

Rafał Kurczewski

Popyt ekoturystyczny

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 165-175

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

RAFAŁ KURCZEWSKI

Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

POPYT EKOTURYSTYCZNY

Wprowadzenie

Ekoturystyka jest jedną z form, która najszybciej rozwija się na rynku turystycznym. Zjawisko to doczekało się wielu opracowań naukowych na całym świecie. Obserwuje się również stały rozwój zainteresowania tą formą wypoczynku w Polsce, czemu sprzyja bogate dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe. Wobec współczesnych wyzwań związanych z ochroną środowiska i zmieniających się trendów wciąż mało jest opracowań pozwalających na uporządkowanie wiedzy dotyczącej ekoturystyki i jej dalszego prawidłowego rozwoju.

Celem niniejszego opracowania jest analiza popytu ekoturystycznego. Dokonano jej w odniesieniu do historii rozwoju ekoturystyki, w oparciu o analizę materiałów źródłowych dotyczących szacowania sektora, popytu oraz profilu ekoturystyk – jako danych niezbędnych do sprecyzowania strategii rozwoju ruchu ekoturystycznego. Wykorzystano również badania sondażowe na temat ekoturystyki w parkach krajobrazowych województwa wielkopolskiego.

1. Historia i definicja ekoturystyki

Ekoturystyka rozwinęła się w latach 70. i 80. XX wieku na terenie USA, Meksyku i Kanady¹. Na początku lat 90. powstało Międzynarodowe Stowarzyszenie Ekoturystyki (*The International Ecotourism Society – TIES*), a rok 2002 został ogłoszony przez ONZ Międzynarodowym Rokiem Ekoturystyki. W maju 2002 roku ponad tysiąc delegatów z 132 krajów zebrało się w Quebecu w Kanadzie na pierwszym Światowym Szczycie Ekoturystycznym. Konferencja zakończyła się sporządzeniem deklaracji o ekoturystyce. Ustalono, że ekoturystyka różni się od szerszej koncepcji zrównoważonej turystyki następującymi cechami²:

- aktywnie przyczynia się do ochrony dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego;
- włącza w działania lokalne społeczności w zakresie planowania, rozwoju i funkcjonowania turystyki, przyczyniając się tym samym do ich dobrobytu;
- interpretuje dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe;
- jest przeznaczona dla niezależnych podróżników, jak również zorganizowanych wycieczek w małych grupach.

Pomimo stałego wzrostu zainteresowania i ciągłego rozwoju tej formy wciąż wiąże się z nią wiele problemów. Wśród najważniejszych należy wymienić kłopot z definiowaniem tego zjawiska prowadzący do jego zawężania bądź przesadnego rozbudowywania. Niebezpieczeństwo takiej sytuacji polega na możliwości „przemycania” i usprawiedliwiania działań budzących wątpliwości lub wręcz szkodzących środowisku³. Brakuje również powszechnie uznanego sposobu certyfikacji, co skutkuje w jednych krajach nadmierną liczbą certyfikatów, a w innych – ich brakiem czy też pojedynczymi projektami, jak np. w Polsce. Według TIES ekoturystyka to odpowiedzialne podróżowanie do obszarów przyrodniczych, które zachowuje i chroni środowisko oraz polepsza warunki

¹ D. Fennell, *Ecotourism*, Routledge, London and New York 2008, s. 282.

² L. Twining-Ward, *Feasibility study for Pacific Ecotourism Association (PETA)*, www.south-pacific.travel/spto/export/sites/spto/public/reports/final_draft_PETA.pdf.

³ K. Kurczewski, *Ekoturystyka w parkach krajobrazowych*, w: *Turystyka zrównoważona na obszarach parków krajobrazowych*, red. K. Kasprzak, R. Kurczewski, A. Wartecki, Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań 2011, s. 47–64.

życia lokalnych mieszkańców⁴. Dla dopełnienia definicji stowarzyszenie dodaje sześć zasad wiążących się z ekoturystyką:

1. Maksymalnie ogranicza negatywny wpływ na środowisko naturalne.
2. Rozwija wiedzę i szacunek dla środowiska i lokalnej kultury.
3. Jest źródłem pozytywnych doświadczeń dla gości i gospodarzy.
4. Jest bezpośrednim źródłem korzyści finansowych dla ochrony środowiska.
5. Jest źródłem korzyści finansowych dla lokalnej społeczności i zakłada jej udział w działaniach i decyzjach.
6. Rozwija wrażliwość gości na warunki społeczne, polityczne i środowiskowe w odwiedzanym kraju.

