

SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ – PRZYKŁAD MIESZKAŃCÓW POZNANIA

Agnieszka Niezgoda

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Streszczenie. Artykuł prezentuje społeczne uwarunkowania rozwoju turystyki zrównoważonej na przykładzie Poznania. W artykule skoncentrowano się na roli mieszkańców, którzy mają wpływ na kształt i jakość produktu turystycznego. Mieszkańcy mogą mieć wpływ bezpośredni na jakość produktu turystycznego przez pracę w usługach turystycznych albo pośredni przez kreowanie „atmosfery miejsca” odczuwanej i ocenianej przez turystów. W empirycznej części artykułu zostały przedstawione wyniki badań przeprowadzonych w 2009 roku wśród mieszkańców Poznania. W szczególności badania te dotyczyły: postaw mieszkańców wobec turystów (obecnie i w przyszłości) oraz opinii mieszkańców na temat pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju turystyki. Badania wykazały, że mieszkańcy Poznania akceptują turystów oraz dostrzegają znaczenie turystyki w rozwoju miasta.

Słowa kluczowe: mieszkańcy, turystyka zrównoważona, Poznań

WSTĘP

Mieszkańcy obszarów recepcji turystycznej biorą udział w tworzeniu produktu turystycznego albo w sposób bezpośredni, pracując w usługach turystycznych, albo pośrednio, tworząc „atmosferę miejsca”. Turysty postrzegają pobyt w określonym regionie lub miejscowości subiektywnie i często na ich wrażenia może wpływać wspomniana atmosfera, na którą składają się postawa mieszkańców i ich zadowolenie z jakości życia. Z kolei podnoszenie jakości życia mieszkańców obszarów recepcyjnych jest jednym z celów turystyki zrównoważonej.

W odróżnieniu od efektów ekonomicznych rozwoju turystyki, które pomimo swojej różnorodności dają się szacować ilościowo, efekty społeczno-kulturowe dotyczące turystów i społeczności przyjmującej mają charakter jakościowy i bardzo często zauważane

są dopiero wtedy, gdy ludność protestuje przeciwko negatywnym skutkom rozwoju turystyki.

Jednym z warunków osiągania korzyści przez rozwój turystyki zrównoważonej jest zrozumienie przez mieszkańców obszaru recepcji turystycznej znaczenia turystyki dla rozwoju obszaru i podnoszenia jakości życia [szerzej: Niezgoda 2006a].

Celem artykułu jest przedstawienie społecznych uwarunkowań (w szczególności roli mieszkańców) rozwoju turystyki zrównoważonej. W empirycznej części artykułu zostaną przedstawione wyniki badań przeprowadzonych w 2009 roku wśród mieszkańców Poznania. W szczególności badania te dotyczą:

- postaw mieszkańców wobec turystów obecnie i w przyszłości,
- pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju turystyki w opinii mieszkańców.

TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA I JEJ CELE

Rozwój turystyki może w znaczący sposób podnieść opłacalność działalności gospodarczej, ale skupienie uwagi głównie na takich zagadnieniach, jak dynamika i skala tego rozwoju, rodzaj turystów, do których adresowana jest oferta, i stopień kontroli ze strony lokalnej społeczności wykształca wysoce spolaryzowane spojrzenie i ogranicza możliwości analizy. W literaturze przedmiotu coraz bardziej popularna staje się koncepcja turystyki zrównoważonej. Zasadniczą cechą tego ujęcia jest uwzględnienie potrzeb przyszłych pokoleń oraz współzależności celów ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Cele ekologiczne dotyczą zachowania zasobów przyrodniczych na potrzeby przyszłych pokoleń, cele ekonomiczne wynikają z konieczności zapewnienia dochodów społeczności na obszarach przyjmujących turystów, natomiast cele społeczne dotyczą zarówno zachowania walorów kulturowych, jak też podnoszenia poziomu życia społeczności przyjmujących turystów.

Przydatne dla rozważań staje się uwzględnienie perspektywy biocentrycznej i antropocentrycznej jako pewnego rodzaju kryterium dla celów i skutków rozwoju turystyki zrównoważonej. Biocentryczna (skierowana na cele środowiska naturalnego) perspektywa reprezentowana jest w formie ekstremalnej przez ekologów, którzy traktują człowieka jako jedynie jeden z elementów ekosystemu. Perspektywa antropocentryczna umożliwia ukierunkowanie celu na potrzeby człowieka i w swojej krańcowej formie pozwala ludziom na przekształcanie środowiska, wierząc, że nowe technologie rozwiążą wszelkie problemy [Weaver 2001]. Pomiędzy tymi postawami istnieje wiele wariantów pośrednich. Tak jak w odniesieniu do progu pojemności i chłonności turystycznej uwzględniane zostają zarówno cele społeczne, jak też przyrodnicze, tak dla poziomu jakości życia ważne staje się połączenie celów ekologicznych wynikające z postaw biocentrycznych, jak też szeroko rozumiane cele wynikające z perspektywy antropocentrycznej.

Cele społeczne turystyki zrównoważonej wymagają:

- uwzględnienia integralności społeczności lokalnej,
- wzmacniania dobrobytu lokalnego,
- zorientowania na cele lokalne w odniesieniu do korzyści wynikających z napływu turystów.

