



INSTYTUT NA RZECZ EKOROZWOJU



ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA TURYSTÓW

Jolanta Kamieniecka

Warszawa 2012

Wydawca:

Institut na rzecz Ekorozwoju
ul. Nabełaka 15 lok. 1, 00-743 Warszawa
tel. 22 851-04-02, -03, -04; faks 22 851-04-00
e-mail: ine@ine-isd.org.pl, <http://www.ine-isd.org.pl>

Institut na rzecz Ekorozwoju (InE) jest organizacją pozarządową typu *think-tank*. Powstał w 1990 r. z inicjatywy kilku członków Polskiego Klubu Ekologicznego. Zajmuje się promowaniem oraz wdrażaniem zasad zrównoważonego rozwoju Polski, wspiera proekologiczną restrukturyzację gospodarki i podnoszenie poziomu świadomości ekologicznej społeczeństwa. Kieruje się misją budowania pozytywnych relacji między rozwojem społecznym i gospodarczym a ochroną środowiska; występuje w interesie obecnego i przyszłych pokoleń. Współpracuje z krajowym i europejskim ruchem pozarządowym, stale pogłębia doświadczenie w tworzeniu strategii ekorozwoju, współdziałając ze społecznościami lokalnymi; projekty realizuje wspólnie z partnerami społecznymi, ekologicznymi i z otoczenia biznesu. Publikacje Instytutu kierowane są do ogółu społeczeństwa. Wykorzystują je m.in. parlamentarzyści, administracja rządowa i samorządowa, naukowcy, nauczyciele, studenci i uczniowie.

Institucje i osoby pragnące wesprzeć działalność na rzecz ekorozwoju mogą dokonywać wpłat na konto:
Bank PeKaO SA, II Oddział w Warszawie. Wpłaty w PLN: 92 1240 1024 1111 0000 0267 8197

Redakcja językowa: Ewa Sulejczak

Projekt okładki i układu graficznego: Grażyna Marciniak-Bartoszewska

Skład komputerowy, druk i oprawa: GMB

© Copyright by Institut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2012

Praca oddana do druku w kwietniu 2012 r.

ISBN 978-83-89495-98-3





INSTYTUT NA RZECZ EKOROZWOJU

ŚWIADOMOŚĆ EKOLOGICZNA TURYSTÓW

Interpretacja wyników badania socjologicznego
„Turyści a Natura 2000”

Jolanta Kamieniecka

Publikacja powstała w ramach projektu „Szerokie wody Natura 2000”
realizowanego w latach 2010-2012 przez Instytut na rzecz Ekorozwoju
przy wsparciu finansowym



NARODOWEGO FUNDUSZU OCHRONY ŚRODOWISKA
I GOSPODARKI WODNEJ

Warszawa 2012

Spis treści

WPROWADZENIE	5	
Część I	BADANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ TURYSTÓW	7
	TŁO	7
	METODA BADANIA	7
	CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW I PIERWSZE WNIOSKI	10
Część II	ANALIZA I INTERPRETACJA WYNIKÓW	14
	ŹRÓDŁA WIEDZY O PRZYRODNICZYCH WALORACH REGIONÓW TURYSTYCZNYCH	14
	PREFERENCJE TURYSTÓW	16
	ZAGROŻENIA ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO W REGIONACH TURYSTYCZNYCH	18
	TURYSTYKA A OBSZARY NATURA 2000	20
	„ZIELONY WIZERUNEK” OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH	25
	ROLA OCHRONY PRZYRODY W ROZWOJU TURYSTYKI	27
Część III	PODSUMOWANIE	31
	WNIOSKI	31
	CO DALEJ?	34

Wprowadzenie



W 2011 roku, na zlecenie Instytutu na rzecz Ekorozwoju (InE), ankieterzy Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) zebrali informacje służące rozpoznaniu świadomości ekologicznej turystów. Badanie to zostało wykonane w ramach projektu edukacyjnego „Szerokie wody Natury 2000”, współfinansowanego przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.¹ Jego wyniki zostały zilustrowane wykresami i opisane w: *Turyści a Natura 2000. Raport z badania*, który zamieszczono na portalu „Natura 2000 i turystyka”.²

Długoletnie doświadczenie autorki w sferze badań nad turystyką oraz w edukacji na rzecz wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce, umożliwiają wyciągnięcie dalej idących wniosków, czemu poświęcona jest niniejsza publikacja.

Doświadczenie to wykazuje przede wszystkim, że brakuje rozpoznania stosunku organizatorów turystyki i samych turystów do ochrony tych komponentów środowiska przyrodniczego, które stanowią o walorach wypoczynkowych czy rekreacyjnych regionu, a to wykracza poza ocenę jedynie jego atrakcyjności krajobrazowej.

Wszyscy – gospodarze regionów, ich mieszkańcy i goście – deklarują dbałość o środowisko, ale deklaracje nie zawsze znajdują pokrycie w ich postawach i działaniach.

To oznacza konieczność podnoszenia poziomu świadomości ekologicznej, wzmacniania jej merytorycznie. Warto zatem jej się przyglądać, obserwować ją, badać.

Wyniki uzyskane z badań ankietowych oraz ich pogłębiona analiza dostarczają wielu nowych informacji dotyczących świadomości ekologicznej dorosłych Polaków wypoczywających w regionach cennych przyrodniczo, a ponadto umożliwiają rozpoznanie stosunku dorosłych Polaków do najnowszych problemów ochrony przyrody w Polsce. Konieczność takich badań wyniknęła z potrzeby określenia relacji między rozwojem turystyki a funkcjonowaniem Europejskiej Sieci Ekologicznej Natura 2000. Powoływanie kolejnych obszarów chronionych i tworzenie ich sieci budzą na razie więcej emocji, konfliktów i krytyki niż innowacji i satysfakcji z posiadania osobliwości przyrody o randze europejskiej. Badania opinii turystów – choć nie były zakrojone na szeroką skalę – przyniosły równocześnie świeże spojrzenie na to, jak stymulować zrównoważony rozwój turystyki ekopolityką, kogo w nią angażować, kogo obarczać odpowiedzialnością.

1 Autorką koncepcji badania „Turyści a Natura 2000” jest Jolanta Kamieniecka, która ponadto nadzorowała prace zespołu opracowującego *Raport z badania*: Alina Stanaszek i Magdalena Tędziągolska przy współpracy Bożenny Wójcik (specjalistki ds. ochrony przyrody, InE) i Jolanty Kamienieckiej (specjalistki ds. turystyki, InE) przy koordynacji Franciszka Jackła (InE). Opis wyników wzbogacili: dr Anna Kalinowska (specjalistka ds. edukacji ekologicznej) i dr Janusz Radziejewski (specjalista ds. turystyki na obszarach chronionych).

2 Stanaszek A., Tędziągolska M. przy współpracy J. Kamienieckiej i B. Wójcik, *Turyści a Natura 2000. Raport z badania*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2011.

Doświadczenie podpowiada, że ekopolityka w dziedzinie turystyki jest potrzebna przede wszystkim samej turystyce, a to dla zrównoważenia jej rozwoju – zintegrowania go z dbałością o środowisko przyrodnicze jako naturalną bazą atrakcyjności tej branży – oraz z potrzebami społeczności lokalnych i turystów, bo dla nich wysoka jakość zasobów przyrodniczych jest składową wysokiej jakości życia.

Ekopolityka realizowana szerzej niż w samej branży turystycznej – w jej szerokim otoczeniu, poprzez jej szerokie powiązania interdyscyplinarne – winna służyć podnoszeniu poziomu świadomości ekologicznej społeczeństwa na różnych poziomach jego partycypacji – od podejmowania decyzji, poprzez działalność przedsiębiorstw turystycznych i ich partnerów, do postaw i zachowań konsumenckich.

Turyści, jako konsumenci dóbr i usług, niezbędnych do realizacji celów wypoczynku, definiowanego jako proces regeneracji sił fizycznych i psychicznych człowieka, mają coraz bardziej uświadomione potrzeby, a w ślad za tym – coraz szersze wymagania. Warto zauważyć, że między innymi to właśnie coraz lepsza świadomość ekologiczna społeczeństwa potrzeby i wymagania turystyczne stawia też na wyższym poziomie.

Z badań przeprowadzonych w ubiegłym roku widać, że niemała jest wrażliwość turystów na ogólne sprawy ochrony środowiska, a wśród nich i stan przyrody. Lepsza czy gorsza znajomość istoty różnych form jej ochrony – w tym Obszarów Natura 2000 - nie oznacza braku krytycznego spojrzenia na zachowania wszystkich uczestników turystyki: samych turystów, gospodarzy obiektów i mieszkańców regionów turystycznych, władz samorządowych i polityków kreujących zrównoważony rozwój.

Zatem tym wszystkim, dla których turystyka przyjazna środowisku jest ich własnym sposobem na wypoczynek, ale i celem polskiej gospodarki turystycznej, polecać można wyniki badań świadomości ekologicznej Polaków – turystów, o czym mówią kolejne części tej broszury.

Część I

BADANIE ŚWIADOMOŚCI EKOLOGICZNEJ TURYSTÓW



TŁO

Instytut na rzecz Ekorozwoju zajmuje się badaniem poziomu świadomości ekologicznej polskiego społeczeństwa od wielu lat³, ale badanie jednej z grup – turystów – podjął po raz pierwszy. Zostało ono pomyślane jako jedno z zadań powiązanych z celami portalu „Natura 2000 i turystyka”⁴. Portal jest przydatny turystom i organizatorom turystyki, bo niesie informacje o obszarach Natura 2000, które to tworzy się najczęściej na terenach najcenniejszych przyrodniczo i zarazem najatrakcyjniejszych dla turystów.

METODA BADANIA

Założenia i koncepcja badania przewidywały zastosowanie metody wywiadu terenowego, przeprowadzonego z określoną grupą respondentów, według zestawu pytań zawartych w formularzu badawczym wypełnianym przez ankietera.

Cel badania

Celem badania było poznanie stosunku polskich turystów do przyrodniczych walorów turystycznych – zwłaszcza do potrzeby i form ich ochrony.

Nie chodziło więc o ochronę środowiska i walory przyrody z wielu różnych punktów widzenia. **W badaniu zwraca uwagę zamierzone ukierunkowanie odpowiedzi respondentów szczególnie na te cechy środowiska przyrodniczego, które czynią je atrakcyjnym dla turystyki. Zamierzano w ten sposób odróżnić badanie od poprzednich poświęconych świadomości ekologicznej, w których analizowane opinie zwykle odnosiły się do ogólnych (a nie wybranych, tak jak tu – turystycznych) funkcji przyrody oraz do postaw i zachowań ludzi na co dzień, a nie w czasie, gdy są turystami.**

Liczne badania potwierdzają, że turystów interesują: cisza, spokój, czyste powietrze i zbiorniki wodne, tereny zalesione lub otwarty krajobraz. To są właśnie elementy decydujące o przyrodniczych walorach turystycznych. Poziom świadomości ekologicznej społeczeństwa postanowiono więc zbadać poprzez poznanie stosunku turystów do przyrody charakteryzującej się walorami turystycznymi.

3 Najważniejsze opracowania InE dotyczące świadomości ekologicznej Polaków i turystyki oraz Natury 2000 są wymienione na 3. stronie okładki niniejszej publikacji.

4 Portal „Natura 2000 a turystyka” (<http://natura2000.org.pl>) jest źródłem wiedzy o nowej w Polsce formie ochrony przyrody (określonych gatunków i siedlisk o randze europejskiej), służy edukacji i komunikowaniu się różnych środowisk zainteresowanych turystyką przyjazną środowisku.

Pytanie o walory turystyczne środowiska, a nie o jego ogólny stan i wymogi ochrony, jest zasadne również dlatego, że w powszechnym odbiorze nie rozróżnia się wartości środowiska niezbędnych dla jego funkcji ekologicznych od jego cech, które są niezbędne lub szczególnie ważne dla turystyki. Najczęściej kryterium oceny i stanu, i atrakcyjności przyrody stanowi piękno krajobrazu. Takie całościowe postrzeganie środowiska jest czynnikiem utrudniającym postrzeganie i ocenę poszczególnych komponentów, cech danego lasu, jeziora, charakterystycznej dla regionu rzeźby terenu oraz np. zbiorowisk roślinnych czy specyficznych układów przestrzennych. Nie zawsze przecież to, co buduje krajobraz, stwarza dogodne warunki dla rekreacji. Wręcz barierą dla ruchu turystycznego są np. gęsty las, duże deniwelacje terenu, podmokłe łąki, urwiska.