2. Szacowanie sektora i popytu na ekoturystykę

Kolejny kłopot to oszacowanie wielkości współczesnego sektora ekoturystyki. W niektórych krajach (np. w Polsce) nie prowadzi się wielu badań dotyczących tej problematyki. Brakuje przede wszystkim systematycznego zbierania danych z całego świata, co wynika między innymi z zasygnalizowanego wcześniej problemu z definiowaniem zjawiska i podszycaniem się pod ekoturystykę tzw. ofert „pseudoekoturystycznych”. Wpływa na to również szeroka formuła, jaką przyjęła ekoturystyka, realizując się w wielu formach turystyki. Istnieje jednak wiele badań wskazujących na dynamikę rozwoju ekoturystyki. Od roku 1990 roczne tempo wzrostu popytu na ekoturystykę wynosi od 10 do 34%⁵. Największy wzrost – trzy razy większy niż całego sektora – Światowa Organizacja Turystyczna Narodów Zjednoczonych (UNWTO) odnotowała w 2004 roku⁶. W roku 2005 Tourism Network również ocenia ekoturystykę jako jeden z najszybciej rozwijających się sektorów w branży turystycznej – z roczną stopą

⁴ *Critical issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, red. J. Higham BH, 2008, s. 434.

⁵ L. Mastny, *Treading Lightly: New Paths for International Tourism*, “Worldwatch Paper” 2001, nr 159, Washington, 2001, s. 88.

⁶ C. Solomon, *Where the high life comes naturally*, “New York Times” 2005. www.travel.nytimes.com/2005/05/01/travel/01eco.html.

wzrostu w wysokości 5% na całym świecie, co stanowi 6% światowego produktu krajowego brutto i 11,4% wszystkich wydatków konsumpcyjnych⁷.

Ekoturystyka jest podstawą strategii rozwoju gospodarczego i działań ochronnych wobec dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego wielu krajów Trzeciego Świata. Niemal każdy kraj rozwijający się aktywnie promuje produkty i pracuje nad ekoturystyczną marką. Na całym świecie powstało wiele organizacji ekoturystycznych koordynujących działania na rzecz rozwoju tej formy na szczeblach krajowych i regionalnych, należą do nich np.: Kenia, Zanzibar, Laos, Pakistan, Australia, Włochy, Francja, Japonia, Ekwador, Meksyk, Indonezja, Sri Lanka, Belize, Brazylia, i Karaiby⁸.

W 2005 roku 12 międzynarodowych agencji, w tym: Bank Światowy, Amerykańska Agencja ds. Rozwoju Międzynarodowego (USAID), Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP) i Międzyamerykański Bank Rozwoju (IDB), dawało prawie 10 miliardów dolarów na 370 projektów turystycznych. Główne organizacje branży turystycznej stworzyły programy, opracowano definicje i wytyczne, odbyły się dziesiątki konferencji na temat ekoturystyki. Jednocześnie wielu czołowych organizatorów masowej turystyki rozpoczęło próby tworzenia ofert przyjaznych środowisku⁹.

Według UNWTO niektóre formy tradycyjnej turystyki osiągnęły już punkt nasycenia. Wzrasta natomiast popularność aktywnego i świadomego wypoczynku. Poza ekoturystyką dotyczy to form takich, jak np.: turystyka kulturowa czy wiejska, które rozwijają się najszybciej¹⁰. Według „Travel Weekly” wzrost sektora turystyki zrównoważonej może wynieść do 25% światowego rynku podróży w 2012 roku, przy wartości 473 miliardów dolarów na rok¹¹.

Istnieje wiele powodów szybkiego tempa wzrostu ekoturystyki, wśród których wymienia się m.in.¹²:

⁷ The Tourism Network, 2005, www.tourismknowledge.com/Newsletters/Issue6.pdf.

⁸ M. Honey, *Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?* Island Press, 2008, s. 551.

⁹ *Tamże*.

¹⁰ UNWTO, *Global Forecasts nad Profiles of Market Segments, Tourism 2020 Vision*, 2001, s. 139.

¹¹ Center for Responsible Travel, *Responsible Travel: Global Trends & Statistics*, Stanford University & Washington, DC, www.responsibletravel.org/news/Fact_sheets/Fact_Sheet_-_Global_Ecotourism.pdf.