Turystyka zrównoważona umożliwia zachowanie na poziomie lokalnym walorów i zasobów, które z kolei mogą być atutem obszaru i przyczyniać się do kreowania atrak-

cyjnego, konkurencyjnego produktu turystycznego. Antropocentryczne ujęcie jest widoczne w komplementarnym charakterze walorów przyrodniczych i kulturowych oraz celu ekonomicznym turystyki zrównoważonej, który dotyczy korzyści dla społeczności lokalnej.

Jednak analiza zależności między rozwojem turystyki a zmianami i uwarunkowaniami o charakterze społecznym ma charakter bardziej złożony. Społeczność lokalna może mieć znaczący wpływ na rozwój turystyki.

Mieszkańców można podzielić na dwie grupy, bezpośrednio zależnych od turystyki i niezwiązanych z turystyką. Każda z tych grup może dążyć do maksymalizacji własnej pozycji i wtedy pojawia się konflikt. Ludność czerpiąca bezpośrednio dochody z turystyki może dążyć do zwiększenia ruchu turystycznego, natomiast pozostali mieszkańcy mogą odczuwać negatywne skutki wynikające z przekroczenia progu pojemności turystycznej i dążyć do ograniczenia napływu turystów. Mieszkańcy muszą dokonać porównania korzyści ekonomicznych z przyjmowania turystów z kosztami życia z „obcymi” [Mill, Morrison 1992].

Relacje między turystami a mieszkańcami mogą mieć wyjątkowy charakter, powstają bowiem pomiędzy osobami, które w życiu codziennym mogłyby się nigdy nie spotkać, mogą mieć charakter jednorazowy. W czasie takiego spotkania dochodzi do konfrontacji zróżnicowanych kultur, grup etnicznych, języka, poziomu i stylu życia.

Zakres i znaczenie konfliktów pojawiających się między odwiedzającymi a odwiedzanymi zależą od stopnia podobieństwa ich poziomu i stylu życia, liczby turystów oraz stopnia, w jakim turyści przystosowują się do lokalnych norm.

Wielu autorów [Tucker 2001, Kneafsey 2001] uważa, że rozwój turystyki wywołuje zbyt duże i szybkie zmiany społeczne, a jednocześnie mieszkańcy usiłują zachować swoją autentyczność „na pokaz” jako atrakcję turystyczną, aby sprostać wymogom turystów. Prowadzi to do zysków dla organizatorów turystyki, ale ludność miejscowa ulega kulturze „napływowej”, a jej zachowania w stosunku do rozwoju lokalnego stają się pasywne. W wyniku takich procesów następuje konieczność integracji kulturowej oraz zachowania równowagi między tradycją ludności miejscowej i zmianami wywołanymi przez turystykę.

WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

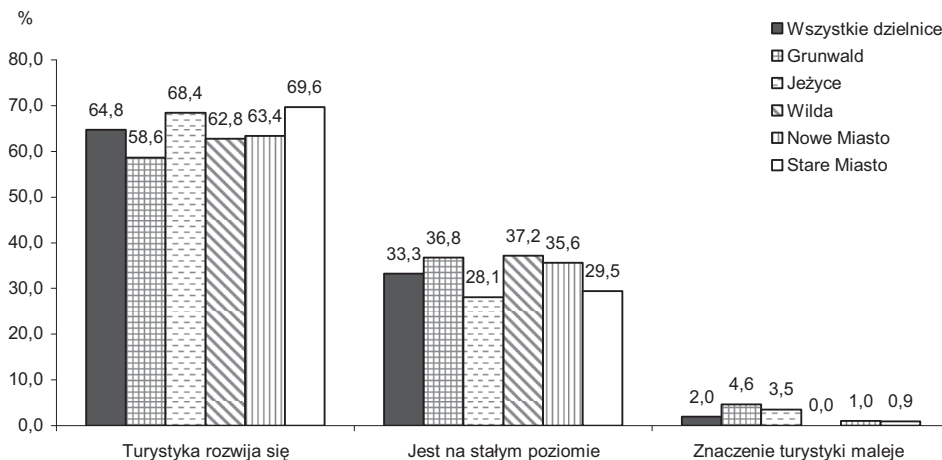
W celu empirycznego zobrazowania prezentowanych zagadnień można przytoczyć wyniki badań empirycznych przeprowadzonych w 2009 roku wśród mieszkańców Poznania¹. W badaniu wzięło udział 400 osób, zastosowano procedurę wyboru warstwowo-kwotowego z uwzględnieniem podziału miasta na 5 dzielnic (Jeżyce, Stare Miasto, Nowe Miasto, Grunwald, Wilda). Celem badania było m.in. poznanie opinii mieszkańców Poznania na temat pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju turystyki, postrzegania turystyki jako czynnika rozwoju miasta oraz postaw mieszkańców wobec turystów. Wykorzystano metodę wywiadu bezpośredniego standaryzowanego z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety.

¹Badanie przeprowadzono w ramach projektu nr 51104-200 „Sposoby mierzenia rozwoju funkcji turystycznej miasta” finansowanego przez Urząd Miasta w Poznaniu.

