

Problemy dojrzałych ośrodków turystycznych na tle koncepcji cyklu ewolucji obszaru turystycznego

Mgr Dawid Twardowski

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki, Katedra Gospodarki Regionalnej,
dbtwardowski@gmail.com

Streszczenie. *Rozwój turystyki wywołuje szereg konsekwencji, zarówno pozytywnych, jak i negatywnych. Wysokie zyski wynikające z obsługi turystów na całym świecie często kamuflują narastające problemy. Turystyka masowa doprowadziła do rozbudowy niewielkich miast w ogromne ośrodki turystyczne, a zmieniająca się moda na podróżowanie oraz podejmowanie aktywności turystycznej powodują duże zmiany w strukturze turystyki. Znane i popularne miejscowości wypoczynkowe z każdym sezonem przyciągają coraz mniej turystów, w związku z czym zmuszone są do podejmowania skoordynowanych działań mających na celu podtrzymanie, a niekiedy nawet odbudowę funkcji turystycznych na ich terenie. Głównymi celami artykułu są przedstawienie koncepcji ewolucji obszarów turystycznych, zidentyfikowanie problemów, jakie występują w dojrzałych miejscowościach turystycznych, oraz wskazanie kierunków działań mających zatrzymać bądź przywrócić funkcje turystyczne. Zaprezentowane zostały przykłady ośrodków, które według koncepcji ewolucji obszarów turystycznych znalazły się w fazie stagnacji i z powodu spadku ruchu turystycznego zostały zmuszone do podjęcia działań na rzecz powstrzymania regresu funkcji turystycznych. Artykuł składa się z 2 części poprzedzonych wstępem. Pierwsza z nich opisuje koncepcję cyklu ewolucji obszarów turystycznych. W kolejnej przedstawiono wybrane miejscowości turystyczne w fazie stagnacji. Artykuł kończy podsumowanie.*

Słowa kluczowe: *turystyka, miejscowości turystyczne, rewitalizacja, cykl ewolucji obszarów turystycznych, rozwój turystyki*

Wstęp

W ostatnich dekadach turystyka stała się jedną z kluczowych gałęzi gospodarek na świecie. W rankingu globalnego eksportu zajmuje 4. miejsce po przemyśle paliwowym, chemicznym oraz spożywczym. Zmieniająca się sytuacja ekonomiczna państw oraz społeczeństw pozytywnie oddziałuje na podróżowanie po całym świecie. Wzrost ilości czasu wolnego, rozwój technologii, rosnące zarobki oraz względny pokój na świecie spowodowały z kolei, że z każdym rokiem (poza 2007 – rokiem kryzysu finansowego) ruch turystyczny wzrasta. Obszary turystyczne i cała gałąź przemysłu turystycznego są jednakże wrażliwe na wiele czynników. Przykładowo brak polityki zrównoważonego rozwoju na obszarach posiadających walory przyrodnicze może doprowadzić do ich degradacji. Jeśli zabraknie kluczowych wartości, dla których turyści wybierają dane miejsce na wypoczynek, obszarowi, w którym dominuje funkcja turystyczna, może grozić upadek. Również zmieniające się trendy w podróżowaniu czy polityka państwa odnosząca się do turystyki mogą zmusić władze miejscowości turystycznych do rewitalizacji przestrzeni turystycznej oraz zmiany charakteru dominującej w nich gospodarki.