Oceniając przyrodnicze walory turystyczne, turysta zwykle nie bierze pod uwagę ani starań o oszczędne gospodarowanie zasobami środowiska czy marnowania tych zasobów, ani sposobu ich zagospodarowania dla potrzeb turystyki czy uwzględniania tych zasobów w decyzjach i realizacji zagospodarowania terenu. Zawsze powinno się jednak pamiętać, że zasoby środowiska są nie tylko bazą turystyki, ale również – a może przede wszystkim – podstawą warunków życia mieszkańców regionów turystycznych. Dzielenie się tymi zasobami wymaga od obu społeczności (stałych mieszkańców i turystów) wrażliwości na stan zasobów oraz znacznej świadomości ekologicznej, w tym doceniania wysokiej wartości osobliwości przyrody (nie tylko turystycznych) danego obszaru.

Przy tych założeniach cel badania był oczywiście głębszy niż tylko poznanie ogólnej opinii turystów o przyrodniczych walorach turystycznych.

By osiągnąć cel badania, skoncentrowano się na poznaniu:

- znaczenia przyrodniczych walorów regionów turystycznych dla wypoczywających tam turystów;
- stanu ogólnej wiedzy turystów o obszarach Natura 2000 oraz oceny znaczenia tych obszarów dla rozwoju turystyki przyjaznej środowisku;
- stosunku turystów do ochrony środowiska przyrodniczego oraz ich postaw wobec turystyki zrównoważonej.

Czas i miejsce badania

Badanie przeprowadzono w dniach 7-22 lipca 2011 r. Termin nie był przypadkowy – to szczyt sezonu wakacyjnego. Czas wolny od pracy i obowiązków rodzinnych oraz nastawienie na relaks i poznawanie stymulujące rozwój osobowości sprzyjają przemyśleniom i korygowaniu poglądów. W czasie urlopu – w kontakcie z przyrodą, w nowym otoczeniu – łatwiej dostrzec to, co przez cały rok jest „niewidzialne” (czyli środowisko przyrodnicze i procesy w nim zachodzące), łatwiej poczuć, że ochrona przyrody jest zadaniem dotyczącym każdego z nas z osobna i wszystkich razem – całego społeczeństwa.

Badanie przeprowadzono w trzech regionach, które charakteryzują się równocześnie dużą krajobrazową atrakcyjnością turystyczną oraz znacznymi walorami środowiska przyrodniczego (część każdego z nich leży w obrębie obszarów Natura 2000).

Są to:

- **Pomorz** **Gdańskie** – 220 wywiadów (Jastarnia 50%, Łeba 50%);
- **Kraina Wielkich Jezior Mazurskich** – 170 wywiadów (Mikołajki 50%, Ruciane-Nida 50%);
- **Dolina Baryczy** – 110 wywiadów (Milicz 60%, Żmigród 40%).

Wspólną cechą wybranych obszarów i miejscowości turystycznych, w których przeprowadzono badanie jest ich położenie w strefach krajobrazowych silnie powiązanych ze środowiskiem wodnym. Ankietowano turystów w dwóch miejscowościach nadmorskich, dwóch – w strefie pojezierzy oraz w dwóch położonych w dolinie rzeki w pobliżu terenów podmokłych i w rejonie kompleksu stawów (tego typu krajobrazy są mało znane turystycznie, dopiero rozwijają bazę i usługi). Wszystkie miejscowości pełnią funkcje centrów recepcyjnych i regionalnych ośrodków rozrządowych ruchu turystycznego.

Dobór respondentów

Badaniem objęto 500 respondentów – obywatele polskich wypoczywających w regionach cennych przyrodniczo. Opierając się na danych dotyczących liczby wykorzystanych miejsc noclegowych w latach 2008 i 2010 w tych regionach, zastosowano kwotowy dobór próby; w każdym z regionów podział liczby wywiadów pomiędzy miejscowości był proporcjonalny do wielkości ruchu turystycznego w tych miejscowościach (według GUS). Ankietowano turystów w wieku 20–80 lat, którzy przyjechali do objętych badaniem miejscowości na co najmniej trzydniowy wypoczynek.⁵

Badano zatem opinie dorosłych Polaków. To oznacza, że pominięto ważnych uczestników ruchu turystycznego – młodzież i turystów zagranicznych, ponieważ:

- poglądom młodzieży na tematy związane z ochroną przyrody, ochroną środowiska i istotą Europejskiej Sieci Ekologicznej Natura 2000 Instytut na rzecz Ekorozwoju poświęcił szczególną uwagę w osobnym – wcześniejszym badaniu;⁶
- przyjęto, że świadomość ekologiczna przebywających w Polsce turystów zagranicznych, zwłaszcza w odniesieniu do obszarów Natura 2000, znacząco odbiega od świadomości obywateli polskich (w Europie Zachodniej ta forma ochrony przyrody funkcjonuje znacznie dłużej niż w Polsce).

Ankieta⁷ została zbudowana tak, by oprócz zagadnień nowych, specyficznych dla turystyki, dostarczyła odpowiedzi również na pytania analogiczne do zadawanych we wcześniejszym badaniu opinii młodzieży oraz w jeszcze wcześniejszych badaniach poziomu świadomości ekologicznej Polaków, które Instytut prowadzi od wielu lat.⁸

5 Według metodologii doboru grupy CBOS. Patrz: Stanaszek A., Tędziągolska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit.

6 *Młodzież a Natura 2000*, K. Kamiński (nadzór merytoryczny), F. Jackl (koordynacja), A. Golec (współpraca). Zeszyt edukacyjny Instytutu na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2011.

7 Formularz badawczy (Ankieta badawcza „Turyści a Natura 2000”) opracowały: Jolanta Kamińska, Alina Stanaszek i Magdalena Tędziągolska przy współpracy Bożenney Wójcik.

8 Por. przypis 3, s. 7.

CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW I PIERWSZE WNIOSKI

Odpowiedzi na pytania ankierów analizowano, uwzględniając następujące cechy respondentów: płeć, wiek, wykształcenie, sytuacja materialna, związek z działalnością turystyczną lub działalnością na rzecz ochrony środowiska, miejsce zakwaterowania oraz region, w którym wypoczywali. W raporcie z badania zwrócono uwagę tylko na te cechy, które różnicowały odpowiedzi. Pozostałe cechy w opisie wyników pominięto.⁹

Płeć i wiek

Założono, że liczebność grup kobiet i mężczyzn będzie taka sama, a struktura wiekowa będzie odpowiadać strukturze dorosłej ludności Polski. Na pytania ankierów odpowiedziała zatem taka sama liczba kobiet i mężczyzn, a liczba badanych turystów w poszczególnych grupach wiekowych (20-34, 35-50, 51-65 i 66-80) była różna (odpowiednio: 160, 150, 140 i 50).

Sytuacja materialna badanych

Wśród respondentów, którzy ujawnili dochody swojego gospodarstwa domowego, 64% dysponuje dochodem powyżej 1000 PLN na osobę miesięcznie (co trzeci badany – powyżej 1500 PLN na osobę). Jedynie kilkanaście procent respondentów uzyskuje dochody poniżej 750 PLN na osobę.

Sytuację materialną ankietowanych można ocenić jako dobrą. Najniższe były dochody turystów wypoczywających w Dolinie Baryczy, głównie emerytów i uczniów lub studentów¹⁰.

Miejsce stałego zamieszkania

Respondenci w połowie pochodzili z dużych miast. Dużą grupę (43%) stanowili też mieszkańcy miast liczących od 20 tys. do 50 tys. mieszkańców.

Wykształcenie

78% respondentów zadeklarowało wykształcenie wyższe i średnie. Już na wstępie można się zatem spodziewać stosunkowo dobrej znajomości problemów ochrony środowiska.

Aktywność zawodowo-społeczna

Zawodowy związek z ochroną środowiska lub z turystyką zadeklarowało łącznie tylko 30 osób (6%). Na odpowiedzi tych osób, teoretycznie mających większą wiedzę na temat ochrony środowiska niż pozostali respondenci, w czasie analizy wyników zwrócono szczególną uwagę. **Stwierdzono, że jedynie w przypadku niektórych pytań udzielane odpowiedzi wykazywały korelację poglądów i wykonywanej pracy.**

Na uwagę zasługuje również to, że wśród badanych równoliczne są dwie grupy: turyści aktywni zawodowo o najwyższym statusie zawodowym (pełniący odpowiedzialne funkcje) oraz emeryci i renciści.

⁹ Stanaszek A., Tędziągolska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit., s. 13.

¹⁰ Ibidem, s. 9.

Miejsce zakwaterowania

W czasie ankietowania większość respondentów mieszkała w ośrodkach wypoczynkowych lub obiektach hotelarskich, a 1/3 korzystała z domów letniskowych i kempingów. Warto zwrócić uwagę na fakt, że ponad 90% osób organizowało swój urlop samodzielnie.

Długość pobytu wakacyjnego

75% respondentów przebywało na urlopie nie dłużej niż 10 dni. Czas wolny od pracy wydaje się bardzo ograniczony. Może to być powodem niepokoju: czy tak krótki pobyt umożliwia obcowanie z przyrodą na tyle głębokie, by można było rzeczywiście (lub lepiej niż dotąd) poznać jej osobliwości?

Niezależnie jednak, na jaki długi urlop turysta się wybiera, walory przyrodnicze miejsca wypoczynku są bardzo ważne, najczęściej zajmują pierwszoplanowe miejsce.

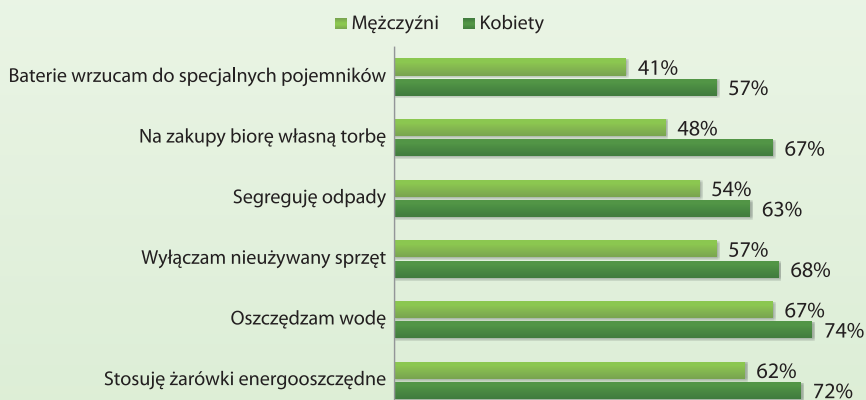
Ochrona środowiska w życiu codziennym respondentów

Respondentów proszono o wymienienie działań proekologicznych, które podejmują bardziej lub mniej regularnie w swoich gospodarstwach domowych. To dawało możliwość zorientowania się w zachowaniach proekologicznych respondentów „na co dzień”. Regularne podejmowanie takich działań zadeklarowało więcej niż 50% pytanych. Najczęściej wymieniali oni:

- oszczędzanie wody (71%);
- stosowanie żarówek energooszczędnych (67%);
- wyłączanie nieużywanego sprzętu elektronicznego (62%);
- segregowanie odpadów (58%);
- zabieranie własnej torby na zakupy (58%);
- wrzucanie zużytych baterii do specjalnych pojemników (48%);
- rozmowy z przyjaciółmi o ochronie środowiska (15%);
- kupowanie ekologicznej żywności (7%).

Grupą zdecydowanie bardziej proekologiczną okazały się kobiety – częściej niż mężczyźni zachowują się zgodnie z wymogami ochrony środowiska (ryc. 1.) Przyczyny różnic mogą być dwie: kobiety mają na co dzień więcej okazji do takich działań (częściej robią zakupy, zajmują się prowadzeniem domu – w tym praniem, sprzątaniami, przygotowywaniem posiłków, zmywaniem) i/lub są bardziej wrażliwe na otoczenie.

Zachowania proekologiczne respondentów - mężczyzn i kobiet



Ryc. 1. Porównanie proekologicznych zachowań mężczyzn i kobiet¹¹

Ciekawych wniosków dostarcza porównanie zachowań proekologicznych dorosłych turystów i gimnazjalistów. Dorośli turyści częściej deklarują podejmowanie takich działań w swoich gospodarstwach domowych. Na różnicę wpływa być może mniejszy udział gimnazjalistów w zajęciach domowych. Identyczne wyniki uzyskano jedynie w przypadkach zabierania na zakupy toreb wielokrotnego użytku oraz gdy pytano o zakup żywności ekologicznej, a stosunkowo podobne w przypadku segregacji odpadów. Zaskakująco duże są natomiast różnice zachowań związanych z oszczędzaniem wody (zestawienie poniżej).