OPINIA MIESZKAŃCÓW NA TEMAT ROZWOJU TURYSTYKI

Mieszkańców poproszono o ocenę rozwoju turystyki (rys. 1). Ogółem 64,8% mieszkańców uważa, że turystyka jest zjawiskiem rozwijającym się, 33,3% uważa, że jest na stałym poziomie, natomiast tylko 2% uważa, że znaczenie turystyki maleje. Zatem można uznać, że mieszkańcy zauważają coraz większy napływ turystów czy rozbudowę infrastruktury turystycznej. Można zauważyć, że w dzielnicach Stare Miasto oraz Jeżyce odsetek osób, które udzieliły pozytywnej odpowiedzi jest wyższy niż w pozostałych dzielnicach (kolejno 69,6 i 68,4%). Jest to prawdopodobnie związane z położeniem tych dzielnic i ich bliskością do centrum (Stary Rynek i Targi Poznańskie). Mieszkańcy pozostałych dzielnic odczuwają widocznie w mniejszym stopniu natężenie ruchu turystycznego. Odsetek mieszkańców, którzy nie zauważają zmian w rozwoju turystyki jest najwyższy (i wyższy od odsetka dla ogółu mieszkańców) w dzielnicach Wilda (37,2%), Grunwald (36,8%) oraz Nowe Miasto (35,6%). Pojawia się wniosek, że mieszkańcy tych dzielnic z uwagi na ich położenie z dala od centrum nie mają bezpośredniej styczności z turystami i nie dostrzegają rozwoju turystyki w takim stopniu, jak mieszkańcy Jeżyc i Starego Miasta. Bardzo niewiele osób jest zdania, że znaczenie turystyki maleje (od 0 w dzielnicy Wilda do 4,6% w dzielnicy Grunwald).

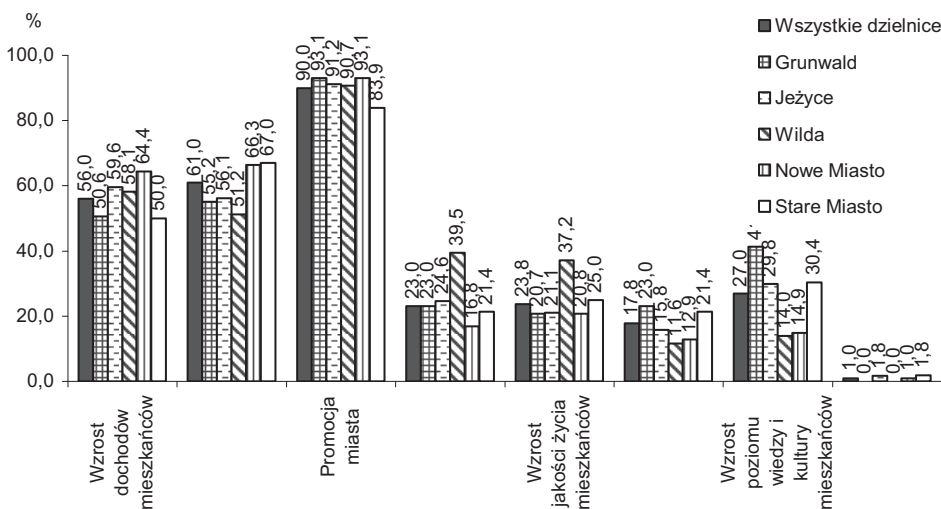
Analizując problematykę związaną ze skutkami rozwoju turystyki w Poznaniu, mieszkańców poproszono o wyrażenie zdania na temat pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju turystyki (rys. 2 i 3). Zdaniem mieszkańców każdej dzielnicy najważniejszym pozytywnym skutkiem rozwoju turystyki jest promocja miasta. Promocja powinna zmierzać do skłonienia potencjalnych turystów do przyjazdu do Poznania oraz do ukształtowania przychylniej opinii o mieście jako całości. Składa się to na „informacyjny kapitał zaufania” [Kornak, Rapacz 2001]. Jedynie na Starym Mieście (83,9%) odsetek osób, dla których promocja miasta jest najważniejszym czynnikiem, był niższy niż przeciętnie we wszystkich dziel-



Rys. 1. Opinia mieszkańców dotycząca rozwoju turystyki w Poznaniu w ciągu ostatnich 5 lat
Fig. 1. Resident's opinion about development of tourism in Poznań during the last 5 years

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.



Rys. 2. Pozytywne skutki rozwoju turystyki w opinii mieszkańców

Fig. 2. Positive results of tourism development in resident's opinion

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

nicach (90%). Wśród respondentów we wszystkich dzielnicach, którzy udzielili tej odpowiedzi najwyższy odsetek stanowiły osoby z wykształceniem średnim oraz wyższym.

Dwa kolejne, najczęściej zaznaczane pozytywne skutki rozwoju turystyki to wzrost dochodów mieszkańców oraz tworzenie nowych miejsc pracy (we wszystkich dzielnicach kolejno 56,0 oraz 61,0%). W literaturze przedmiotu ujmowane jest to jako „emancypacja ekonomiczna” społeczności lokalnych przez rozwój turystyki [Timothy 2002, Niezgodna 2006b]. Wzrost dochodów jako pozytywny skutek najczęściej był wskazywany przez osoby z przedziału wiekowego 45–59 lat. Co istotniejsze, tworzenie nowych miejsc pracy najczęściej dostrzegają osoby w wieku 18–29 lat. Jest to przedział wiekowy osób, które wchodzi na rynek pracy i bardzo uważnie analizują procesy i zależności z tym związane. Dlatego dostrzegają szanse, które pojawiają się na rynku pracy wraz z rozwojem turystyki. Respondenci z tego samego przedziału wiekowego również najczęściej wskazywali możliwość zawiązywania trwałych znajomości między mieszkańcem a turystą. Może to mieć związek z większą skłonnością ludzi młodszych do nawiązywania kontaktów, a także z większym udziałem osób znających języki obce wśród ludzi młodych.