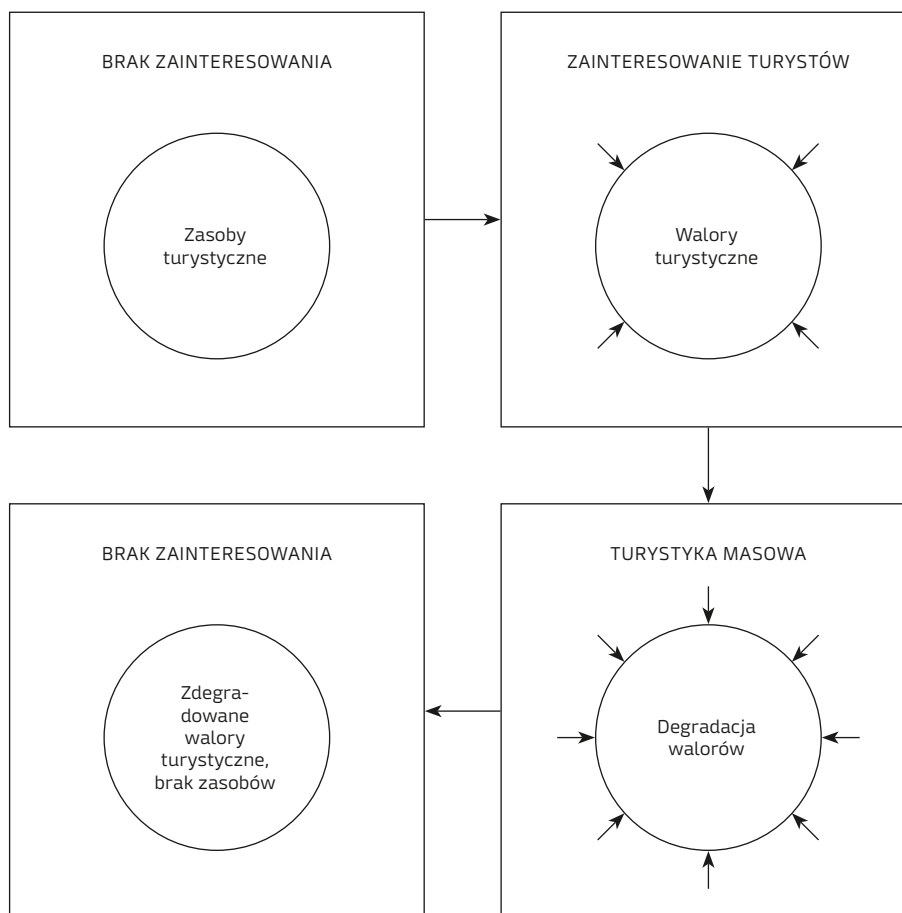
Główne cele artykułu to przedstawienie koncepcji ewolucji obszarów turystycznych, zidentyfikowanie problemów,

jakie występują w dojrzałych miejscowościach turystycznych, oraz wskazanie kierunków działań mających zatrzymać bądź przywrócić funkcje turystyczne. Omówiono przykłady miejscowości wypoczynkowych, które według koncepcji ewolucji obszarów turystycznych znalazły się w fazie stagnacji i w związku ze spadkiem ruchu turystycznego zostały zmuszone do podjęcia działań na rzecz powstrzymania regresu funkcji turystycznych. Posłużono się metodą krytyki i analizy piśmiennictwa oraz studium przypadku.

Przegląd koncepcji ewolucji obszarów turystycznych

Stale rosnące znaczenie turystyki w globalnym eksporcie wywołuje burzliwe dyskusje na temat jej rozwoju bądź ograniczania ruchu turystycznego. Poza pozytywnymi czynnikami obserwuje się także dysfunkcje. Turystyka jest ściśle związana ze środowiskiem przyrodniczym, znacząco ingeruje w kulturę miejsca oraz zmienia strukturę lokalnej gospodarki.

Jak wspomniano we wstępie, turystyka w głównej mierze opiera się na walorach przyrodniczych. Najczęściej na ich podstawie określa się atrakcyjność regionów. Jednak – paradoksalnie – przy wzmożonym rozwoju turystyki na danym obszarze jego walory wypoczynkowe generują ruch turystyczny,



Ryc. 1. Oddziaływanie turystyki na walory turystyczne obszaru

Źródło: Meyer, Milewski (red.) 2009

który prowadzi do ich degradacji (Mika 2007). Ingerencja człowieka w środowisko przyczynia się do zanieczyszczenia litosfery, atmosfery oraz biosfery.

W ujęciu ekonomicznym za negatywne skutki płynące z rozwoju turystyki można przyjąć: ogólny wzrost cen na terenie atrakcyjnym turystycznie, dystrybucję zysków poza dany obszar (tj. wydatki na działania promocyjne, import dóbr konsumpcyjnych czy spłatę zadłużeń inwestycyjnych) oraz wykorzystywanie lokalnej ludności jako taniej siły roboczej (Kozak 2009).

Do kolejnej grupy negatywnych oddziaływań rozwoju turystyki zalicza się konsekwencje społeczne i kulturalne. Turystyka przede wszystkim opiera się na kontakcie społecznym, a spotykają się ludzie często o odmiennych wierzeniach, kulturze oraz sposobie życia. Im większe różnice, tym większe oddziaływanie turystyki. Za negatywne konsekwencje można również uznać następujące zjawiska: pojawienie się patologii społecznych – takich jak prostytucja, alkoholizm, narkomania i przestępczość – komercjalizacja i zanik rodzimej kultury, dezintegracja rodziny oraz polaryzacja ludności (Kozak 2009).