Deklaracje dotyczące działań proekologicznych regularnie podejmowanych przez dorosłych turystów i gimnazjalistów

Działania	Dorośli turyści	Młodzież gimnazjalna
Oszczędzanie wody	71%	38%
Stosowanie żarówek energooszczędnych	67%	52%
Wyłączanie nieużywanego sprzętu elektronicznego	62%	44%
Segregowanie odpadów	58%	46%
Branie własnej torby na zakupy	58%	58%
Wrzucanie zużytych baterii do pojemników	48%	38%
Kupowanie ekologicznej żywności	7%	8%

¹¹ Wszystkie ryciny i zestawienia liczbowe opracowano na podstawie: Stanaszek A., Tędziągolska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit.

Ostatnie miejsca na liście proekologicznych zachowań dorosłych Polaków zajmują rozmowy o ochronie środowiska (15%) i odżywianie się produktami z gospodarstw ekologicznych (7%). Można z tego wyciągnąć pierwsze wnioski:

- Wysokie ceny żywności ekologicznej tylko częściowo tłumaczą niewielki udział osób kupujących takie produkty (por. „Sytuacja materialna badanych”), a więc raczej żywność ekologiczna wciąż nie jest doceniana.
- Czas wakacji mógłby być szczególnie pieczołowicie wykorzystany (a nie jest chyba) po to, by dostrzec związek między stanem środowiska i własnymi działaniami a swoim zdrowiem, by lepiej poznać przyrodę i rządzące nią prawa. Sprzyja także spokojniejszym i częstszym rozmowom.

Sposób organizacji wycieczki

Uogólniając, można wnioskować, że Polacy organizują swój urlop głównie samodzielnie; tak odpowiedziało 91% ankietowanych osób, a jedynie co dziesiąta osoba odpoczywała w ramach wyjazdu zorganizowanego, najczęściej przez zakład pracy (ryc. 2).



Ryc. 2. Sposób organizacji wycieczki respondentów

Pytanie okazało się ważne, ponieważ pozwoliło dostrzec, że większość respondentów była zdana na samodzielność rozpoznania charakteru miejsca wycieczki oraz poznania jego bazy i atrakcji.

Wszyscy – bardziej czy mniej zainteresowani unikatowymi cechami środowiska – zwykle chcą wiedzieć, w jakim otoczeniu naturalnym będą odpoczywać. Przygotowanie się do kontaktu z przyrodą dla wielu osób nie jest łatwe. Zapytano więc dalej i o to, co jest źródłem informacji o przyrodniczych walorach regionów turystycznych.

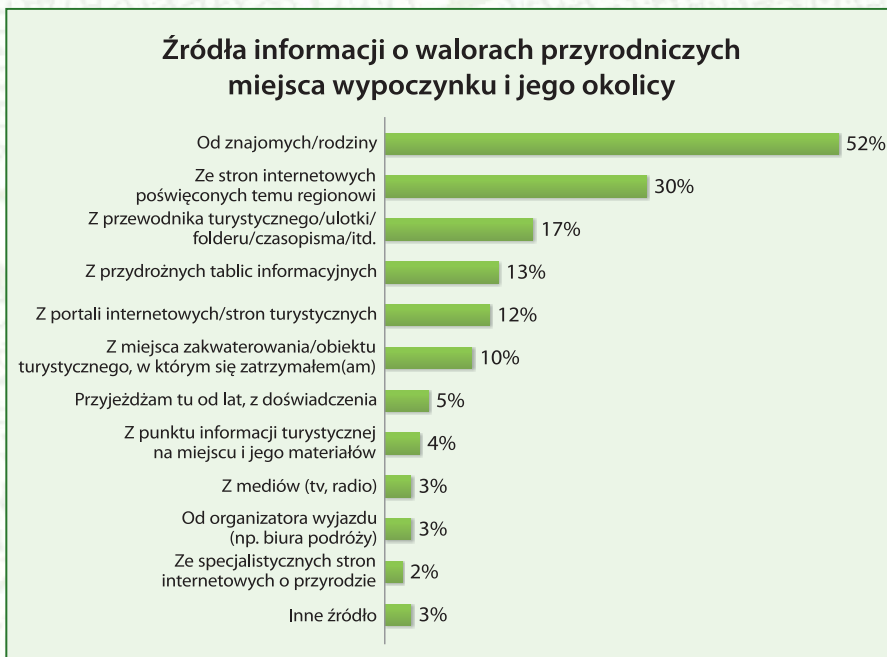
Część II

ANALIZA I INTERPRETACJA WYNIKÓW



ŹRÓDŁA WIEDZY O PRZYRODNICZYCH WALORACH REGIONÓW TURYSTYCZNYCH

Z badania wynika, że turyści korzystają z bardzo wielu różnych źródeł informacji o walorach przyrodniczych miejsc, do których się wybierają. Jednak głównymi źródłami są zdecydowanie znajomi lub rodzina oraz internet (ryc. 3).



Ryc. 3. Źródła informacji o turystycznych walorach przyrodniczych miejsca wypoczynku i jego okolicy

Z danych o respondentach daje się wywnioskować, że zdobywanie informacji o przyrodniczych walorach wybranych regionów jest łatwiejsze dla lepiej wykształconych, ale ujawniło się coś innego: więcej odpowiedzi potwierdzających to przypuszczenie uzyskano od osób szukających informacji o Krainie Wielkich Jezior Mazurskich niż od osób chcących zdobyć informacje o terenach nadmorskich czy Dolinie Baryczy.

Zważywszy na intensywną kampanię promocyjną *Mazury Cud Natury*, można by się spodziewać, że o skuteczności zdobywania wiedzy na temat przyrody regionu decyduje też wielkość ogólnodostępnych zasobów informacyjnych, nie tylko umiejętność ich wyszukania, bo ta nie musi wynikać z wyższego poziomu wykształcenia. **Dla ponad połowy turystów wypoczywających na Mazurach głównym źródłem informacji byli znajomi i członkowie rodziny, nie media. Strony internetowe regionu odegrały drugorzędną rolę.** Można przypuszczać, że nie zawierają one poszukiwanych informacji o środowisku przyrodniczym terenu, któremu są poświęcone; strony odnoszące się do Warmii i Mazur oceniono krytycznie, niektórzy uznali je wręcz za mało zrozumiałe.

Wypoczywający w Dolinie Baryczy w aż 74% przypadków informacje o walorach przyrodniczych regionu czerpali od znajomych i rodziny, ale **rzadziej niż inni spotkali się z takimi informacjami przed przyjazdem**. Być może, informacje te dotyczyły atrakcji lub warunków zakwaterowania, a nie np. wyjątkowości Stawów Milickich (z których region słynie). Niezgodność odpowiedzi zaskakuje: oba pytania dotyczyły nie informacji ogólnych, ale informacji o walorach przyrodniczych regionu. Umykało to być może zarówno pytającym, jak i odpowiadającym (o nierozróżnianiu pojęć atrakcyjności turystycznej i walorów przyrodniczych wspomniano już wcześniej).

Kolejne miejsca na liście źródeł informacji o walorach przyrodniczych zajęły portale turystyczne (wymieniło je 12% respondentów) oraz przewodniki, czasopisma, ulotki (17%) i tablice informacyjne (13%). Za najlepsze źródło informacji uznano ulotki – dla 91% respondentów były one zrozumiałe, interesujące i zachęcające do przyjazdu. **Zaledwie 10% ankietowanych turystów znalazło interesujące materiały w miejscu zakwaterowania.** Szkoda, że tak mało. Czyżby gospodarzom wiedza o otaczającej ich przyrodzie była obca lub obojętna, a może niewarta przekazu?

Dla edukacji ekologicznej społeczeństwa wynika z tych badań wniosek, iż małą skutecznością przeżywu informacji charakteryzują się, niestety, strony internetowe poświęcone przyrodzie. Turyści niemal w ogóle z nich nie korzystają. Badanie wykazało, że jest to źródło informacji dla zaledwie 2% respondentów! Wniosek jest zgodny z postulatami zgłaszanymi przez uczestników szkoleń na temat relacji turystyki i użytkowania obszarów Natura 2000 – przedstawiciele branży turystycznej, samorządów i edukacji ekologicznej wnoszą o bardziej przystępny język i zakres upowszechnianej wiedzy przyrodniczej, jeśli ma być ona wykorzystywana do promocji ochrony środowiska i umiętnego korzystania z jego zasobów.

Równocześnie jednak ogólnie przyznawano, że informacje zamieszczone na stronach internetowych poświęconych danemu regionowi są napisane w sposób zrozumiały (86%), interesujący (93%) i zachęcający do przyjazdu (90%)¹². Pod tym względem najgorszą ocenę wystawiono stronom poświęconym Warmii i Mazurom.

Wysoka ogólna ocena ulotek jest warta podkreślenia wobec trendu odchodzenia od produkcji „papierowych” – nawet z pobudek ekologicznych. Wydaje się, że ulotki (foldery) są przekonywującą, a zatem skuteczną formą promocji. Charakteryzują się wygodnym, małym formatem, są częściej stosowane na poziomie lokalnym niż inne formy przekazu, wyróżniają się dobrym doбором treści do potrzeb

¹² Stanaszek A., Tędziałowska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit., s. 15.

poznawczych potencjalnych eksploratorów lokalnej przyrody. Przegląd materiałów promujących polskie regiony turystyczne każe jednak stwierdzić, że wskazówek dotyczących istnienia i zwiedzania obszarów Natura 2000 w zasadzie się w nich nie zamieszcza.

Rozpoznanie kanałów informacyjnych, którymi turyści uzyskują informacje o atrakcyjności przyrodniczej regionów turystycznych jest ważnym praktycznym wnioskiem z badania – stwierdza Anna Kalinowska.¹³ **Głównym źródłem informacji o walorach przyrodniczych są znajomi i rodzina, uprawniony jest więc wniosek, że turyści cenią przede wszystkim wiarygodność i „bezinteresowność” źródeł informacji.**

Można upatrywać przyczyny małego znaczenia lokalnych źródeł informacji o walorach przyrodniczych w małej aktywności osób prowadzących obiekty noclegowe czy ubogiej ofercie lokalnych punktów informacji turystycznej. Zdaniem Anny Kalinowskiej, *może to wynikać z niewielkiej znajomości ważnych przyrodniczych obiektów w swojej najbliższej okolicy oraz słabej percepcji ich walorów przez mieszkańców i lokalnych przedsiębiorców turystycznych.*¹⁴

PREFERENCJE TURYSTÓW

Preferencje turystów wyselekcjonowano dzięki zestawieniu odpowiedzi respondentów, którzy określali znaczenie form i warunków wypoczynku jako duże, niewielkie, żadne czy trudne do określenia. Odpowiedzi pozwalają wyciągnąć wnioski na temat form i warunków najbardziej poszukiwanych w celu przyjemnego spędzenia urlopu, a zatem – na temat czynników wpływających na wybór miejsca letniego wypoczynku (ryc. 4).

Miejsce na swój urlop 2/3 turystów wybrało (tak samo w trzech badanych regionach) ze względu na piękno przyrody, 1/2 szukała ciszy i spokoju, a niemal 1/3 – walorów zdrowotnych. Piękno przyrody Mazur (85%) i Doliny Baryczy (61%) dominuje w zainteresowaniach gości tych regionów nad innymi atrakcjami; zwiedzanie zabytków i rozrywka stanowią większą atrakcję dla wypoczywających w ośrodkach nadmorskich.

Na czele preferencji turystów znalazły się **szczególne walory przyrodnicze** (powyżej 60% we wszystkich grupach wiekowych). Uwagę zwraca deklarowana przez 55% badanych potrzeba korzystania z atrakcyjnych **ścieżek przyrodniczych**, w badaniu nazwanych ekotrasami).