Kolejnymi najczęściej wskazywanymi pozytywnymi skutkami rozwoju turystyki są wzrost poziomu wiedzy i kultury mieszkańców (27,0% mieszkańców wszystkich dzielnic) oraz poprawa jakości ich życia (23,8%). Wzrost poziomu wiedzy przez kontakt z turystami można nazwać „emancypacją psychologiczną” społeczności lokalnej wywołaną rozwojem turystyki [Timothy 2002, Niezgodna 2006b]. Co ciekawe, poprawa jakości życia jako pozytywny skutek rozwoju turystyki była najczęściej dostrzegana przez mieszkańców powyżej 60. roku życia. Wpływ na to może mieć fakt, że są to najstarsi mieszkańcy Poznania, którzy byli świadkami rozwoju turystyki od wielu lat i mogą stwierdzić na podstawie własnych obserwacji, że rozwój turystyki przynosi poprawę infrastruktury

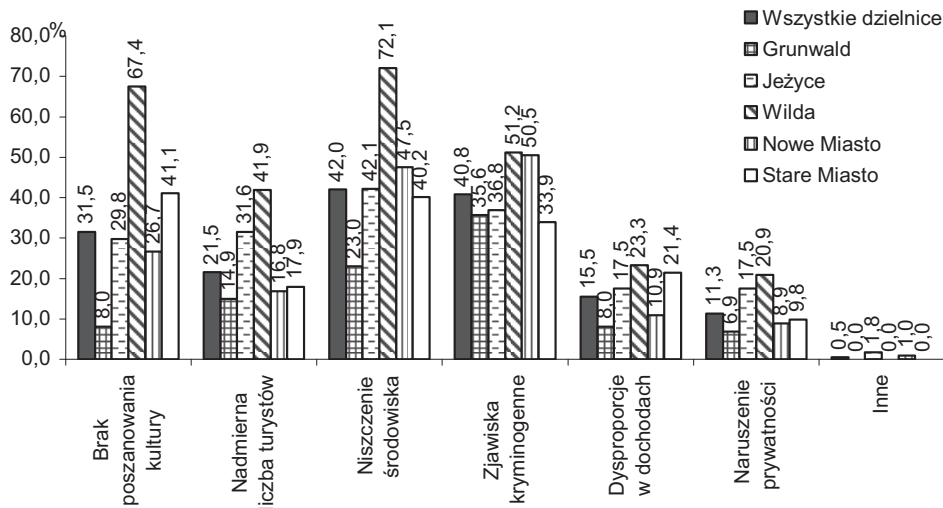
technicznej i społecznej, a także ma wpływ na atrakcyjność obiektów, remonty budynków, ulic oraz ofertę kulturalną miasta. Ten wniosek jest odmienny od wniosków występujących w literaturze. Mayson i Cheyne [2000] oraz Weaver i Lawton [2001] podają bowiem, że im dłużej mieszkańcy są związani z regionem, tym większe pojawiają się obawy w stosunku do rozwoju turystyki.

Skutkiem pozytywnym rozwoju turystyki najrzadziej wskazywanym przez badanych mieszkańców Poznania jest ochrona walorów naturalnych (17,8%). Jest wynik świadczący o tym, jak bardzo ważna jest koncepcja turystyki zrównoważonej, która zakłada współlistnienie celów ekonomicznych, społecznych i ekologicznych. Turystyka ma przynieść zyski, ale również przyczynić się do ochrony walorów, które są podstawą atrakcyjności turystycznej. Turyści mają nie tylko z nich korzystać, ale przez wydatkowane pieniądze oraz działania informacyjne przyczynić się do ich uatrakcyjnienia oraz zachowania na potrzeby przyszłych pokoleń. Na konieczność respektowania zasad ochrony środowiska przez wszystkie podmioty biorące udział w kształtowaniu produktu turystycznego wskazują również inni autorzy [m.in. Kousis 2000, Müller, Flügel 1999, Kornak, Rapacz 2001].

Ponadto, mieszkańcy w ramach swobodnej wypowiedzi wskazywali inne pozytywne skutki rozwoju turystyki:

- poprawa stanu technicznego i wyglądu miasta,
- wzrost czystości miasta,
- podkreślenie znaczenia i wartości miasta oraz okolic,
- wzrost zainteresowania władz renowacją zabytków.

Mieszkańcy oprócz skutków pozytywnych dostrzegają również skutki negatywne wynikające z rozwoju turystyki (rys. 3). Analiza odpowiedzi pozwala zauważyć, że elemen-



Rys. 3. Negatywne skutki rozwoju turystyki w opinii mieszkańców

Fig. 3. Negative results of tourism development in resident's opinion

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

tem najbardziej zwracającym uwagę są wartości procentowe odzwierciedlające opinie mieszkańców dzielnicy Wilda. Każdy ze skutków został zauważony przez większą liczbę badanych niż w innych dzielnicach. Można sądzić, że mieszkańcy Wildy w większym stopniu niż mieszkańcy innych dzielnic odczuwają negatywne skutki rozwoju turystyki.