Turystyka na każdym etapie rozwoju przynosi określone korzyści oraz straty. Klasyfikację ewolucji turystyki S. Liszewskiego w swojej pracy przytoczył B. Włodarczyk (2014). W koncepcji tej zostało wyróżnionych 5 obszarów wykształconych przez różnorodne aktywności turystyczne podejmo-

wane przez człowieka (tab. 1). Podział ze względu na charakter działalności turystycznej i stopień przekształcenia przedstawia się następująco:

1. Przestrzeń eksploracji turystycznej – formy aktywności turystycznej nie ingerują w środowisko przyrodnicze, występuje mała skala ruchu turystycznego.
2. Przestrzeń penetracji turystycznej – występuje zagospodarowanie turystyczne dla celów poznawczych turysty i krótkotrwałych pobytów wypoczynkowych.
3. Przestrzeń asymilacji turystycznej – wypoczywający turyści wchodzi w bezpośrednie interakcje z miejscową ludnością, aktywność turystyczna dostosowuje się do lokalnego środowiska.
4. Przestrzeń kolonizacji turystycznej – zagospodarowanie turystyczne ze względu na skalę jest „agresywne” w stosunku do otoczenia przestrzeni turystycznej.
5. Przestrzeń urbanizacji turystycznej – ukształtowana w ostatniej fazie kolonizacji turystycznej, osiedlają się w niej na stałe jednostki, które wcześniej wykorzystywały ją do celów wypoczynkowych.

Zbliżoną koncepcję ewolucji turystyki jako przestrzeni turystycznej przedstawił również sam B. Włodarczyk (2011). Za przestrzeń turystyczną przyjął część przestrzeni geograficznej, w której występuje zjawisko ruchu turystycznego. Autor wyróżnił 3 podstawowe przestrzenie turystyczne, które pod-

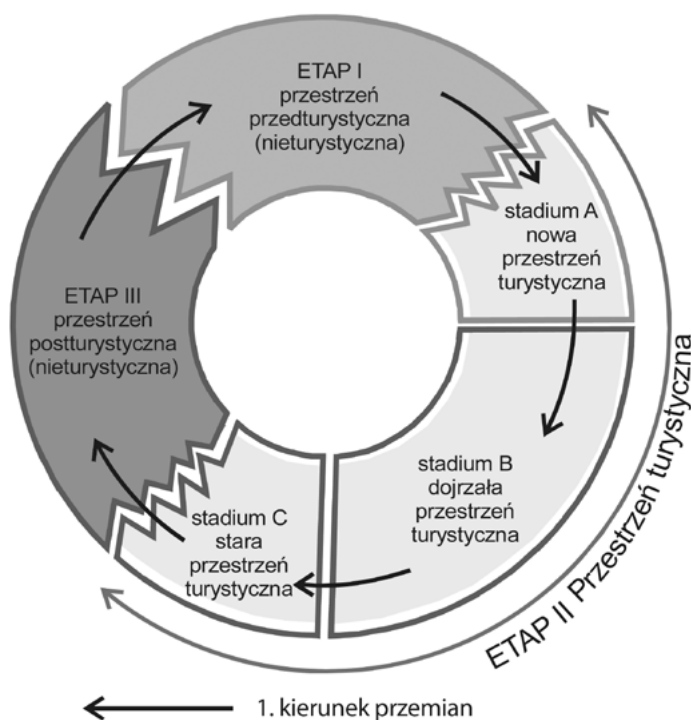
Tab. 1. Charakterystyka typów przestrzeni turystycznej według S. Liszewskiego

Typ przestrzeni	Cechy charakterystyczne			
	Natężenie ruchu turystycznego	Zagospodarowanie turystyczne	Główna funkcja turystyczna	Wpływ działalności turystycznej na środowisko naturalne
Eksploracji	Minimalne	Brak	Poznawcza	Nieszkodliwa
Penetracji	Zróżnicowane od małego do masowego	Niewielkie	Poznawczo-wypoczynkowa	Uciążliwa
Asymilacji	Średnie	Średnie	Wypoczynkowo-poznawcza	Obojętna
Kolonizacji	Duże	Duże	Wypoczynkowa	Przekształcająca (szkodliwa)
Urbanizacji	Średnie	Duże	Mieszkaniowa	Degradująca

Źródło: Włodarczyk 2014

czas własnej ewolucji tworzą swego rodzaju zamknięty cykl (ryc. 2):