Czy decydenci i inwestorzy mający wpływ na koncepcje i rozwój zagospodarowania turystycznego polskich regionów docenią ten głos? Prymat inwestowania w obiekty noclegowe i rozrywkowe przysłania chyba te oczekiwania turystów i niezbyt często wychodzi naprzeciw zaspokojeniu ich potrzeb. Jest to tym ważniejsze, że coraz częściej łączy się potrzeba aktywnego wypoczynku (w badaniu zgłoszoną przez 54% respondentów) z poznawczą ekowędrówką po ścieżkach przyrodniczych. Ścieżki edukacyjne o treściach przyrodniczych są coraz atrakcyjniejsze i stają się ciekawymi szlakami turystycznymi, a dla aktywnych są alternatywą lub uzupełnieniem bazy turystycznej. Rośnie znaczenie ekoturystyki i nie wszędzie oraz nie wszystkim niezbędne są baseny, korty czy wyciągi narciarskie.

¹³ Kalinowska A., *Komentarz do raportu z „Turyści a Natura 2000” Instytutu na rzecz Ekorozwoju*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2011 – zamieszczono w całości na portalu „Natura 2000 a turystyka”.

¹⁴ Ibidem.

Znaczenie różnych form i warunków wypoczynku



Ryc. 4. Preferowane przez turystów formy i warunki wypoczynku

Badanie dostarczyło także innych interesujących informacji, które mogą mieć niemałe znaczenie praktyczne.

- **Aż 41% respondentów chętnie skorzystałoby z usług profesjonalnego interpretatora przyrody** występującego w roli przewodnika turystycznego. Najczęściej turyści mają kontakt z przewodnikami w czasie zwiedzania miast – ich zabytków, muzeów, innych obiektów kulturowych. Tymczasem okazało się, że zainteresowanie pogłębianiem wiedzy o przyrodzie miejsca pobytu jest wcale niemałe.
- **Turyści zwracają uwagę na certyfikat ekologiczny obiektu zakwaterowania**, przy czym turyści w wieku 50 lat i więcej zwracali na to uwagę dwukrotnie częściej niż ci do 34. roku życia. Certyfikaty odpowiedzialności społecznej i ekologicznej nie są już nowością, ale w polskich przedsiębiorstwach i obiektach turystycznych średniej i małej skali wciąż nie są doceniane. Z badania wynika, że zwrócenie uwagi na nie może być opłacalne nie tylko pod względem ekologicznym, ale i ekonomicznym.

Zainteresowanie zachowaniami przyjaznymi dla środowiska zgłosiła ponad połowa respondentów. Osoby starsze deklarują to częściej niż młode, i to w przypadku wszystkich przedstawionych do oceny elementów wypoczynku: osobliwości przyrodniczych, przyjaznych środowisku obiektów noclegowych i infrastrukturalnych, profesjonalnych lokalnych produktów i usług. Największe znaczenie mają dla respondentów (ryc. 4):

- wypoczynek w miejscach o szczególnych walorach przyrodniczych (64%);
- poznawanie lokalnych tradycji (57%);
- istnienie atrakcyjnych ścieżek przyrodniczych (55%);
- możliwość aktywnego wypoczynku (54%).

ZAGROŻENIA ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO W REGIONACH TURYSTYCZNYCH

Respondenci zostali poroszeni o wskazanie trzech, wybranych z przedstawionej listy, największych zagrożeń dla środowiska przyrodniczego w regionach turystycznych Polski (ryc. 5).

Według 65% respondentów najbardziej zagrożone są zasoby wodne, i to przez ich zanieczyszczenie, a nie przez nadmierne zużycie. Trudno jednoznacznie interpretować ten wynik badania, ponieważ:

- zabrakło doprecyzowania, czy chodzi o zanieczyszczenie cieków i zbiorników wodnych (rzek, jezior i wód morskich) czy wód podziemnych, a na opinie turystów mogło rzutować ich doświadczenie z bezpośredniego korzystania z tych akwenów (np. żeglowania, kajakowania, łowienia ryb, pływania);
- badanie odbywało się w nadwodnych regionach turystycznych, tymczasem pytano nie tylko o region, w którym przebywał respondent, lecz o regiony turystyczne w całym kraju;
- nie wiadomo, na ile turyści rozróżniają stan środowiska przyrodniczego jako całości i stan jego walorów turystycznych, czyli tych komponentów środowiska i ich cech, które są atrakcyjne przede wszystkim dla turystyki i rekreacji.

Badanie wykazało, że turyści posiadający wyższe wykształcenie częściej niż inni badani wypowiadają się przeciwko masowemu ruchowi turystycznemu tam, gdzie głównym walorem jest przyroda, a ponadto dostrzegali zagrożenie w postaci zabudowywania obszarów atrakcyjnych krajobrazowo. To ważne spostrzeżenie, gdyż zwykle krajobraz piękny i poszukiwany na czas relaksu nie jest traktowany jako element środowiska, więc jego fragmentacja (np. przez zabudowę) nie jest postrzegana jako degradacja walorów przyrodniczych.

Największe zagrożenia dla środowiska przyrodniczego w regionach turystycznych w Polsce - opinie turystów



Ryc. 5. Największe zagrożenia środowiska przyrodniczego w regionach turystycznych w opiniach turystów

Odpowiedzialnością za zły stan środowiska turyści obarczają niewłaściwą politykę ochrony środowiska (40% badanych). Należy rozumieć, że mówili oni o zasadach i praktyce polityki państwa. Masowy ruch turystyczny i związana z nim nadmierna eksploatacja atrakcyjnych obszarów turystycznych była wymieniana przez 1/3 pytaných osób. To może być postrzegane jako wynik ogólnokrajowej polityki przestrzennej i polityki ochrony środowiska, rzutujących na bardzo nierównomierny rozwój funkcji turystycznych na nadających się do tego obszarach, a po części także jako wyraz polityk regionalnych i lokalnych. To samorządy na obszarach o znacznych walorach turystycznych dopuszczają na „swój” teren tak licznych turystów, traktują to jako sukces gospodarczy i nie starają się przy tym o rozwój innych funkcji.

Czy tak samo będzie z wykorzystaniem dla turystyki obszarów Natura 2000?

Samorządy pojawiły się w opiniach turystów również wówczas, gdy zostali oni zapytani o rolę różnych środowisk społecznych w ochronie przyrodniczych walorów regionów turystycznych. Władzom lokalnym przypisano rolę najistotniejszą.

Nie jest jednak pewne, czy roli tej samorządy podoleją; na razie jest ona dla nich trudna, bo **zachowanie unikatowości przyrody – a wymaga to podejmowania zadań związanych z ochroną siedlisk i wybranych gatunków roślin i zwierząt w Europejskiej Sieci Ekologicznej Natura 2000 – to dla samorządów ciągle jeszcze nowe wyzwanie.**

Optymistycznie widzi rolę „gospodarzy” regionów turystycznych Janusz Radziejowski.¹⁵ Opiera się on na wynikach badania: 63% respondentów wskazuje na władze lokalne jako odpowiedzialne za ochronę walorów przyrodniczych, a 48% – na odpowiedzialność stałych mieszkańców (ponadto 50% respondentów dostrzega także odpowiedzialność turystów). Stwierdza, że świadczy to o świadomości kluczowego znaczenia „gospodarzy” terenu dla zachowania jego walorów przyrodniczych. Zauważa ponadto, że w tej dziedzinie niewielkie znaczenie respondenci przypisują organizacjom pozarządowym i organizatorom ruchu turystycznego (odpowiednio: 28% i 27%).

Janusz Radziejowski wysnuwa też wniosek, że władze lokalne traktują obszary atrakcyjne turystycznie jako „kapitał przyrodniczy”, o który należy dbać we własnym interesie, wpływa on bowiem na wybór przez turystów miejsc wypoczynku.¹⁶

Badanie nie wykazało istotnych różnic w poglądach na temat zagrożeń środowiska przyrodniczego wśród turystów na trzech wybranych do badań obszarach. Nawet odpowiedzi respondentów z Doliny Baryczy, gdzie ze względu na typ walorów turystycznych przeważają z pewnością zwolennicy wypoczynku kameralnego i ekoturystyki, nie odbiegały od innych.

TURYSTYKA A OBSZARY NATURA 2000

O Naturze 2000 słyszało 59% pytanym – tak zadeklarowali na wstępie. Dalsze pytania miały na celu sprawdzić stan wiedzy i poglądy na temat tej stosunkowo nowej – europejskiej formy ochrony przyrody w Polsce. Czy wiedza na ten temat jest świadectwem specjalnych zainteresowań lub domeną specjalistów?

Tylko 30 spośród 500 respondentów podało, że jest zawodowo związanych z turystyką lub ochroną środowiska. Nie zauważono jednak w tej grupie – co zadziwia – wyższego poziomu świadomości ekologicznej. Jedynie niecała połowa z nich słyszała o Naturze 2000.

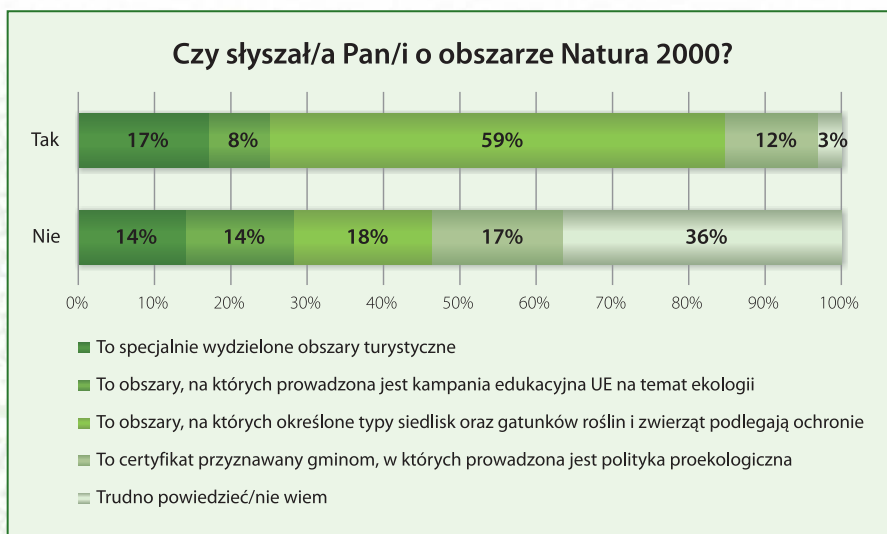
Połowa osób, które słyszały o Naturze 2000 (spośród wszystkich badanych) to respondenci z wyższym wykształceniem. Nie wykształcenie zatem decyduje o znajomości nowych trendów i faktów w ochronie przyrody. Bardziej chyba są to zainteresowania. W grupie tych, którzy o Naturze 2000 slyszei, 69% wiedziało, że obszary tej sieci istnieją w regionach, które wybrali sobie na urlop. Taką wiedzę wykazało się 47% pytanym turystów w Dolinie Baryczy i 31% w Krainie Wielkich Jezior Mazurskich. Wśród wypoczywających w Jastarni i Łebie tylko co piąta osoba wiedziała o tym, że i nad morzem jest obszar Natura 2000. Nie pytano tam, czy Natura 2000 obejmuje wody Bałtyku; wskazał na to intuicyjnie („przybrzeżne wody Bałtyku, brzeg morski”) jeden respondent. O tym jednak, że do sieci Natura 2000 włączane są również obszary morskie, wie niewielu mieszkańców Polski, nawet zawodowo związanych z ochroną środowiska¹⁷.

¹⁵ Radziejowski J., *Komentarz do raportu z badania „Turysta a Natura 2000”*, Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2011 – zamieszczono w całości na portalu „Natura 2000 a turystyka”.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Instytut przeprowadził na Helu w roku 2011 specjalne szkolenie dla przedstawicieli turystyki, samorządów i edukacji ekologicznej poświęcone morskim i nadmorskim obszarom Natura 2000. Wnioski z cyklu szkoleń są dostępne na portalu „Natura 2000 a turystyka”.

Warto przytoczyć dane świadczące o rzetelności odpowiedzi. Na 52 respondentów przebywających w Dolinie Baryczy i deklarujących znajomość nazwy Natura 2000 tylko 5 nie wskazało takich obszarów w okolicy. Nad morzem było takich osób 7 na 49, a na Mazurach 9 na 53. Skojarzenia z nazwą „Natura 2000” są dość powierzchowne (ryc. 6).