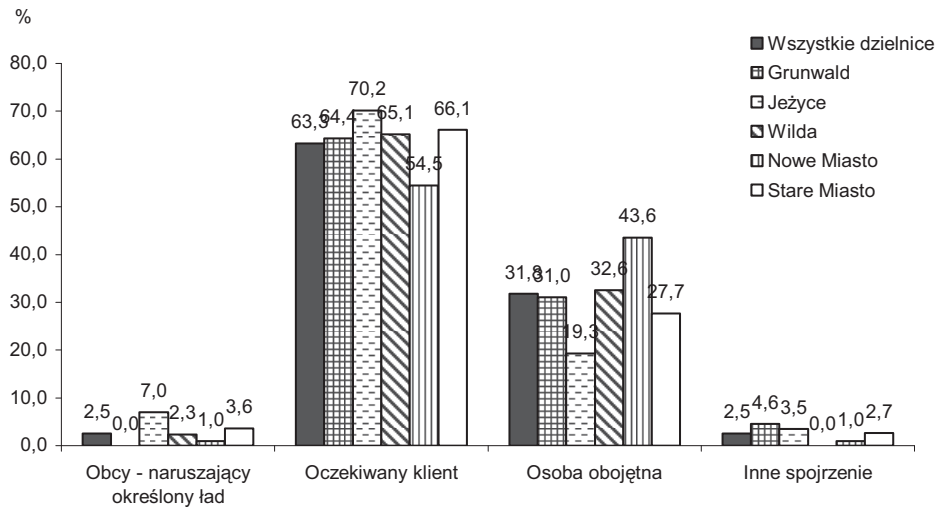
Najczęściej wskazywanymi negatywnymi skutkami wynikającymi z rozwoju turystyki są: niszczenie środowiska (42,0% ogółu badanych) i zjawiska kryminogenne (40,8%). Pierwszy z nich został wskazany jako najbardziej negatywny skutek w dzielnicach Wilda (72,1%) i Nowe Miasto (47,5%), a także uzyskał wysoki odsetek wskazań w dzielnicy Jeżyce (42,1%). Wśród wymienionych niekorzystnych skutków rozwoju turystyki zjawiska kryminogenne najczęściej wskazywali mieszkańcy Nowego Miasta (50,5%) i Grunwaldu (35,6%). Mieszkańcy dzielnic położonych w centrum mogą w większym stopniu obserwować wzmożony ruch wywołany napływem turystów, ich zachowania oraz zmiany krajobrazu.

Spośród respondentów, którzy zaznaczyli, że zjawiska kryminogenne są negatywnym skutkiem rozwoju turystyki, aż 46,5% stanowią osoby w wieku 18–29 lat. Ponadto, największa liczba mieszkańców Starego Miasta wskazała, że brak poszanowania kultury jest najbardziej negatywnym skutkiem.

Analizując pozostałe warianty odpowiedzi we wszystkich dzielnicach stwierdzono, że jako negatywne skutki rozwoju turystyki w Poznaniu wskazano kolejno: nadmierną liczbę turystów w mieście w tym samym czasie – sezonowość (21,5%), dysproporcje w dochodach (15,5%) oraz naruszenie prywatności mieszkańców (11,3%). Wyniki te wskazują na problem „społecznych progów” pojemności turystycznej [Dunne, Leslie 2002]. W wariantach wolnej odpowiedzi otrzymano uwagę, że negatywnym skutkiem rozwoju turystyki jest nadmierny hałas w nocy w okolicach miejsc, w których odbywają się imprezy rozrywkowe.

NASTAWIENIE MIESZKAŃCÓW DO TURYSTÓW

Mieszkańców Poznania poproszono o opinię dotyczącą postrzegania przez nich turystów (rys. 4). Większość z nich (63,3%) wskazuje, że turysta dla nich to „oczekiwany klient”. Mieszkańcy kojarzą więc rozwój turystyki z możliwością zarobkową. Można zatem uznać, że mieszkańcy mają świadomość faktu, że turystyka przyczynia się do poprawy jakości życia, ponieważ wraz z napływem turystów rozwija się sieć usługowo-handlowa, która daje miejsca pracy. W poszczególnych dzielnicach udział tego wariantu odpowiedzi wynosił: Jeżyce – 70,2%, Stare Miasto – 66,1%, Wilda – 65,1%, Grunwald – 64,4%, a tylko w dzielnicy Nowe Miasto liczba wskazań była niższa od średniej wśród ogółu badanych – 54,5%. Prawie jedna trzecia mieszkańców (31,8%) postrzega turystę jako „osobę obojętną”, natomiast 2,5% badanych widzi w turyście „obcego, który narusza określony ład”. Zatem, poza dzielnicą Grunwald, wśród mieszkańców są osoby, które zauważają negatywne skutki napływu turystów. W dzielnicy Jeżyce aż 7% badanych udzieliło takiej odpowiedzi. Wśród osób, dla których turysta to „obcy” – 70% należy do przedziału wiekowego 60 lat i powyżej. Zatem dla osób starszych kontakt z turystami jest najtrudniejszy, może to być wynikiem życiowych doświadczeń i obserwacji negatywnych zachowań turystów.



Rys. 4. Kim jest turysta w opinii mieszkańców Poznania?

Fig. 4. Who is the tourist in resident's opinion?