¹² Ecotourism and other Services Derived From Forests in the Asia-Pacific Region: Outlook to 2010, FAO, www.fao.org/docrep/w7714e/w7714e00.htm#Contents.

- zwiększenie świadomości ekologicznej i publicznej, w tym pragnienie, aby być postrzeganym przez innych jako przyjazny dla środowiska;
- medialna prezentacja naturalnych obszarów z całego świata;
- chęć zobaczenia terenów cennych przyrodniczo, zanim znikną;
- wyczerpanie formuły tradycyjnych produktów i atrakcji turystycznych, a z drugiej strony pragnienie przeżycia wakacji będących wyzwaniem, pogłębiających świadomość i wiedzę turysty;
- rywalizacja w docieraniu do miejsc, gdzie nie było jeszcze naszych znajomych;
- łatwiejszy dostęp do odległych miejsc poprzez rozwój połączeń lotniczych, dróg i innej infrastruktury.

3. Profil ekoturysty

Idee ekoturystyczne można realizować za pomocą różnych form turystyki, np.: kwalifikowanej, krajoznawczej, wypoczynkowej, przygodowej, agroturystyki itp. Ekoturysty to osoby świadome i wrażliwe, często wykształcone i wymagające. Pragną kontaktu z naturą i atrakcji kulturowych w połączeniu z czystym i przyjaznym otoczeniem. Oczekują dobrego standardu usług niezależnie od tego, czy nocują w hotelu, gospodarstwie agroturystycznym, czy domku kempingowym. Pozostają w wybranym miejscu dłużej niż zwykły turysta, dzięki czemu wydają więcej pieniędzy. Chętnie uczestniczą w lokalnych wydarzeniach, oczekują rzetelnych i bogatych informacji na temat obszaru, w którym przebywają, generują zysk pozostający w regionie¹³.

Ekoturysta może różnić się znacząco od innych turystów w zakresie:

- odległości podróży,
- długości pobytu,
- poziomu wysiłku fizycznego i komfortu,
- motywacji podróży,
- oczekiwań względem przekazywanych informacji,
- poziomu wydatków.

¹³ . *Ekologiczny dom agroturystyczny – czyli jak nadać ekoturystyczny profil swojemu gospodarstwu*, red. J. Zientek-Varga, SIE, Warszawa 2009, s. 71.

Badania wskazują, że dla wielu ekoturystów ważne jest, by ich wizyty przyczyniały się do ochrony przyrody i kultury lokalnej. Stanowi to dodatkową motywację dla firm i agencji rządowych do wsparcia działań na rzecz rozwoju i ochrony dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego¹⁴.

TIES opisuje typowego ekoturystę w następujący sposób¹⁵:

- wiek od 35 do 54, w Hiszpanii i Włoszech średnia wieku to 20–39 lat;
- różne zawody;
- płeć: 50% kobiet i 50% mężczyzn;
- 82% to osoby z wykształceniem wyższym;
- 60% podróżuje w parach, 15% z dziećmi i 13% samotnie;
- ponad 50% ekoturystów wybiera oferty, które trwają od 8 do 14 dni,
- więcej pieniędzy przeznaczają na podróż,
- motywacją dla odbycia podróży jest chęć poznania dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego, poznanie nowych miejsc, zdobycie kolejnych doświadczeń.

Jak zauważa Zaręba, zdefiniowanie rynkowego profilu konsumenta ekoturystycznego jest niezwykle ważne dla określenia strategii marketingowej skierowanej do właściwego segmentu. Pozwoli to na uniknięcie wprowadzania na cenne obszary przyrodniczo-kulturowe przypadkowego klienta¹⁶.

Reyl i Grasse dzielą ekoturystów na dwie potencjalne grupy¹⁷: *born ecotourist* – świadomi koncepcji ekoturystyki i wyboru sposobu podróżowania oraz *made ecotourist* – poznali ekoturystykę, podróżując, i stali się jej entuzjastami.

Określając profil europejskiego turysty przyszłości, Dodds wskazuje na następujące cechy¹⁸:

- wykształcony i wiele podróżujący,
- starszy i bardziej zamożny,
- aktywny,

¹⁴ D. Fennel, *op. cit.*

¹⁵ www.docstoc.com/docs/5721530/ECOTOURIST-MARKET-PROFILE-%28Ecotourism-Statistical-Fact-Sheet-The.