Ryc. 6. Znajomość obszarów Natura 2000 a skojarzenia z tą nazwą

Najwyraźniej tę powierzchowność skojarzeń widać w odpowiedziach osób wypoczywających na Mazurach. Do Natury 2000 zaliczano tam wydmy, ruchome piaski, plaże, brzeg morza, Hel, Zatokę Pucką, Słowiński Park Narodowy i Mazurski Park Krajobrazowy, Puszcę Piską, Warmię, Augustów z okolicami – znane z obrony obszaru Natura 2000 „Dolina Rospudy”. Dolina Baryczy w całości była wymieniona przez prawie wszystkich tam wypoczywających jako obszar Natura 2000, a tylko raz wskazano na Stawy Milickie. Można ponadto przypuszczać, że nawet niektóre poprawne odpowiedzi były dziełem przypadku. **Używanie przez respondentów ogólnikowych określeń każe sądzić, że nazwy obszarów Natura 2000 nie są znane, a niewiele osób wie, że każdy z tych obszarów ma nazwę własną.** Trudno też było respondentom podać przykłady obszarów Natura 2000 spoza regionu ich wypoczynku. Tak więc¹⁸:

- obszary Natura 2000 położone w Dolinie Baryczy funkcjonują w świadomości turystów pod jedną, ogólną nazwą „Dolina Baryczy”;
- turyści wypoczywający na Pomorzu Gdańskim jako obszar Natura 2000 rozpoznają przede wszystkim Słowiński Park Narodowy. Pozostałe obszary wymieniane są znacznie rzadziej;
- badani spędzający urlop w Krainie Wielkich Jezior Mazurskich pytani o obszary Natura 2000 wskazują przede wszystkim całą Krainę Wielkich Jezior lub – lecz dużo rzadziej – Puszcę Piską. W ich świadomości obecne są również obszary znajdujące się w sąsiednich regionach.

¹⁸ Stanaszek A., Tędziałowska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit., s. 26.

Z badania wynika, że trzeba jeszcze długo czekać, aż choćby niektóre spośród istniejących obszarów Natura 2000 (a jest ich ponad 1000) będą znane pod nazwą własną, tak jak parki narodowe i krajobrazowe czy nawet najśłynniejsze rezerваты. W turystyce rozpoznawalna nazwa może być przydatna dla wzmocnienia promocji i rozwoju usług regionu¹⁹.

Spośród 69% badanych, którzy słyszeli o Naturze 2000, część osób wiedziała o istnieniu takich obszarów także w innych regionach Polski, ale tylko pojedyncze osoby wiedziały, że istnieją również poza granicami naszego kraju.

Dorośli Polacy nie zaprezentowali się lepiej niż gimnazjaliści. Zestawienie odpowiedzi uzyskanych w dwóch badaniach²⁰, a dotyczących skojarzeń z terminem „Natura 2000” ukazało, że odsetek osób, które miały prawidłowe skojarzenia oraz nie miały żadnych skojarzeń, jest w obu grupach niemal identyczny – pokazuje to poniższe zestawienie.

Odsetek odpowiedzi respondentów proszonych o wybranie definicji właściwej dla Natury 2000		
Natura 2000 to:	Dorośli turyści	Młodzież gimnazjalna
„obszary, na których ochronie podlegają określone typy siedlisk oraz gatunków roślin i zwierząt”	37%	36%
„specjalnie wydzielone obszary turystyczne”	16%	6%
„certyfikat dla gmin, które prowadzą politykę proekologiczną”	15%	10%
„obszary, na których prowadzona jest kampania UE na temat ekologii”	12%	28%
„trudno powiedzieć/nie wiem”	21%	20%

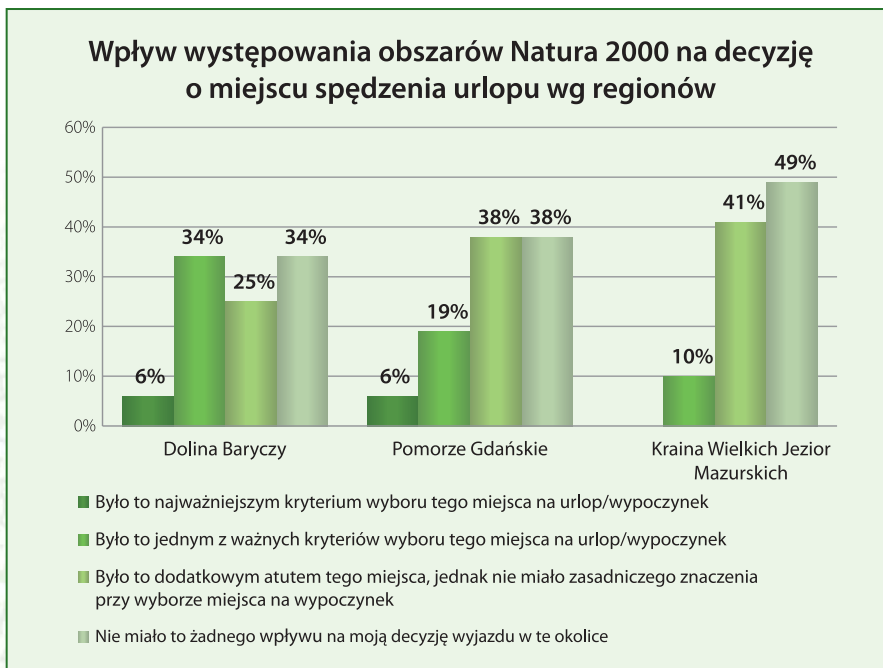
Okazało się także, że dla wielu osób (spośród tych, które słyszały o Naturze 2000) sąsiedztwo obszaru Natura 2000 nie miało żadnego znaczenia przy wyborze miejsca wypoczynku, ale dla co piątej osoby było jednym z ważnych kryteriów; ponadto dla co trzeciego ankietowanego był to dodatkowy atut, który nie miał jednak zasadniczego znaczenia przy podejmowaniu decyzji. Dla niewielkiej liczby respondentów sąsiedztwo obszaru Natura 2000 było najważniejszym kryterium wyboru miejsca wypoczynku²¹.

Wypoczynek w sąsiedztwie obszarów Natura 2000 miał największe znaczenie dla osób spędzających urlop w Dolinie Baryczy, a najmniejsze – dla osób wypoczywających na Mazurach (ryc. 7).

¹⁹ Wykazały to szkolenia prowadzone przez InE; por. materiały szkoleniowe opublikowane na portalu „Natura 2000 a turystyka”.

²⁰ Stanaszek A., Tędziałowska M., *Turyści a Natura 2000...*, op. cit., s. 31.

²¹ Ibidem, s. 28.

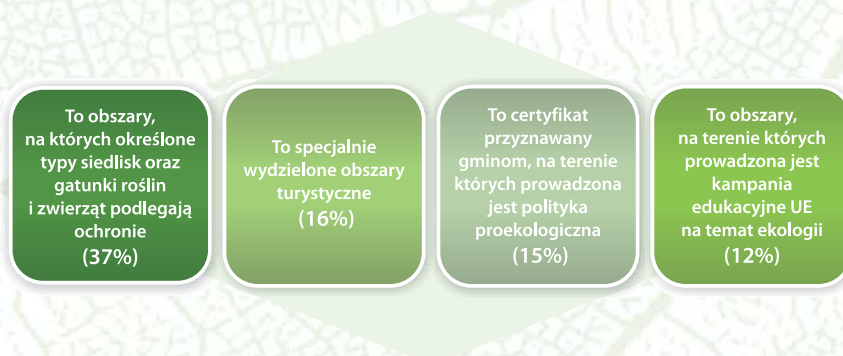


Ryc. 7. Znaczenie lokalizacji Natury 2000 w wyborze regionu wypoczynku

Skojarzenia z nazwą Natura 2000

Wszystkich respondentów – niezależnie od tego, czy słyszeli o obszarach Natura 2000, czy nie – zapytano, z czym im się ta nazwa kojarzy. Do wyboru była jedna z czterech zaproponowanych odpowiedzi.

Trafnej odpowiedzi udzieliło 37% respondentów (ryc. 8). Co piąta badana osoba nie miała żadnych skojarzeń z tym określeniem.



Ryc. 8. Skojarzenia z nazwą „Natura 2000”

Wiele spośród osób, które nie słyszały o Naturze 2000, nie umiało wymienić żadnych skojarzeń z tym związanych (ponad 1/3 ankietowanych). Natomiast wśród tych, którzy słyszeli o Naturze 2000, poprawne skojarzenia zaprezentowało 59%; zetknęli się oni zatem nie tylko z samą nazwą, ale również wiedzą, co ona oznacza.

Stan i źródła wiedzy o Naturze 2000

Badanych zapytano o źródła wiedzy o Naturze 2000 (można było wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Aż 53% pytanym wymieniło media. Internet był źródłem tylko dla 28% badanych, a rozmowy z rodziną lub znajomymi dla 24%. Internet wskazywały najczęściej osoby z wyższym wykształceniem i jest on ważnym źródłem wiedzy także dla respondentów w wieku 35-50 lat; warto podkreślić, że pierwsza z tych grup stosunkowo często sięga również po publikacje. Szkoda, że tak mało, bo mniej niż 13% respondentów zetknęło się z terminem Natura 2000 w trakcie edukacji oraz poprzez publikacje. Małą rolę odgrywają także plakaty i tablice informacyjne (poniżej).

Porównanie źródeł wiedzy o Naturze 2000 wśród badanych turystów i gimnazjalistów wykazało pewne różnice. Z zestawienia danych (poniżej) wynika, że dorośli turyści częściej korzystają z mediów, a rzadziej z Internetu, natomiast młodzi stosunkowo rzadko czerpią wiedzę z rozmów ze znajomymi lub rodziną. Na uwagę zasługuje duża rola gimnazjów w zdobywaniu informacji o Naturze 2000.

Źródła wiedzy o Naturze 2000		
Rodzaj źródła	Dorośli turyści	Młodzież gimnazjalna
Media	53%	42%
Internet	28%	38%
Rodzina/znajomi	24%	13%
Książki/publikacje	13%	13%
Szkoła/uczelnia	11%	42%
Plakaty informacyjne	7%	12%
Inne źródła	3%	13%
Nie pamiętam	7%	12%

Wyniki badania uwidoczniły niedostatki kampanii promocyjnej na temat Natury 2000 – pewnie nie tylko w badanych regionach. Nie wiadomo, czy respondenci nie zwrócili uwagi na informacje przekazywane niektórymi kanałami, czy informacji nie było; to tylko domniemanie na podstawie wyników badania. Badania podkreśliły także bardzo małą rolę informacji pochodzących od organizatora wyjazdu lub przekazywanych w miejscu zakwaterowania (te źródła wskazało zaledwie 5% respondentów). **Organizatorzy wyjazdów i osoby organizujące pobyt turystów nie doceniają zatem roli obszarów Natura 2000 w budowaniu atrakcyjności obszaru, a przy okazji także w upowszechnianiu wiedzy o przyrodzie.** Można sądzić, że sami takiej wiedzy nie posiadają, ale czy mają świadomość tego braku?

Po raz kolejny okazało się, że najmniej wiedzy czy też prawidłowych skojarzeń lub sprecyzowanych poglądów na temat ochrony przyrody – i szerzej – ochrony środowiska mieli w tym badaniu turyści wypoczywający nad morzem. O Naturze 2000 słyszeli oni najrzadziej, mieli – co oczywiste – najmniej prawidłowych skojarzeń z nazwą Natura 2000 (tu 30%, zaś w Dolinie Baryczy i na Mazurach po 42%).

Ogólnie prawidłowo definiuje Naturę 2000 tylko 37% respondentów. Bardziej niepokojące jest jednak to, że wśród osób zawodowo związanych z turystyką oraz ochroną środowiska nie wszyscy, bo tylko co druga osoba, wiedzieli, co chroni się na takich obszarach.

Komentując wyniki badania, Anna Kalinowska zwróciła uwagę na obraz świadomości turystów wyrażający się odsetkiem tych, którzy słyszeli o istnieniu obszarów Natura 2000.²² *Pozornie wynik – 45% – nie jest zły, zwłaszcza w porównaniu z wynikiem badania świadomości Europejczyków, wśród których 78% nigdy nie słyszało o tej formie ochrony przyrody.* Autorka komentarza podkreśla jednak: *nie jest to wynik imponujący z dwóch powodów.* Po pierwsze: badania europejskie obejmowały całą populację, a badania polskie – ludzi przebywających na obszarach przyrodniczo cennych, a zatem potencjalnie bardziej wyczulonych na ochronę przyrody. Po drugie: w Europie Zachodniej obszary Natura 2000 nie są oznakowane, nie istnieje więc jedno z ważnych źródeł informacji o takich obszarach.