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

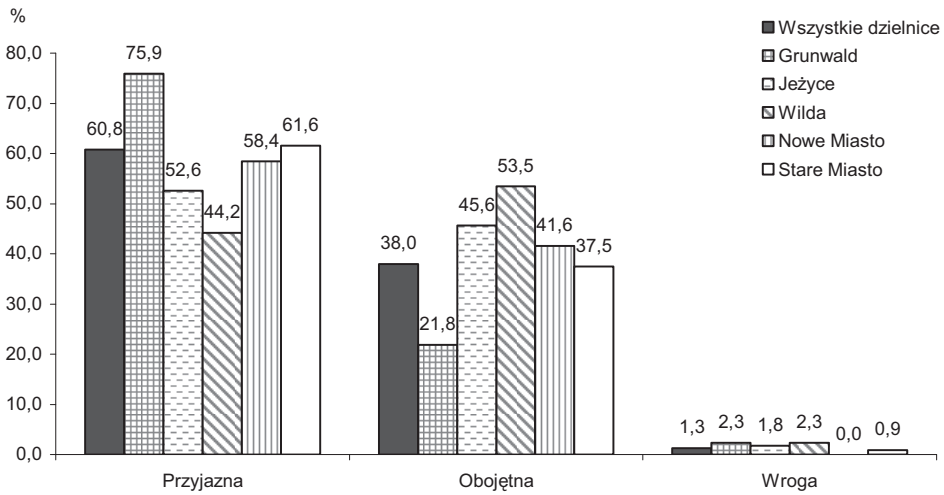
Respondenci mogli także podać własne określenie turysty w otwartym wariancie odpowiedzi. Ich zdaniem, turysta to: „osoba zwiedzająca”, „osoba, która chce poznać inne miejsca”, „osoba ciekawa świata”, „pielgrzym”, „gość w domu”, „oczekiwany gość”, „osoba wyjątkowa”, „osoba przyjazna”, „osoba, która wnosi coś nowego”.

W szczególności ostatnie z wymienionych określeń wskazują na pozytywne nastawienie w stosunku do turystów odpowiadających osób. Podkreślenie, że turysta jest „gościem”, „pielgrzymem”, „osobą przyjazną”, pozwala mieć nadzieje, że mieszkańcy chcą widzieć w turystach nie tylko źródło dochodów. Taka postawa może mieć związek z doświadczeniami, których przysparza organizowanie w Poznaniu spotkań o charakterze religijno-pielgrzymkowym (spotkania w Lednicy, coroczne Spotkanie Młodych organizowane przez Taize). Postrzeganie turysty jako „osoby, która wnosi coś nowego” i „osoby wyjątkowej” wskazuje na postrzeganie kulturowych konsekwencji spotkania społeczności odwiedzającej i społeczności odwiedzanej. Zgodnie z koncepcją K. Przeclawskiego [1997], przemiany społeczno-kulturowe, jakie dokonują się poprzez turystykę, dotyczą zarówno zbiorowości wysyłającej, jak również zbiorowości przyjmującej.

Mieszkańcy mogą prezentować wobec turystów zarówno postawy przyjazne, jak też nie. Jest to wynik wielu czynników o charakterze zarówno ogólnospołecznym, jak też indywidualnym, wynikającym z osobistej sytuacji człowieka. Rozwój turystyki bowiem nie powinien naruszać lokalnych struktur społecznych, dezintegrować społeczności oraz stawać się przyczyną wewnętrznych konfliktów.

Ankietowanych mieszkańców Poznania poproszono o ocenę postaw wobec turystów obecnie i w przyszłości (rys. 5 i 6).

We wszystkich dzielnicach z wyjątkiem Wildy większość mieszkańców ocenia swoją obecną postawę wobec turystów jako przyjazną. Najwyższy odsetek mieszkańców pre-

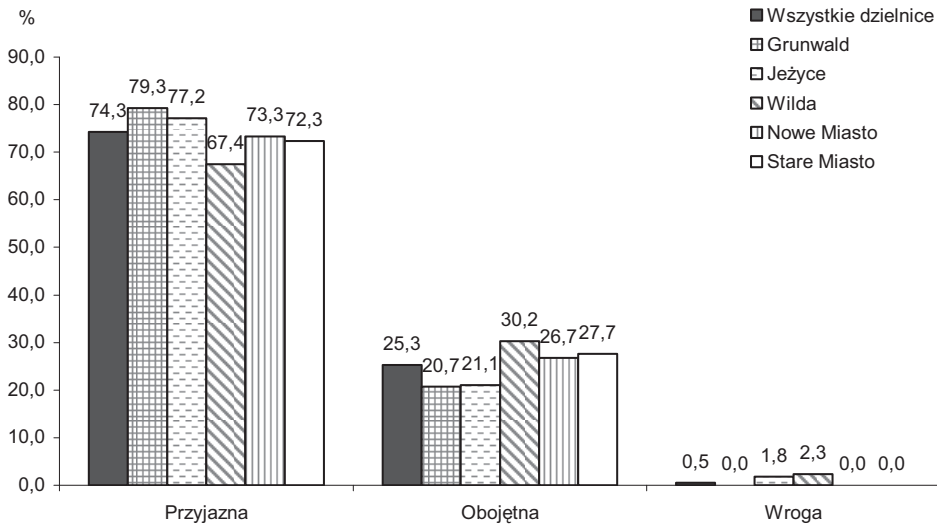


Rys. 5. Postawy mieszkańców wobec turystów (obecnie)

Fig. 5. Resident's attitudes towards tourists (now)

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.



Rys. 6. Postawy mieszkańców wobec turystów (w przyszłości)

Fig. 6. Resident's attitudes towards tourists (in the future)

Źródło: Badania własne.