1. Przestrzeń przedturystyczna (1. etap rozwoju) – pozbawiona funkcji turystycznych, ale posiadająca zasoby turystyczne, które mogą przyczynić się do rozwoju turystyki na danym obszarze. Czynniki i uwarunkowania wpływające na szybkość dostosowania przestrzeni do funkcji turystycznych dotyczą m.in. mody i trendów na danym obszarze, rodzajów możliwych do uprawiania aktywności turystycznej oraz dostępności informacyjnej, komunikacyjnej, inwestycyjnej, czasowej czy ekonomicznej.
2. Przestrzeń turystyczna (2. etap rozwoju) – występuje w niej jakikolwiek ruch turystyczny. Na tym etapie można wyodrębnić stadia rozwoju, takie jak:
 - nowa przestrzeń turystyczna (stadium A) – początkowy okres rozwoju przestrzeni turystycznej, „nowość” traktowana jako stan zagospodarowania turystycznego i w kontekście odkrycia w celu uprawiania różnorodnych aktywności turystycznych;
 - dojrzała przestrzeń turystyczna (stadium B) – optymalny poziom z punktu widzenia środowiska przyrodniczego, aspektów społecznych i ekonomicznych, zagospodarowania i wykorzystania zasobów turystycznych;
 - stara przestrzeń turystyczna (stadium C) – pełniąc funkcje turystyczne w dłuższym przedziale czasowym, uznawana za wyeksploatowaną lub ulegającą degradacji; jako główne czynniki określające starzenie się tego



Ryc. 2. Od przestrzeni przedturystycznej do przestrzeni postturystycznej

Źródło: Włodarczyk 2011: 61

typu przestrzeni wskazuje się spadek natężenia ruchu turystycznego, stopień wykorzystania infrastruktury oraz liczbę inwestycji, z kolei za kierunki przekształceń podaje się modernizację (utrzymanie pierwotnego charakteru) lub rewitalizację (wprowadzanie nowych funkcji).

3. Przestrzeń postturystyczna (3. etap rozwoju) – przestała pełnić funkcje turystyczne z powodu zaniku ruchu turystycznego na jej obszarze; w wyniku podjęcia procesów mających na celu ponowne pobudzenie turystyki bądź zmianę mody przestrzeni taka może ponownie przejść przez wcześniejsze etapy rozwoju.

Jedną z najpopularniejszych teorii ewolucji miejscowości turystycznych opracował R.W. Butler. Autor stworzył koncepcję rozwoju na podstawie dokonań W. Christallera, który jako jeden z pierwszych starał się przełożyć teorie ekonomiczne na zjawisko turystyki. R.W. Butler (1980) w artykule pt. *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources* starał się przedstawić ewolucję obszarów turystycznych wraz z komplikacjami, jakie występują na każdym poziomie ich rozwoju. Rozróżnił oraz opisał 6 głównych etapów (ryc. 3):

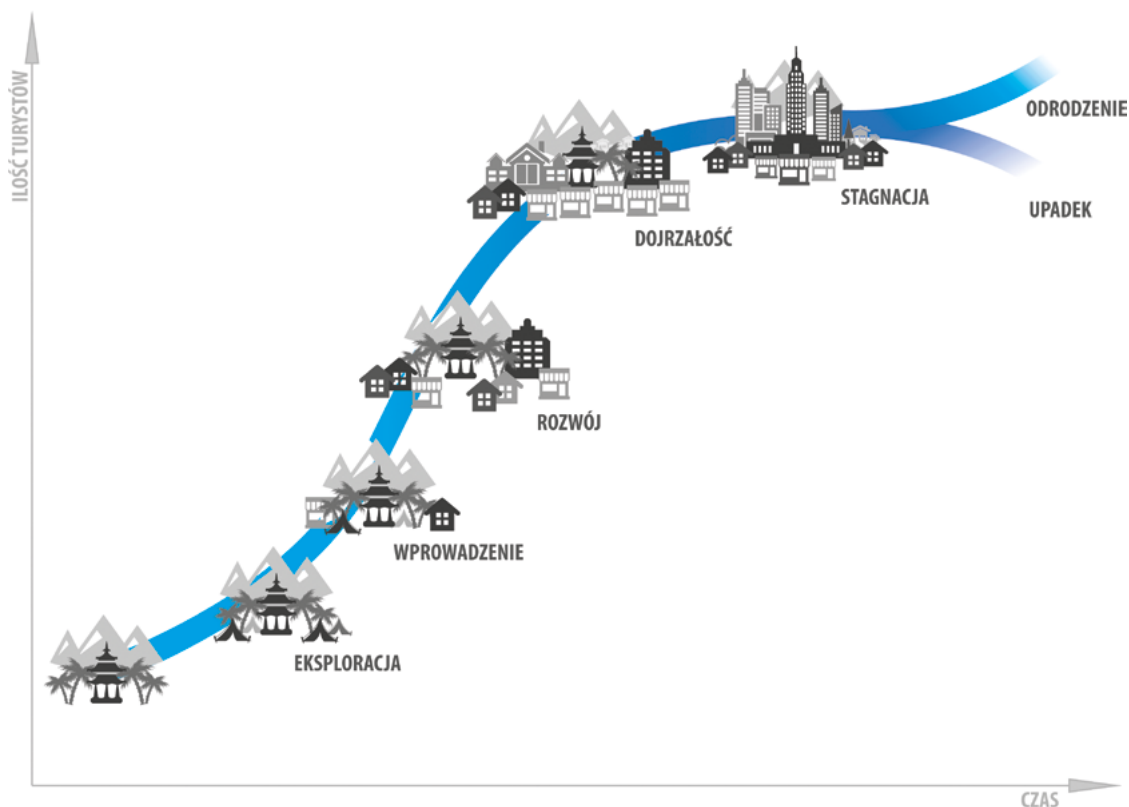
1. Faza eksploracji (mały ruch turystyczny, indywidualne podróże, kontakt z turystą, brak zagospodarowania i usług turystycznych, słaba dostępność komunikacyjna, brak wpływu turystów na gospodarcze i społeczne życie mieszkańców).
2. Faza wprowadzenia (punktowe zagospodarowanie turystyczne, pojawianie się usług turystycznych, kontakt z turystą, drobne formy promocji skierowane do turystów).