¹⁶ D. Zaręba, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 184.

¹⁷ R. Ryel, T. Grasse, *Marketing ecotourism: attracting the exclusive ecotourist*, w: *Nature Tourism: Managing for the Environment*, red. T. Whelan, Washington DC, Island Press 1991, s. 223.

¹⁸ R. Dodds, *The Nature of Ecotourism*, Friends of Conservation Economic and Social Benefits of Forest Protection, Birdlife International Workshop 2005, www.birdlife.org/action/change/europe/forest_task_force/2005_workshop/nature_of_ecotourism.pdf.

- chętnie uczący się i pracujący nad kształtowaniem własnej świadomości,
- gotowy zapłacić więcej za wartościową ofertę.

4. Atrakcyjność i rynek ekoturystyczny w Polsce

Europa jest wciąż otwartym rynkiem dla ekoturystyki. Szczególnie podkreślana jest atrakcyjność środowiska naturalnego oraz kulturowego Europy Centralnej i Wschodniej, która często przewyższa pod tym względem Europę Zachodnią¹⁹. Dodatkowym atutem tej części Europy jest fakt, że z powodów historyczno-politycznych tereny te nie były powszechnie dostępne dla turystów spoza ich granic – dziś budzą więc zrozumiałe zainteresowanie. Pomimo skażenia niektórych obszarów, to paradoksalnie zacofanie rozwojowe i ekonomiczne państw byłego bloku socjalistycznego uchroniło przed nadmierną eksploatacją wiele terenów naturalnych²⁰. Od czasu reform politycznych z końca lat 80. XX wieku większą uwagę skupiono na ochronie środowiska, rozwijając równoległe świadomość globalnej problematyki zrównoważonego rozwoju²¹.

Polska posiada nadal siedliska o charakterze naturalnym i pierwotnym – na jej obszarze znajduje się wiele ostoi i korytarzy ekologicznych o znaczeniu międzynarodowym, które łączą różne biotopy i umożliwiają migrację organizmów żywych. Wiele roślin i zwierząt, które zostały wpisane do czerwonych ksiąg gatunków ginących w Europie, tworzy tu stabilne populacje²². Również środowisko kulturowe z zachowaną architekturą, sztuką ludową, krajobrazami, kuchnią regionalną czy gwarą stanowi istotny atut dla rozwijania ekoturystyki. Na ten potencjał oraz rozwijający się popyt na ekoturystykę zwrócono uwagę, opracowując kierunki rozwoju turystyki w Polsce, podkreślając w szczególności dziedzictwo kultury i tradycji oraz bogactwo przyrody²³. Pojawia się jednak

¹⁹ D. Diamantis, *Ecotourism: Management and Assessment*, Thomson 2004, s. 359.

²⁰ D. Zaręba, *op. cit.*

²¹ D. Diamantis, *op. cit.*

²² R. Kurczewski, *Polska – naturalny wybór w turystyce europejskiej*, w: *Gospodarka turystyczna w XXI wieku – szanse i bariery rozwoju w warunkach integracji międzynarodowej*, red. S. Bosiacki, J. Grell, AWF Poznań, Poznań 2004, s. 301–305.

²³ Ministerstwo Sportu i Turystyki, *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Warszawa 2008.

problem przełożenia krajowych założeń strategicznych na poziom regionalny i lokalny. Skłania to do przygotowywania opracowań kompleksowych w zakresie organizacyjnym, prawnym i politycznym, które można zastosować na wszystkich poziomach²⁴. Tu jednak pojawia się kolejny problem podkreślony w przytoczonym wcześniej opracowaniu ministerialnym, a mianowicie – niewystarczające kwalifikacje kadr zarządzających turystyką. Zmiany na światowym rynku popytu turystycznego, konieczność konkurowania oraz potencjał tkwiący w walorach powinny skutkować zmianami w kierunkach kształcenia na uczelniach wyższych oraz tworzeniem nowych miejsc pracy, np. w obszarach chronionych czy jednostkach samorządowych itp.²⁵ Tą drogą podąża już coraz więcej państw Europy Centralnej i Wschodniej. Bardzo pręźnie działają np.: Estonia, Bułgaria czy Rumunia, słusznie upatrując w tego typu działaniach szansę na dalszy rozwój, bo – jak podkreślają specjaliści – największe zyski osiągną ci, którzy będą pierwsi na rynku²⁶. Tymczasem bardzo często ekoturystyści odwiedzający Polskę korzystają z ofert biur zagranicznych. Pociuszający jest fakt, że – nie czekając na wspomniane zmiany – działa w Polsce wiele organizacji pozarządowych, które zajmują się problematyką ekoturystyczną. Organizują one w tym zakresie warsztaty, szkolenia, tworzą oferty. Szczególnie cenne są te, które budują sieć współpracy pomiędzy jednostkami zainteresowanymi rozwojem ekoturystyki, takimi jak: samorządy, obszary chronione, leśnictwa czy gospodarstwa agroturystyczne.