Source: Author's research.

zentujących taką postawę zauważono wśród osób zamieszkujących dzielnice Grunwald (75,9%) oraz Stare Miasto (61,6%), jest on wyższy niż w pozostałych dzielnicach (średnia 60,8%). Najmniejszy odsetek mieszkańców postrzega swoją postawę jako pozytywną w dzielnicach Wilda (44,2%) oraz Jeźyce (52,6%), jest to poziom znacznie niższy niż średnia wszystkich dzielnic. Co ciekawe, najczęściej pozytywne nastawienie wobec turystów wskazywali w swoich odpowiedziach mieszkańcy w przedziale wiekowym 45–59 lat, natomiast postawę obojętną najczęściej mieszkańcy w przedziale wiekowym 18–29 lat. Może to być uwarunkowane wspomnianym wcześniej wpływem czynników osobistych. Osoby młode są na etapie własnego życia, w którym ważne są plany na przyszłość, podejmowane są najważniejsze decyzje dotyczące studiów, pracy, założenia rodziny. W takiej sytuacji można nie dostrzegać uwarunkowań zewnętrznych, jakimi są zjawiska związane z napływem turystów.

Dla rozwoju i promocji turystyki bardzo ważnym faktem jest dostrzeganie przez mieszkańców wrogich postaw wobec turystów. Najwyższy odsetek mieszkańców określił postawę wobec turystów jako wroga na Grunwaldzie (2,3%), Wildzie (2,3%) i Jeżycach (1,8%). Jest to symptom wskazujący na konieczność działań skierowanych do mieszkańców, informujących o roli i pozytywnych skutkach rozwoju turystyki. Pewnym wyjaśnieniem w stosunku do takich zjawisk wśród mieszkańców Grunwaldu może być położenie głównego stadionu piłkarskiego miasta. Prawdopodobnie mieszkańcy dzielnicy mogą kojarzyć turystów z grupami kibiców, których zachowanie bardzo często odbiega od zachowań korzystnych i przyjaznych. Ten symptom warto rozważyć w kontekście planowanych w Poznaniu Mistrzostw EURO 2012.

Zdaniem mieszkańców wszystkich dzielnic, postawa wobec turystów w przyszłości będzie bardziej przyjazna niż obecnie, a mniej obojętna. Średnio 74,3% mieszkańców uważa, że w przyszłości postawa będzie przyjazna, a 25,3% – że obojętna. Powyżej średniej postawę przyjazną w przyszłości przewidują mieszkańcy Grunwaldu (79,3%) i Jeżyc (77,2%). Najmniejszy odsetek osób, które oceniają w przyszłości postawę mieszkańców wobec turystów jako przyjazną charakteryzuje dzielnicę Wilda (67,4%). Również w tej dzielnicy najwięcej mieszkańców przewiduje w przyszłości postawę wroga wobec turystów (2,3%). Jednak porównując te odpowiedzi z odpowiedziami dotyczącymi postaw obecnych, można zauważyć przewidywanie poprawy. Pozytywne nastawienie do turystów w przyszłości zostało najczęściej wskazywane przez osoby z przedziału wiekowego 45–59 lat, natomiast postawa obojętna przez osoby w przedziale wiekowym 30–44 lata. Co więcej, mieszkańcy Grunwaldu i Starego Miasta, którzy obecnie zauważają wrogie postawy wobec turystów, zaznaczają ich zmianę w postawy przyjazne lub obojętne. Z kolei respondenci z Wildy i Jeżyc uważają, że postawa określana jako „wroga” się utrzyma.

Można sądzić, że zmniejszenie odsetka postaw wrogich wobec turystów w przyszłości może być związane z ogólnymi procesami wynikającymi ze wzrostu poziomu wiedzy i tolerancji wśród mieszkańców Poznania. Z biegiem czasu mieszkańcy Poznania powinni „oswajać się” z obcokrajowcami. Może to być związane z przemianami społeczności lokalnej z homogenicznej na heterogeniczną. Najogólniej kierunek tych zmian można określić jako wzrost tolerancji wobec odmiennych przekonań i zachowań gości, jak również stopniową ich asymilację [Gołębski 2009].

WNIOSKI

Badanie przeprowadzone wśród mieszkańców Poznania wykazało, że:

1. Mieszkańcy dostrzegają rozwój turystyki, jednak jest on bardziej zauważany w dzielnicach położonych wokół największych atrakcji turystycznych miasta. Turystyka postrzegana jest jako dość ważny czynnik rozwoju miasta, ale nie jest to czynnik najistotniejszy.
2. Jako pozytywny skutek rozwoju turystyki dostrzegana jest przede wszystkim promocja miasta, dopiero w dalszej kolejności mieszkańcy podawali „wzrost dochodów” oraz „tworzenie nowych miejsc pracy”.
3. Jako negatywne skutki rozwoju turystyki mieszkańcy podawali przede wszystkim niszczenie środowiska i zjawiska kryminalne. Ochrona walorów naturalnych była najrzadziej wskazywanym pozytywnym skutkiem rozwoju turystyki w mieście. Zatem mieszkańcy mają świadomość zależności między walorami przyrodniczymi a rozwojem turystyki w Poznaniu.
4. Dla większości badanych turysta jest „oczekiwanym klientem” i oceniają swoją postawę jako przyjazną wobec przyjezdnych. Mieszkańcy przewidują również zmianę swoich postaw na lepsze w przyszłości.

