji pozarządowych i samorządów lokalnych na rzecz Bieszczadów oraz przyciągnięcie do współpracy lokalnych przedsiębiorców, podniesienie jakości życia mieszkańców i stworzenie spójnego programu dla zrównoważonego rozwoju tego obszaru. Jednym z najważniejszych osiągnięć Grupy jest powstanie atrakcyjnego produktu turystycznego Bieszczadów, jakim jest szlak turystyczny „Zielony Rower – Greenway Karpaty Wschodnie”. Wśród funkcjonujących organizacji działających w ramach Grupy Partnerskiej „Zielone Bieszczady” ważną rolę w zakresie aktywności marketingowej pełnią lokalne stowarzyszenia. Ciekawym efektem partnerskiej współpracy na poziomie ponadgminnym, koordynowanym przez członka Grupy Partnerskiej – Stowarzyszenie „BieS” w Lutowskiach było powołanie w ramach realizowanego projektu „Bieszczadzkiego Centrum Promocji i Certyfikacji Produktu Lokalnego”, które wypracowało zasady przyznawania certyfikatów bieszczadzkim produktom lokalnym. Przeprowadzony pogłębiony wywiad z członkiem Zarządu Stowarzyszenia potwierdza tezę, że bez wsparcia władz lokalnych, a przede wszystkim bez inicjatyw oddolnych ludzi, którzy bezinteresownie angażują nie tylko swój czas, ale też często środki materialne, takie przedsięwzięcia nie miałyby szansy powodzenia. Przedstawione, wybrane inicjatywy podejmowane przez lokalne podmioty współdziałające ze sobą na zasadach partnerstwa, są przykładem udanej współpracy samorządów, stowarzyszeń czy przedsiębiorców, których efektem jest podnoszenie jakości unikalnego produktu turystycznego, jakim bez wątpienia są Bieszczady.

PODSUMOWANIE

Zmiany jakościowe w rozwoju turystyki wiejskiej zmierzają w kierunku rozwoju zintegrowanego produktu danego obszaru recepcji, którego tworzenie wymaga zaangażowania i partnerskiej współpracy wielu podmiotów o różnej formule prawnej. Jest to złożony i długotrwały proces, wymagający zintegrowania i instytucjonalizowania podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki danego obszaru.

Wieloletnie obserwacje i doświadczenia osób związanych z koordynacją rozwoju turystyki wiejskiej wskazują, że cele te zostaną osiągnięte wtedy, gdy

pokonane zostaną przeszkody w rozwoju partnerstwa turystycznego, które mimo że w wymiarze ilościowym systematycznie się rozwija, to jednak zakres jakościowy podejmowanych przedsięwzięć wciąż jest niewystarczający. Jak wynika z wielu przykładów praktycznych, tam gdzie działający zespołowo usługodawcy współpracowali na zasadach partnerstwa z lokalnymi samorządami oraz innymi instytucjami wspierającymi rozwój turystyki, stwierdzano większą dynamikę działania, innowacyjność i różnorodność produktów oraz bardziej zaawansowane procesy komercjalizacji [Strzembicki, 2011, s. 31]. Kształtowanie postaw otwartych na rozwój partnerskich więzi w obrębie podmiotów tworzących strukturę systemu turystyki staje się zatem warunkiem koniecznym do stworzenia oryginalnego, przyciągającego uwagę turystów zintegrowanego produktu turystycznego na obszarach wiejskich.