Rynek ekoturystyki będzie się zmieniał w czasie. Uważa się, że dużą jego część będą stanowiły podróże wewnątrzregionalne, co wpłynie na wzrost dochodów społeczności lokalnej i poprawę infrastruktury²⁷. Coraz bardziej zatłoczone i zanieczyszczone aglomeracje, wzrastający odsetek ludzi wykształconych i tym samym świadomych wartości dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego a z drugiej strony – kryzys i spadek dochodów – będą stymulowały do poszukiwania nowych, interesujących ofert krajowych. Rozpoznaniem tego zjawiska zajmowano się również w ramach prowadzonych pod opieką

²⁴ A. Niezgoda, *Problems of implementing sustainable tourism in Poland*, "The Poznań University of Economics Review" 2004, Vol. 4, No. 1, Wyd. AE Poznań, s. 30–42.

²⁵ R. Kurczewski, *Uwarunkowania rozwoju ekoturystyki w Polsce*, w: *Gospodarka turystyczna w XXI wieku: uwarunkowania rozwoju w dobie globalizacji i kryzysu ekonomicznego*, red. S. Bosiacki, Zeszyty Naukowe nr 19, Wyd. Nauk. WSHiU w Poznaniu, 2010, s. 269–276.

²⁶ J. Zientek-Varga J., *op. cit.*

²⁷ *Ecotourism and other...*, *op. cit.*

autora prac licencjackich i magisterskich. Realizowano między innymi badania sondażowe z użyciem anonimowych ankiet dotyczące możliwości rozwoju ekoturystyki w powiecie poznańskim. Kwestionariusze rozdano wśród osób mieszkających na obszarze Związku Międzygminnego „Puszcza Zielonka” oraz uczestników ekoforum na Międzynarodowych Targach Poznańskich. Uzyskano 100 wypełnionych ankiet. Respondenci stwierdzili w większości (72%), że zetknęli się z hasłem ekoturystyka, jednak poproszeni o podanie skojarzeń z tym pojęciem, udzielali bardzo różnych odpowiedzi – najczęściej pozostających w nurcie „mody ekologicznej”. Udzielając odpowiedzi na pytanie dotyczące celów, jakie stawia przed sobą ekoturystyka, ankietowani najczęściej wskazywali ochronę środowiska przyrodniczego (35,1%), a następnie zachowanie równowagi pomiędzy przyrodą a działalnością człowieka (31,3%). Rzadziej ekoturystyka kojarzona jest z zachowaniem i wzmacnianiem dziedzictwa kulturowego (13,3%) oraz zapewnieniem dobrobytu społeczności lokalnej (9,1%). Wśród badanych 26% deklaruje korzystanie z ekoturystycznych form wypoczynku, a 23% wyraża chęć korzystania z takich form. Jednocześnie respondenci, wymieniając elementy decydujące o wyborze przez nich miejsca wypoczynku, podkreślali takie walory, jak: cisza, las, wody powierzchniowe, bogactwo flory i fauny czy czyste powietrze. Tylko pięć osób nie brało pod uwagę czynników przyrodniczych, a dziewięciu respondentów nie uznawało ich na istotne i dlatego rzadko ma je na uwadze. Odpowiedzi na pierwsze pytania wykazały, że wiedza dotycząca ekoturystyki jest dość powierzchowna i raczej intuicyjna, stąd też wzięła się pewna nieścisłość w dalszych deklaracjach, gdzie ankietowani wykazywali wrażliwość na ważne dla ekoturystyki zagadnienia, nie wiążąc ich jednak z tą tematyką. Można sądzić, że z podobną sytuacją występuje na terenie całej Polski. W wynikach wielu podobnych badań ujawnia się mała wiedza badanych dotycząca omawianej problematyki, jednocześnie nie sposób nie zauważyć wrażliwości cechującej badanych, wyrażającej się w artykułowaniu potrzeb związanych z wypoczynkiem i zrozumienia dla konieczności podjęcia działań na rzecz ochrony dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego.