Społeczność lokalna stanowi kapitał, który w każdej dziedzinie usługowej, w tym w turystyce, odgrywa podstawową rolę. Poza wpływem na kształt i jakość produktu turystycznego, wpływ ten dotyczy ogólnie rozumianej „atmosfery miejsca”. Obserwacja trendów w turystyce wskazuje, że takie elementy jak gościnność, pozytywne nastawienie do turystów, przyjazne środowisko społeczne są walorami wysoko ocenianymi przez turystów [Obrębalski (red.) 1998], a zależą one z kolei od subiektywnie ocenianej jakości życia. Zadowolenie mieszkańców decyduje o odczuciach turystów, którzy chętnie odwiedzają dane miejsce. Stąd też zależność między jakością życia a atrakcyjnością produktu turystycznego obszaru ma charakter dwustronny. Atrakcyjny produkt turystyczny wpływa na dochody mieszkańców z turystyki, a przez to na jakość życia. Z kolei wysoko oceniana jakość życia wpływa na chęć pracy, motywację, zadowolenie, kreatywność osób, z którymi pośrednio bądź bezpośrednio mają kontakt turyści, a zatem wpływa na atrakcyjność produktu turystycznego [Niezgoda 2008]. Zaangażowanie lokalnych społeczności czy postawa przyjazna środowisku mogą również wywoływać pozytywne oceny turystów.

Turystyka – poprzez emancypację miejscowej ludności i innych podmiotów w sferach politycznej, społecznej, ekonomicznej i psychologicznej – jest szansą na zaspokojenie potrzeb rozwojowych, realizując wiele celów rozwoju zrównoważonego, takich jak harmonia, sprawiedliwość, równowaga, integralność kulturowa i konserwacja przyrody. Zaangażowanie miejscowych obywateli w proces podejmowania decyzji i ich udział w podziale zysków z turystyki może przyczynić się do transformacji i rozwoju obszarów recepcji turystycznej.

Warunkiem rozwoju turystyki zrównoważonej jest zaangażowanie i świadomość społeczeństwa na temat skutków rozwoju turystyki. Świadomość społeczeństwa i jego pozytywne nastawienie do proponowanych rozwiązań, jak również tworzenie szans udziału społeczności lokalnej w podejmowaniu decyzji i ponoszeniu za nie odpowiedzialności jest jednym z podstawowych czynników determinujących możliwości realnego zastosowania rozwiązań teoretycznych. Społeczność lokalna akceptująca ideę turystyki zrównoważonej może czerpać z niej korzyści.

PIŚMIENNICTWO

- Dunne G., Leslie G., 2002. An Overview of Carrying Capacity Indicators and Visitors Management, [w:] *Tourism and the Environment. Sustainability in Tourism development*, ed. Andrews N., Convery F., Flanagan S., Ruddy J., Dublin Institute of Technology, 51–57.
- Gołembski G. (red.), 2009. *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa-Poznań, 177–180.
- Kneafsey M., 2001. Rural Cultural Economy. *Annals of Tourism Research* Vol. 28, No 3, 763–764.
- Kornak A., Rapacz A., 2001. Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie. Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław, 167.
- Kousis M., 2000. Tourism and The Environment. A Social Movements Perspective. *Annals of Tourism Research* Vol. 7, No 2, s. 468–473.
- Mayson P., Cheyne J., 2000. Residents' attitudes to proposed development. *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No 2, 394–411.
- Mill R.C., Morrison A.M., 1992. *The Tourism System*, Prentice-Hall International, New Jersey.
- Müller H., Flügel M., 1999. *Tourismus und Ökologie*. Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern.
- Niezgoda A., 2006a. Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego, *Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Poznań.
- Niezgoda A., 2006b. Rola mieszkańców obszaru recepcji turystycznej w rozwoju turystyki zrównoważonej, [w:] *Gospodarka turystyczna a grupy interesu*, red. Wodejko S. SGH, Warszawa.
- Niezgoda A., 2008. The impact of residents' quality of life on tourist product, [w:] *Entrepreneurship and quality in tourism in light of polish and international research*, Gołembski G. (ed.), *Zeszyty Naukowe nr 99*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań, 86–98.
- Obrębalski M. (red.), 1998. *Marketingowa strategia rozwoju przestrzeni*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- Przeclawski K., 1997. *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wyd. Albis, Kraków.
- Weaver D., 2001. *Ecotourism*. John Wiley & Sons, Melbourne.
- Weaver D., Lawton L., 2001. Residents Perceptions in the Urban – Rural Fringer, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No 2, 439–452.
- Timothy D.J., 2002. *Tourism and Community Development Issues* [w:] *Tourism and Development, Aspect of Tourism 5*, ed. R. Scharpley, D. Telfer. Channel View Publications, Clevedon – Buffalo – Toronto – Sydney, 149–164.
- Tucker H., 2001. Tourists and Troglodytes, *Annals of Tourism Research* Vol. 28, No 4, 868–869.

SOCIAL CONDITIONS OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT – CASE OF RESIDENTS OF POZNAŃ

Abstract. The article presents social conditions of sustainable tourism development in case of residents of Poznań. Local communities play a decisive role in the development of tourism at the place of their residence. Local people have an impact on the shape of the tourism product not only through providing their labour, specifically in the tourism sector, but also by creating the general “atmosphere of a place”, which may become a factor in the perception of the place as an attractive tourism destination. The article presents the results of primary empirical research conducted in 2009 among residents of Poznań. The aim was to learn the residents' attitudes to tourists (now and in the future) and perception of positive and negative results of tourism development. The survey have shown, that residents of Poznań accept tourists and see the role of tourism in the city development.

Key words: residents, sustainable tourism, Poznań