„ZIELONY WIZERUNEK” OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH

Drażąc temat poziomu zaangażowania się turystyki w ochronę środowiska – w tym przypadku w ochronę przyrody – za interesujące uznano zbadanie reakcji gestorów bazy noclegowej na wprowadzenie nowej prawnej formy ochrony, jaką są obszary Natura 2000. Badanie takiej reakcji poprzedzono skierowanymi do turystów pytaniami o „zielony wizerunek” obiektu, w którym wypoczywają. Ogólnej pozytywnej odpowiedzi (*Uważam, że obiekt noclegowy, w którym się zatrzymałem/am można uznać za prowadzony z troską o środowisko*) udzieliło 78% turystów. To dobry wynik dla prowadzących te obiekty. Korzystne wrażenie odnieśli przede wszystkim zakwaterowani w ośrodkach wypoczynkowych (prawie 90%), chociaż nie wszyscy z takim samym przekonaniem. **Osoby z wyższym wykształceniem są chyba bardziej wymagające, bardziej krytyczne, więc i ostrożne, bo już tylko 70% z nich bez wahań pozytywnie oceniało ośrodki wczasowe, a ponadto w tej grupie częściej padała odpowiedź trudno powiedzieć.** Pozostali respondenci zwykle nadaliby „swym” ośrodkiem etykietę „troszczący się o środowisko”.

Ocena obiektów noclegowych nie wynika ze świadomej obserwacji (dociekania stanu faktycznego), w dużej mierze zależy więc od spostrzegawczości respondentów. Turyści nie dociekają, co dzieje się z odpadami czy zużyta wodą (tym bardziej, że oczyszczalnie ścieków są ciągle rzadkością i były wymienione tylko w 4% odpowiedzi). Najłatwiej zauważalne są działania, w których bierze udział sam turysta, lub które są dla niego widoczne, np. segregacja odpadów (ryc. 9). **Głównym świadectwem zarządzania z troską o środowisko jest zatem zapewnienie odpowiednich pojemników na odpady.** Można przypuszczać, że stosunkowo częste stosowanie pojemników do segregacji odpadów w kwaterach prywatnych jest skutkiem przepisów określających obowiązki właścicieli prywatnych posesji. Zauważyła segregowanie odpadów przeszło połowa respondentów, podczas gdy na oszczędzanie wody i energii wskazało mniej, bo 35-40% ankietowanych. Podobny wynik uzyskały związane z przyrodą programy rekreacyjne. Nie pytano o sposoby przybliżania przyrody turystom (wymaga to badania ofert) nie wiadomo więc, ile z nich dotyczy działań poświęconych przyrodzie, a ile stwarzaniu możliwości przebywania na „świeżym powietrzu” (poprzez różne urządzenia i imprezy), co także jest bliższym niż w codzienności obcowaniem z przyrodą.

22 Kalinowska A., *Komentarz do raportu...*, op. cit.

W dziedzinie gospodarowania energią wyróżnia się oczywiście stosowanie żarówek energooszczędnych (38% wskazań). Na dalszym miejscu znalazło się zainstalowanie w oświetleniu obiektów czujników ruchu (ryc. 9). Wynik świadczy o wciąż niewielkiej popularności takich technicznych lub ekonomicznych rozwiązań wśród polskich hotelarzy i właścicieli kwater prywatnych, a temat oszczędzania energii dla przeciwdziałania skutkom zmian klimatycznych jest przecież dość często poruszany.

Czy upowszechnienie innych ofert ekotechnologii i ekozarządzania nie będzie możliwe bez wprowadzenia (i egzekwowania) odpowiednich przepisów? Trudno być zwolennikiem takiej drogi edukacji ekologicznej, ale wniosek ten jest uprawniony, bo poparty praktyką.



Ryc. 9. Dostrzeżone przez turystów działania proekologiczne wg rodzajów obiektów noclegowych²³

²³ Brak na wykresie informacji o występowaniu czujników ruchu i korzystaniu z żywności ekologicznej w opiniach turystów nocujących pod namiotem oznacza brak w ich obserwacji zastosowania tego rodzaju rozwiązań i możliwości korzystania z nich w miejscu biwakowania.

Analizując odpowiedzi turystów na pytania dotyczące proekologicznych działań w obiektach noclegowych, stwierdzono:

- **Pojemniki do segregacji odpadów** najczęściej zauważali badani mieszkający w gospodarstwach agroturystycznych, najrzadziej natomiast – turyści, którzy zatrzymali się na polach namiotowych.
- Co drugi turysta nocujący w ośrodku wypoczynkowym zauważył **żarówki energooszczędne**, badani z pozostałych rodzajów obiektów noclegowych zauważali je nieco rzadziej.
- **Oświetlenie z czujnikiem ruchu** zauważono w nieco ponad 1/3 obiektów – bez względu na ich rodzaj.
- Pod względem **oszczędzania wody** najwyżej oceniono ośrodki wypoczynkowe i hotele.
- W **organizowaniu programów rekreacyjnych** przodują ośrodki wypoczynkowe i hotele, zdecydowanie gorzej oceniono gospodarstwa agroturystyczne.

Niewiele działań proekologicznych zauważyli turyści nocujący pod namiotem lub na jachcie. W akcjach promocyjnych Mazur podkreśla się działania na rzecz ochrony środowiska, a jednak wypowiedzi respondentów sugerują, że brakuje tam rozwiązań, które umożliwiłyby wodniakom szersze praktykowanie zachowań prośrodowiskowych. Czyżby znów deklaracje przerastały praktykę?

ROLA OCHRONY PRZYRODY W ROZWOJU TURYSTYKI

Czynniki wpływające na ochronę przyrody w regionach turystycznych

Ankietowani turyści wypoczywający w regionach o dużych walorach przyrodniczych oceniają środowisko w tych regionach jako zadbane. Tak stwierdziło 80% pytanym, a 2/3 uważa, że turyści szanują przyrodę, liczą się z jej prawami i wyrażają to swym zachowaniem. Krytycznie wyraziła się o turystach 1/4 ogółu badanych.

Tak jak w ocenie obiektów turystycznych, tak i w ocenie zachowania turystów osoby z wyższym wykształceniem były surowsze niż inne grupy (oceny negatywne wystawiły odpowiednio 1/3 i 1/4 badanych). Taka różnica może wskazywać na odmienne wymagania, postawy i zachowania nie tylko podczas wakacji. W czasie urlopu ujawniają się one prawdopodobnie silniej, niektórzy uważają bowiem, że wówczas wolno im więcej niż zwykle, że trzeba korzystać z zasobów przyrody bez ograniczeń. Te niechlubne wzorce postaw i zachowań dotyczą jednak – według danych z badania – mniejszości. Należy to odnotować jako pozytywny kierunek przemian świadomości ekologicznej społeczeństwa. Badanie ujawniło również różnice regionalne: najwyższym poziomem świadomości znaczenia zachowań turystów z troską o środowisko wykazują się wypoczywający w Dolinie Baryczy. Czy to jest właśnie grupa ekoturystów? To możliwe, ale... przecież oni oceniali samych siebie!

W ankiecie postawiono pytanie: Co, Pana(i) zdaniem, ma największy wpływ na ochronę walorów przyrodniczych w regionach turystycznych w Polsce? Z przedstawionej listy respondent mógł wybrać nie więcej niż trzy czynniki i uszeregować je, poczynając od najważniejszego.



Ryc. 10. Opinie turystów dotyczące czynników wpływających na ochronę przyrodniczych walorów regionów turystycznych

Okazało się, że:

- ponad 60% respondentów wskazało działalność władz lokalnych;
- połowa ankietowanych wymieniła zachowania turystów;
- niemal co drugi badany dostrzegł rolę zachowań mieszkańców regionu;
- na dalszych miejscach znalazły się: polityka rządu, działalność organizacji pozarządowych zajmujących się ochroną środowiska, a także działalność przedstawicieli lokalnej branży turystycznej oraz instytucje Unii Europejskiej.

Odpowiedzi ujawniły ponadto interesującą prawidłowość. Osoby z wyższym wykształceniem częściej uważają, że większy wpływ mają sami mieszkańcy i turyści odwiedzający dany region, natomiast pozostali badani większą wagę przywiązują do działalności władz lokalnych i polityki Unii Europejskiej, a zatem przenoszą odpowiedzialność za stan i ochronę przyrody na instytucje zewnętrzne.

Komentując wyniki badania, Janusz Radziejowski pisze:²⁴ *turystyka jest więc bardzo ważnym zjawiskiem z punktu widzenia ochrony przyrody i wszelka wiedza na temat relacji pomiędzy turystami a działaniami na rzecz ochrony środowiska i zachowania jego walorów przyrodniczych są bardzo ważne dla wypracowania odpowiedniej polityki w tym zakresie; obszary chronione ze względu na swoje walory przyrodnicze, krajobrazowe i antropogeniczne, zagospodarowanie służące turystyce i edukacji mają kapitalne znaczenie w kształtowaniu świadomości ekologicznej osób wypoczywających na ich terenie; prawidłowy rozwój turystyki na terenach chronionych – zapewniający ochronę przyrody, a jednocześnie przynoszący korzyści dla turystów i gospodarki lokalnej, wymaga współpracy pomiędzy administracją ochrony przyrody, operatorami turystyki, turystami a ludnością miejscową i reprezentującymi ją samorządami.*

Rozwój gospodarczy a środowisko

Można by wyłonić grupę społeczną odpowiedzialną za rozwój funkcji turystycznych, łącząc odpowiedzi dotyczące wpływu różnych (podanych w ankiecie) rodzajów działalności i zachowań na ochronę turystycznych walorów środowiska z odpowiedziami dotyczącymi ich wpływu na gospodarkę, zwłaszcza na obszarach wybranych do badań. Wyniki badania uprawniają do wniosków na temat roli ochrony przyrody w gospodarce turystycznej.

Odpowiedzialnością za stan środowiska i rozwój gospodarki turystycznej turyści obarczają władze lokalne, a w drugiej kolejności, w równej mierze, mieszkańców regionu i przybywających do regionu turystów. Rządowa polityka względem regionów turystycznych nie okazała się w opiniach turystów wsparciem czy płaszczyzną działań ponadregionalnych. Nieco żal natomiast, że nie pokłada się nadziei w działalności pozarządowych organizacji ekologicznych oraz nie kieruje się postulatów do samej branży turystycznej. Czy zatem „turystyka zrównoważona” to termin, który pozostanie tylko w deklaracjach?

Praktyka rodzi też wątpliwość. Czy władze samorządowe czują się na tyle silne, by być nie tylko gospodarzami terenu, ale i strażnikami jego przyrody? Czy potrafią sprawić, by rozwijać prośrodowiskowe zarządzanie gospodarką turystyczną i by ono nie rodziło konfliktów? Turystyka albo woli nie angażować się w trudny rozwój produktów ekoturystycznych, albo też wkraczając na obszary chronione – wywołuje niestety konflikty. Może więc pewien potencjał tkwi w przekonaniu badanych, że również turyści mają wpływ na ochronę walorów przyrodniczych regionów (choćby dlatego, że te walory są atrakcją, przedmiotem zainteresowania)? Czy zatem turyści nie powinni być w jakiś sposób włączeni do zarządzania zasobami przyrodniczymi? Na ile głos turystów liczy się w konsultacjach społecznych w procesie podejmowania decyzji ważnych z punktu widzenia ochrony środowiska? Wobec niechęci do zaostrzania wymogów zrównoważonego rozwoju turyści jawią się przecież jako społeczność konsumentów świadomych wartości naturalnych produktów, które się im oferuje.

Jedno z pytań ankiety dotyczyło postrzegania wpływu rozwoju na środowisko. Aż 64% respondentów uważa, że rozwój regionu dokonuje się z uwzględnieniem potrzeb ochrony przyrody. Różnice między regionami turystycznymi są jednak duże. W Dolinie Baryczy i na Pomorzu Gdańskim taką opinię wyraziło ponad 70% turystów, w Krainie Wielkich Jezior Mazurskich znacznie mniej – ponad 50%.