Uwagi końcowe

Współczesne formy turystyki rozwijają się niezwykle szybko. Rynek wymusza ich powstawanie i rozwój, najczęściej szybszy od analiz dających pod-

stawy do prawidłowych opracowań strategicznych, podążający za trendami i niebaczący na niekorzystne zmiany, jakie może wywołać. Napawa to niepokojem, zwłaszcza że patrząc na historię rozwoju turystyki masowej, odnosi się wrażenie, że scenariusz się powtarza.

Przeprowadzona analiza prowadzi do następujących wniosków:

- jednym z podstawowych problemów w szacowaniu popytu ekoturystycznego jest brak ujednoczenia definicji ekoturystyki, co pozwoliłoby na dokładne określenie wielkości sektora i odpowiednie zakwalifikowanie ofert, zwłaszcza przy częstym zjawisku „podszywania się” operatorów pod tzw. przyjazność środowisku. Pomocne byłoby stworzenie powszechnie uznanego sposobu certyfikacji w tym zakresie;
- stały wzrost zainteresowania ekoturystyką, a jednocześnie wciąż otwarty rynek europejski, szczególnie atrakcyjny pod względem środowiska naturalnego i kulturowego w części centralnej i wschodniej, pozwala z jednej strony mieć nadzieję na rosnące zainteresowanie polskim rynkiem ofert ekoturystycznych, a z drugiej – wymusza konieczność przygotowania się do realizacji nowych zadań poprzez wcześniejsze opracowanie strategii;
- niezwykle ważne jest określenie profilu ekoturysty korzystającego z polskiej oferty, by stworzyć odpowiednią strategię marketingową;
- badania nad ekoturystyką wskazują, że dużą jej część będą stanowić podróże wewnątrzregionalne. Pojawia się więc problem przełożenia krajowych założeń strategicznych, które od pewnego czasu zwracają uwagę na potencjał i możliwości rozwoju ekoturystyki, na poziom regionalny i lokalny. W tym względzie najważniejsze jest przygotowanie kadr zarządzających tym rodzajem turystyki.

Jaka więc będzie przyszłość? Jak pisze Leo Hickman: „przemysł tytoniowy od 20 lat wiedział, że reklama antynikotynowa i zakazy palenia są nieuniknione, lecz skutecznie walczył z odsunięciem tych działań w czasie”²⁸. Dyskusje dotyczące turystyki światowej w ostatnich latach dotyczą głównie utrzymania jej tempa rozwoju, walki z czynnikami obniżającymi ten wzrost, takimi jak terroryzm czy klęski żywiołowe. Nasuwa się jednak pytanie: jak długo jeszcze będziemy walczyć o turystyczne marzenia ludzi, udając, że ich realizacja nie ma

²⁸ I. Hickman, *Is the future green?*, “The Guardian” 2006, www.guardian.co.uk/travel/2006/may/20/ecotourism.guardiansaturdaytravelsection5.

wpływu na zaśmiecanie plaż, dewastację zabytków, zadeptywanie gór, komercjalizację kultury, spadek bioróżnorodności i wiele innych aspektów, na których ponoć nam tak bardzo zależy? Czy poważnie zajmiemy się tym problemem dopiero wtedy, kiedy marzenia zamienią się w koszmar?

DEMAND FOR ECOTOURISM

Summary

The International Ecotourism Society defined ecotourism as responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people. It is one of the most rapidly developing forms of tourism. Demand for ecotourism has been growing annually from 10 to 34% since 1990, with its peak 3 times higher than the whole sector in 2004, according to World Tourism Organization (UNWTO). In 2005 Tourism Network said ecotourism was one of the most rapidly growing sectors in tourist industry. Annual growth rate worldwide is 5%, which accounts for 6% of world gross domestic product and 11,4% of all consumer spending. Tourism in Poland can develop properly thanks to popularity of ecotourism. Natural environment and culture of Central and Eastern Europe is often more attractive than this of Western Europe. That is why more and more ecotourists from abroad become interested in our country. Along with growth of ecological awareness we can observe increase in interest in regional ecotourist offers among national tourists.

Translated by Jagna Kurczewska