Przeprowadzone, pogłębione wywiady z przedstawicielami władz lokalnych oraz stowarzyszeń turystycznych wskazują, że zakres, jakość, a także samo podejście do problemu współpracy jest zróżnicowane, uwarunkowane często cechami indywidualnymi osób zaangażowanych w rozwój turystyki na danym terenie. Pozytywne przykłady inicjatyw oddolnych w zakresie partnerskiej współpracy, najczęściej powiązane były z aktywnością w tym względzie tzw. „ludzi z pasją”, reprezentujących zazwyczaj lokalne stowarzyszenia i fundacje, którzy dzięki oryginalnym pomysłom i determinacji doprowadzili do powstania interesujących, zintegrowanych produktów turystycznych. Można zatem stwierdzić, że partnerstwo to przede wszystkim przedsiębiorczy, otwarci na nowe wyzwania ludzie, z kolei brak zaangażowania czy determinacji stanowi poważną barierę, utrudniając budowanie skutecznych inicjatyw partnerskich w zakresie rozwoju turystyki wiejskiej.

LITERATURA

- Bramwell B., Sharman A., 1999, *Collaboration in local tourism policymaking*, "Annals of Tourism Research", Vol. 26, No. 2.
- Gołębski G., 2009, *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gray B., 1989, *Collaborating: Finding Common Ground for Multiparty Problems*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Kornak A., Rapacz A., 2001, *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- Long Ph., 1997, *Researching Tourism Partnership Organization: From Practice to Theory to Metodology* [w:] *Quality Management in Urban Tourism*, red. P.E. Murphy, John Wiley&Sons, Chichester.
- Panasiuk A. (red.), 2008, *Gospodarka turystyczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Strzembicki L., 2011, *Determinanty procesu komercjalizacji produktu turystyki wiejskiej* [w:] *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, red. C. Jastrzębski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa w Kielcach, Kielce.
- Wiatrak A.P., 2007, *Turystyka wiejska w kontekście zagospodarowania zasobów ludzkich na obszarach wiejskich* [w:] *Rola władz samorządowych w rozwoju turystyki w kontekście wykorzystania zasobów ludzkich na przykładzie woj. podkarpackiego*, red. S. Makarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Zmyślony P., 2008, *Partnerstwo i przywództwo w regionie turystycznym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.

Streszczenie

W opracowaniu przedstawiono wybrane aspekty kształtowania partnerstwa w regionie w kontekście rozwoju zintegrowanego produktu w turystyce wiejskiej. Na tle rozważań teoretycznych odnoszących się do istoty i uwarunkowań rozwoju partnerstwa turystycznego zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych w formie wywiadu bezpośredniego wśród 30 wójtów/burmistrzów z gmin wiejskich i miejsko-wiejskich woj. podkarpackiego. Wśród badanej grupy gmin 15 jednostek posiadało wysoko rozwiniętą funkcję turystyczną, natomiast pozostałe 15 znajdowało się na początkowym etapie jej rozwoju. Wyniki badań wskazują na zróżnicowany poziom partnerstwa turystycznego, które w gminach o wysokim stopniu rozwoju turystyki jest już w zaawansowanej fazie. Działa tam wiele organizacji pozarządowych, podejmujących ciekawe inicjatywy w zakresie turystyki wiejskiej. Inspiracją do tworzenia partnerskich inicjatyw są „ludzie z pasją”, reprezentujący zazwyczaj lokalne stowarzyszenia i fundacje, których oryginalne pomysły i determinacja stanowi źródło sukcesu w partnerstwie turystycznym.

Selected Aspects of Development of Tourism Partnership in a Region in the Context of Increasing the Attractiveness of Rural Area of Reception

Summary

The study presents selected aspects of shaping partnership in a region in the context of integrated product development in rural tourism. On the background of theoretical considerations regarding the essence and conditions of tourism partnership development, outcomes were presented of research conducted in form of direct interviews among 30 village leaders / mayors from communes of the voivodeship of podkarpackie. Among the analysed group of communes, 15 entities had a highly developed tourist function, whereas the remaining 15 were at the initial stage of its development. Research outcomes indicate a differentiated level of tourist partnership, which in communes with a highly developed tourism level is already at an advanced stage. There are a lot of non-government organisations, taking interesting initiatives in the area of rural tourism. 'People with passion' are an inspiration for creating partnership initiatives, who usually represent local associations and foundations and whose original ideas and determination are the source of success in tourism partnership.