Na te wyniki badania szczególną uwagę zwrócił Janusz Radziejowski.²⁵ W komentarzu do badania podaje następującą interpretację: *Dolina Baryczy jest wciąż słabo zagospodarowana, niewiele jest więc zarzewi konfliktu między gospodarką a turystyką; zrozumiała jest zatem opinia o zgodności rozwoju gospodarki z wymogami ochrony przyrody. Zastanawiający jest natomiast przypadek Pomorza Gdańskiego. Tam badania prowadzono w Łebie i Jastarni – miejscach bardzo licznie odwiedzanych przez turystów*

24 Radziejowski J., *Komentarz do Raportu...*, op. cit.

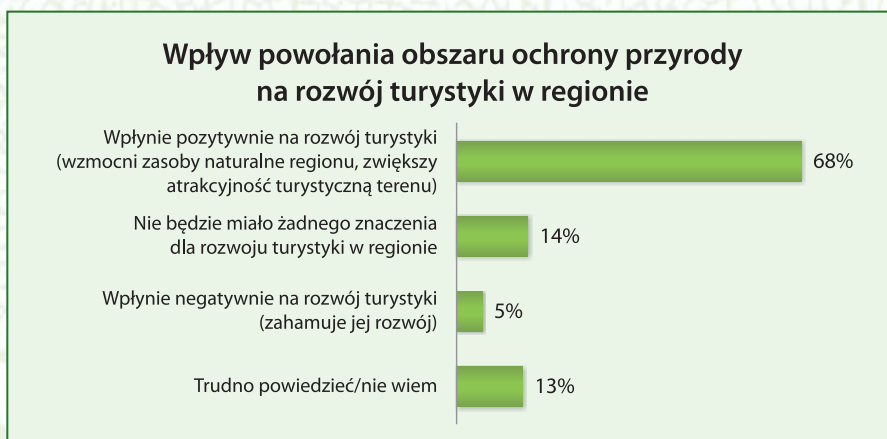
25 Radziejowski J., *Komentarz do Raportu...*, op. cit.

w sezonie letnim. Można przypuszczać, że respondenci mieli na uwadze morze i plaże – najcenniejsze tam przyrodnicze walory turystyczne – i ich zagospodarowanie, a także działania na rzecz ochrony przyrody prowadzone w pobliskim Słowińskim Parku Narodowym. Łatwiej zrozumieć dość krytyczną ocenę Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Nisko oceniane zagospodarowanie turystyczne tego obszaru powoduje wiele sytuacji konfliktowych między turystyką a przyrodą (np. zbyt mała liczba biwaków zmusza, szczególnie wodniaków, do biwakowania w miejscach do tego nieprzystosowanych).

Janusz Radziejowski konkluduje: *Wobec powyższego, można zaryzykować wniosek, że w opinii zainteresowanych rozwój gospodarczy cechujący się troską o środowisko kojarzy się z odpowiednim zagospodarowaniem turystycznym obszaru.*

Rozwój turystyki a powstanie obszaru chronionego

W opinii większości (68%) respondentów utworzenie obszaru ochrony przyrody zwiększa atrakcyjność turystyczną regionu (ryc. 11). Przeciwnie zdanie wyrażają nieliczni (5%). **Ochrona przyrody jest więc postrzegana jako czynnik atrakcyjności, a nie bariera rozwoju funkcji turystycznych.**



Ryc. 11. Opinie turystów o wpływie powołania obszaru chronionego na turystykę

Wyniki badania uprawniają do postawienia pytań:

Czy powołanie ok. 1000 obszarów Natura 2000 zostało zauważone przez polską gospodarkę turystyczną?

Czy branża turystyczna jest przygotowana do tego, by obszary Natura 2000 traktować jako nowy, atrakcyjnych element produktu turystycznego?

Czy branża turystyczna postawi na „ekomarkę” regionów ubogich gospodarczo a bogatych przyrodniczo, do których przyjeżdża coraz więcej turystów?

Janusz Radziejowski dopatruje się świadomości turystów dotyczącej „marki” obszarów chronionych – bez rozróżniania ich kategorii, więc dotyczy to także obszarów Natura 2000. Wniosek ten może mieć duże znaczenie praktyczne: samorządy lokalne niechętnie tworzeniu obszarów chronionych na „ich” terenie mają nieuprawnione obawy o wynikające z powołania obszaru Natura 2000 zmniejszenie napływu turystów, a takie argumenty często zgłaszają.²⁶

²⁶ Ibidem.

PODSUMOWANIE



WNIOSKI

W badaniu świadomości ekologicznej dorosłych turystów szczególne miejsce zajął wątek Europejskiej Sieci Ekologicznej Natura 2000, potraktowanej jako czynnik rozwoju turystyki przyjaznej środowisku. Planując badania, spodziewano się rozpoznania stosunku turystów do przyrodniczych walorów turystycznych jako elementu środowiska wymagającego szczególnej ochrony. Cel został osiągnięty: dzięki badaniu wiemy o tym znacznie więcej.

Wyniki badania mają duże znaczenie, ponieważ zostały przeprowadzone na poprawnie dobranej próbie, choć ilościowo próba ta nie była duża.²⁷ Dotąd stwierdzenia o niskiej lub wysokiej świadomości turystów w kwestiach dotyczących ochrony środowiska opierały się zwykle na obiegowych opiniach. Teraz dysponujemy opiniami faktycznymi.

Wynikiem badania przeprowadzonego przez Instytut na rzecz Ekorozwoju duże znaczenie przypisuje Anna Kalinowska, podkreślając przy tym, że mają one znaczenie nie tylko poznawcze, ale i praktyczne.²⁸

Janusz Radziejowski dodaje: *Podkreślić należy, że komentowane badania są rzadką w naszej literaturze naukowej próbą opisanego stanu świadomości ekologicznej turystów wypoczywających w różnych regionach turystycznych naszego kraju, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów Natura 2000.*²⁹

Rzeczywiście – wydaje się, że ważniejszy od poznawczego (naukowego) jest praktyczny wymiar badania. Pozostaje mieć nadzieję, że wnioski posłużą praktyce turystycznej; że dzięki poznaniu opinii turystów przedstawiciele sektora turystycznego swe deklaracje o rozwoju turystyki przyjaznej środowisku szybciej zamienią na rzeczywiste oferty i upowszechnią będą szeroko zasady jej uprawiania.

Innym wynikającym z badań wnioskiem jest – z punktu widzenia praktyki – informacja o kanałach informacji o atrakcjach przyrodniczych obszaru, decydujących o jego wyborze jako miejsca spędzania wolnego czasu. Okazało się, że w każdym z badanych regionów głównym źródłem informacji o walorach przyrodniczych są znajomi i rodzina. Świadczy to o dużym wpływie wiarygodności i „bezinteresowności” źródeł informacji (odbiorcy nie posądzają przecież swoich znajomych o komercyjne upiększanie relacji o przyrodniczych atrakcjach polecanego im miejsca). To, że źródła lokalne znalazły się dopiero na 10. miejscu na liście źródeł informacji o walorach przyrodniczych świadczyć może nie tylko o małej aktywności osób prowadzących obiekty noclegowe czy ubogiej ofercie lokalnych

27 Badaniem objęto 500 respondentów (na tyle pozwoliły skromne środki projektu edukacyjnego realizowanego przez Instytut), co CBOS w swej metodologii uznał za wielkość reprezentatywną.

28 Kalinowska A., Komentarz do raportu..., op. cit.

29 Radziejowski J., Komentarz do raportu..., op. cit.

punktów informacji turystycznej, ale może wynikać to również z niewielkiej znajomości ważnych przyrodniczych obiektów w najbliższej okolicy oraz słabej percepcji ich walorów przez mieszkańców i lokalnych przedsiębiorców turystycznych³⁰. Potwierdzają to odpowiedzi na pytania o źródła informacji o walorach przyrodniczych regionu, z których korzystano przed wyjazdem i już podczas pobytu – w miejscu spędzania urlopu.

Znajomość struktury rynku turystycznego upoważnia do wniosku, że wciąż niewielkie jest zainteresowanie ludzi pracujących w branży turystycznej rozwijaniem ofert usług turystyki przyrodniczej oraz propagowaniem zasad ochrony środowiska w turystyce. Te zasady są wciąż traktowane bardziej jako utrudnienia i ograniczenia (a nawet bariery) niż jako konieczne uwarunkowania chroniące atuty i bogactwo terenu turystycznego, wymagające pieczołowitej ekopromocji i ekousług. Ekoturystyka, źródło ciągle tylko kilku procent obrotów turystycznego rynku światowego, jest uważana za margines działalności nastawionej na niepomiernie większe zyski z obsługi turystyki masowej. Takie nastawienie przekłada się też na kształcenie kadr turystycznych i szkolenia osób wchodzących do branży, np. poprzez agroturystykę. Mała jest zatem nadzieja na profesjonalny proekologiczny produkt turystyczny, jakość ekologiczną i pełne wypełnianie nawet prawem stanowionych wymogów. Można więc skierować wnioski z badania nie tylko do turystyki, ale też do środowisk zawodowych i społecznych spoza branży turystycznej.

Opinie turystów mogą być, zdaniem Anny Kalinowskiej, istotną wskazówką dla kierunków prowadzenia edukacji ekologicznej skierowanej do mieszkańców terenów atrakcyjnych przyrodniczo. Edukacja taka polegać powinna na stosowaniu efektywnych metod pozwalających na zwrócenie uwagi na lokalne walory przyrodnicze swojej „małej ojczyzny” i docenienie ich znaczenia dla rozwoju turystyki. Kolejnym krokiem jest nauka umiejętnego „sprzedania tych walorów” w postaci kompetentnej i zachęcającej oferty turystyki przyrodniczej w regionie. Świetnym przykładem takich działań edukacyjnych są konkursy dla młodzieży dotyczące znajomości oraz sposobów promocji lokalnych obszarów Natura 2000 organizowane przez Instytut na rzecz Ekorozwoju. Duże znaczenie może też mieć kształcenie miejscowych interpretatorów przyrody i ekoprzewodników prowadzone przez Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, Pracownię na rzecz Wszystkich Istot czy Ruch Św. Franciszka z Asyżu”³¹.

Wyniki badań skłaniają też do refleksji nad odpowiednim marketingiem walorów przyrodniczych gminy czy większego regionu w celu lepszego wykorzystania ich atutów przyrodniczych. Najskuteczniejszą metodą promocji okazało się polecenie regionu przez znajomych i rodzinę. Udział rekomendacji płynących z regionalnych stron internetowych i innych form przekazu pozostaje daleko w tyle w skuteczności docierania do klienta. W strategiach wspierania produktu lokalnego (wszystkiego, co może być nabywane jako upominki dla bliskich, pośrednio rekomendujące miejsce wakacji, lokalnych potraw itp.) gubi się znaczenie przyrody.

Kolejny wniosek praktyczny dotyczy osób najstarszych, których liczba i udział w ruchu turystycznym będzie wzrastać. Dowiedzieliśmy się z badań o ich wyraźnych preferencjach proprzyrodniczych, o ich trosce o stan przyrody i krytycznym stosunku do odpowiedzialności za jej nienależyte szanowanie. Uwzględniając te wyraźne postawy, należy już przygotowywać obiekty i produkty dla tych wymagających gości. Może się to okazać ważnym czynnikiem zwiększenia konkurencyjności w turystyce, a także szansą rozwoju miejscowości – nie tylko tych sówicie obdarowanych przez przyrodę, ale i innych, ale potrafiących sprzedać swoje przyrodnicze atuty. Dużą rolę mogą w takich warunkach odegrać obszary Natura 2000 (zwłaszcza położone poza parkami narodowymi czy krajobrazowymi), jako *novum* w ofercie takich rejonów.

30 Kalinowska A., *Komentarz do raportu...*, op. cit.

31 Ibidem.

Warto jednak pamiętać o tym, że nadmiernie rozwinięty ruch turystyczny może zagrozić środowisku przyrodniczemu, sami turyści zwrócili na to uwagę. Zbyt intensywny ruch turystyczny, korzystny dla wpływów finansowych z turystyki, może zniszczyć walory przyrodnicze stanowiące o trwałym rozwoju gospodarczym. Badanie potwierdziło, że to niebezpieczeństwo dostrzegają sami turyści.

To bardzo ważna informacja o stanie świadomości turystów. Pozwala ona mieć nadzieję na akceptację potrzebnych uregulowań prawnych czy okresowych ograniczeń ruchu turystycznego w rejonach o wrażliwych na antropopresję siedliskach czy kompozycjach krajobrazu. Ułatwi to także upowszechnienie w świadomości społeczeństwa i w praktyce (wdrażanie) zasad przyjaznej środowisku ekoturystyki.

W badaniu starano się dociec, czy Natura 2000 jest szansą na ekoturystyczny produkt lub ekomarkę regionu, czy ciągle stanowi raczej barierę rozwoju turystyki – jak mówią obiegowe opinie. Właśnie dlatego opinie turystów na temat wpływu tworzenia obszarów chronionych na gospodarkę turystyczną były badane ze szczególnym uwzględnieniem sieci obszarów Natura 2000. Janusz Radziejowski wyraża żal, że nie zbadano – przy okazji – wpływu parków narodowych, parków krajobrazowych i rezerwatów, co umożliwiłoby porównanie atrakcyjności różnych form ochrony przyrody. Przy okazji podkreślił wynikającą z badania znaczną znajomość obszarów Natura 2000 w społeczeństwie polskim – znacznie wyższą niż w innych krajach Unii Europejskiej. Dane dotyczące Polski i Unii Europejskiej są jednak nieporównywalne, gdyż w Polsce badania prowadzono wśród turystów, a nie w całej populacji.³²

W świetle wyników badania uprawnione wydaje się stwierdzenie, że Natura 2000 może być sposobem na podniesienie rangi lokalnych walorów, swoistą marką regionu, znakiem jakości ekologicznej. J. Radziejowski dostrzega w tych wynikach zachęty do nasilenia działań edukacyjnych (zwłaszcza lokalnych) oraz promocyjnych, które zmieniłyby obraz Natury 2000 z niekorzystnego (jako represyjnej formy ochrony przyrody) na sprzyjający wykorzystaniu Natury 2000 w rozwoju turystyki.³³

Optymizm budzi ogólna dobra opinia turystów o stanie środowiska obszarów, na których wypoczywali. Ponadto większość respondentów uznała, że za stan środowiska odpowiedzialne są władze lokalne. Może z tego wynikać, że władze lokalne są świadome dużego znaczenia dbałości o środowisko przyrodnicze jako ważnej, przyciągającej turystów atrakcji przyrodniczej, ale nie przekłada się to chyba jednak na pełną ich świadomość konieczności efektywniejszego gospodarowania tymi zasobami. Należy oczekiwać w tym względzie większego udziału społecznego, w tym społeczności lokalnych; niemal połowa turystów wskazała również mieszkańców regionów turystycznych jako odpowiedzialnych za zachowanie walorów przyrodniczych. Powinno to być ważne dla władz samorządowych; sąsiedztwo obszaru Natura 2000 może stać się czynnikiem wyboru obszaru jako miejsca wypoczynku, jest więc potencjalnie „nowym” – do wykorzystania – czynnikiem rozwoju.

Konkluzja

- **Wnioski z badania mogą mieć duże znaczenie praktyczne.**
- **Powinni je poznać zarówno przedstawiciele branż związanych z turystyką i ochroną przyrody, jak i z edukacją prowadzona w różnych grupach wiekowych.**
- **Mogą je z pożytkiem wykorzystać także władze lokalne oraz osoby przygotowujące strategie informacyjne lub edukacyjne w dziedzinie turystyki i zrównoważonego rozwoju.**

³² Radziejowski J., *Komentarz do raportu...*, op. cit.

³³ Ibidem.

CO DALEJ?

Badanie umożliwiło wyciągnięcie wielu interesujących wniosków poznawczych i praktycznych. Jak każde badanie, zrodziło też wiele nowych pytań i wskazało zagadnienia zasługujące na zbadanie w przyszłości.

Preferencje proekologiczne turystów zostały potwierdzone, warto więc lepiej je poznać i rozwijać. Jak? Odpowiedzą może znów sami turyści.

Rzeczowa ocena środowiskowych działań obiektów noclegowych zachęca do przeprowadzenia odpowiednich badań wśród gości obiektów noclegowych różnej kategorii i w różnych regionach, a także wśród zarządzających tymi obiektami.

Anna Kalinowska zwróciła uwagę na to, że w badaniu nie uwzględniono wpływu spędzania wakacji z dziećmi czy wnukami na wybór miejsca wypoczynku i jego walorów przyrodniczych. Zebranie takich informacji umożliwiłoby ocenę wpływu wzorców spędzania wolnego czasu w dzieciństwie na późniejsze preferencje w dorosłym życiu. Praktyczne znaczenie takich badań polegałoby na wypracowaniu wskazówek dotyczących dostosowania oferty ośrodków turystycznych do specyficznych potrzeb ekologicznej turystyki rodzinnej.

Odpowiedzi najstarszych turystów ukazały, jak bardzo cenią sobie oni walory przyrodnicze miejsca wypoczynku, mieszkanie w obiekcie z certyfikatem ekologicznym i żywność z lokalnych gospodarstw ekologicznych. To ważna wskazówka dotycząca kierunków rozwoju ekoturystyki. Jak tworzyć produkty przyrodnicze dla różnych grup wiekowych?

Janusz Radziejowski zwrócił uwagę na brak w badaniu pytań dotyczących innych form ochrony przyrody – poza Naturą 2000 – jako czynnika wpływającego na wybór miejsca wypoczynku. Jaki jest ten wpływ? Czy bardziej atrakcyjne są obiekty (parki narodowe, krajobrazowe i inne formy ochrony przyrody) istniejące od dawna czy nowo utworzone?

Kolejne badanie świadomości ekologicznej społeczeństwa należy przeprowadzić w szerszej skali i je ukierunkować na problemy wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju do turystyki i upowszechniania ich poprzez ten sektor gospodarczy, wykorzystując jej wielokierunkowe powiązania i szeroki odbiór społeczny.

Każdy z nas jest przez jakiś czas w roku turystą i z turystyki czerpie wiedzę, wzorce zachowań i korzyści. Może będzie okazja, by czytelnicy niniejszej publikacji mogli wyrazić i swoje opinie. Nie czekając na ankieterów, można przekazywać swoje uwagi, opinie i refleksje zespołowi redakcyjnemu portalu „Natura 2000 a turystyka”.

Zapraszam

Jolanta Kamieniecka



Wybrane opracowania Instytutu na rzecz Ekorozwoju z lat 1992–2012 dotyczące świadomości ekologicznej, turystyki i Natury 2000

- Bołtromiuk A., *Świadomość ekologiczna Polaków – zrównoważony rozwój. Raport z badań 2009*. Warszawa 2009.
- Bołtromiuk A., Burger T., *Polacy w zwierciadle ekologicznym. Raport z badań nad świadomością ekologiczną Polaków w 2008 r.* Warszawa 2008.
- Burger T., *Optymizm i lokalność. Społeczna świadomość ekologiczna '97* [w:] Baturó W., Burger T. Kassenberg A., *Agenda niespełnionych nadziei. Społeczna ocena realizacji Agendy 21 w Polsce*. Warszawa 1997.
- Burger T., *Świadomość ekologiczna: Między lękiem a działaniem*. Warszawa 1992.
- Burger T., *Świadomość ekologiczna społeczeństwa polskiego u progu XXI wieku*. Warszawa 2000.
- Burger T., Sadowski A., *Świadomość społeczna: Niderlandy ekologiczne*. Warszawa 1994.
- Kamieniecka J., *Ekopolityka w turystyce. Raport o zmianach możliwych i potrzebnych*. Warszawa 1998.
- Kamieniecka J., *(Eko)Turystyka zielonym rynkiem pracy. Przyczynek do wdrażania zasad ekorozwoju w Polsce*. Warszawa 1995.
- Kamieniecka J. (przy współpracy A. Kassenberga i K. Kamienieckiego), *Klimat a turystyka*. Warszawa 2009.
- Kamieniecka J., Borkowska E., *Problemy rozwoju turystyki proekologicznej w Polsce*. Warszawa 1994.
- Kamieniecka J., Majewski J., *Proekologiczny produkt turystyczny*. Warszawa 2009.
- Kamieniecka J., Ogrodniczuk J., Węglarz A., *Energia w obiekcie turystycznym*. Warszawa 2011.
- Kamieniecka J., Wójcik B., *Natura 2000. ABC dla turystyki*. Warszawa 2010.
- Kamieniecka J., Wójcik B., Sienkiewicz B., Haładaj A., *Natura 2000 w edukacji szkolnej. Poradnik dla nauczycieli*. Warszawa 2007.
- Kamieniecki K., Wójcik B. (red.), *Barometr zrównoważonego rozwoju 2007/2008*. Warszawa 2008.
- Kamieniecki K., Wójcik B. (red.), *Barometr zrównoważonego rozwoju 2008/2009*. Warszawa 2009.
- Kamieniecki K. (nadzór merytoryczny), Jackl F. (koordynacja), Golec A. (współpraca), *Młodzież a Natura 2000. Zeszyt edukacyjny*. Warszawa 2011.
- Prognoza oddziaływania na środowisko Projektu Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007–2013*. Warszawa 2005 i 2006.
- Stanaszek A., Tędziągolska M., *Młodzież a Natura 2000. Raport z badania*. Warszawa 2011.
- Stanaszek A., Tędziągolska M. (przy współpracy B. Wójcika i J. Kamienieckiej), *Turyści a Natura 2000. Raport z badania*. Warszawa 2011.
- Wójcik B. (red.), *Wdrażanie Europejskiej sieci ekologicznej Natura 2000 w Polsce i związane z tym problemy. Materiał informacyjny*. Warszawa 2001.
- Wójcik B., *Raport nt. zmian w tworzeniu sieci Natura 2000 w Polsce oraz nt. istotnych wydarzeń związanych z funkcjonowaniem sieci w Polsce w okresie od marca 2011 r. do marca 2012 r.* Warszawa 2012.
- Wójcik B., *Raport nt. zmian w tworzeniu sieci Natura 2000 w Polsce w latach 2009–2011*. Warszawa 2011.
- Wójcik B., *Rola portalu „Natura 2000 a turystyka” w szerzeniu wiedzy nt. sieci Natura 2000 oraz zmiany w tworzeniu sieci Natura 2000 w Polsce w latach 2007–2008 i w pierwszym półroczu 2009 r.* Warszawa 2009.

Od autorki

Badanie socjologiczne „Turyści a Natura 2000” zostało ukierunkowane na poznanie stosunku polskich turystów do potrzeby ochrony przyrody w kontekście turystycznych funkcji środowiska przyrodniczego. Skoncentrowano się na poznaniu:

- znaczenia przyrodniczych walorów regionów turystycznych dla wypoczywających tam turystów,
- stanu ogólnej wiedzy turystów o obszarach Natura 2000 oraz oceny znaczenia tych obszarów dla rozwoju turystyki przyjaznej środowisku,
- stosunku turystów do ochrony środowiska przyrodniczego oraz ich postaw wobec turystyki zrównoważonej.

Z badań wynika, że szczególne walory przyrodnicze odwiedzanego terenu są najważniejszym czynnikiem wpływającym na decyzje turystów przy wyborze miejsca odwiedzin; ta preferencja została zgłoszona w 60% opinii respondentów z różnych grup wiekowych. Uwagę zwraca też deklarowana przez 55% badanych potrzeba korzystania z atrakcyjnych ścieżek przyrodniczych. Badanie potwierdziło zatem pogląd, że dla wszystkich turystów, także tych „pasjonatów natury”, ważne są walory wypoczynkowe, zdrowotne i estetyczne środowiska.

Przygotowanie się do kontaktu z przyrodą dla wielu osób nie jest jednak łatwe. Zapytano więc o to, co jest źródłem informacji o przyrodniczych walorach regionów turystycznych. Pytanie okazało się ważne, ponieważ pozwoliło dostrzec, że większość respondentów była zdana sama na siebie w poszukiwaniu takich danych.

Turyści korzystają z wielu różnych źródeł informacji o walorach przyrodniczych miejsc, do których się wybierają, jednak głównymi źródłami są opinie znajomych i rodziny oraz internet. Odnośnie do tego ostatniego: w ocenie turystów regionalne strony internetowe nie spełniają oczekiwanej roli, podobnie jak i specjalistyczne portale poświęcone przyrodzie.

Zaledwie 10% ankietowanych turystów znalazło po przybyciu na miejsce interesujące materiały na temat cech danego terenu lub jego osobliwości. Szkoda, że tak mało. Czyżby gospodarzom wiedza o otaczającej ich przyrodzie była obca lub obojętna?

Takie i inne informacje oraz wnioski istotne dla organizatorów turystyki przedstawiono w niniejszej publikacji stanowiącej przyczynek do badań świadomości ekologicznej Polaków, a zarazem uwarunkowań zrównoważonego rozwoju turystyki w Polsce.

Jolanta Kamieniecka



INSTYTUT NA RZECZ EKOROZWOJU

ul. Nabełaka 15 lok. 1, 00-743 Warszawa
tel. +48 22 851 04 02, -03, -04; fax +48 22 851 04 00
e-mail: ine@ine-isd.org.pl, <http://www.ine-isd.org.pl>