3. Faza rozwoju (stopniowy zanik lokalnej przedsiębiorczości na rzecz dużych zewnętrznych inwestorów, liczba turystów jest równa liczbie mieszkańców bądź większa, ruch turystyczny jest generowany przez działania promocyjne prowadzone na szeroką skalę, planowanie i zagospodarowanie obszaru odbywa się na szczeblu regionalnym).
4. Faza konsolidacji (dominacja turystyki w lokalnej gospodarce, liczba turystów znacznie przewyższa liczbę mieszkańców, mniej dynamiczny ruch turystyczny, powstawanie nowych przedsiębiorstw turystycznych, niechęć miejscowej ludności do turystów).
5. Faza stagnacji (spowolnienie gospodarki, przekroczona pojemność turystyczna).

W zależności od podjętych działań wyróżnia się 2 wersje kolejnego etapu:

6. a) faza odrodzenia (przez restrukturyzację funkcji turystycznych może nastąpić minimalny wzrost gospodarczy obszaru);
b) faza upadku (prowadzi do powolnego zaniku funkcji turystycznych, wiąże się ze spadkiem ruchu turystycznego, zmniejszeniem infrastruktury turystycznej oraz oferty usługowej).

Reasumując, ewolucję obszarów turystycznych można przedstawić w następujący sposób: przeważnie dany obszar zostaje odkryty przez osoby, które eksplorują niezbadane dotąd tereny, atrakcyjne pod względem przyrodniczym i kulturowym. Z upływem czasu takie miejsca budzą coraz większe zainteresowanie ludzi, którzy pragną wypoczynku w izolacji od innych. Powoli taki obszar zostaje przystosowany do przyjmowania nowych turystów. Atrakcyjne miejsca zaczynają przy-



Ryc. 3. Ewolucja obszaru turystycznego

Źródło: opracowanie własne na podstawie Butler 1980

ciągać pozostałą część społeczeństwa. W konsekwencji obszar staje się odbiorcą turystyki masowej. Negatywne zjawiska towarzyszące jej rozwojowi, takie jak m.in. tłok, spadek jakości usług oraz brak spokoju, powodują coraz większą niechęć ze strony potencjalnych turystów, a co za tym idzie – zauważalnie spada ruch turystyczny. Gospodarka danej miejscowości czy regionu ulega osłabieniu. Ostatnia faza ewolucji jest w znacznej mierze uzależniona od polityki władz, która przez dywersyfikację oferty miejscowości może ponownie oddziaływać na wzrost liczby turystów bądź doprowadzić do zaniku funkcji turystycznych na swoim obszarze.

Faza stagnacji niesie ze sobą wiele negatywnych skutków dla miejscowości turystycznych (tab. 2). Często kojarzona jest z turystyką masową i nadmierną eksploatacją przestrzeni turystycznej. Głównym źródłem problemów zaczynających się w tej fazie jest spadek ruchu turystycznego, co jest jednoznaczne ze spadkiem dochodów przedsiębiorstw działających na danym obszarze. Do negatywnych procesów w fazie stagnacji można zaliczyć konsekwencje:

- społeczno-kulturowe, takie jak: utrata tożsamości regionu, rozwój patologii społecznych, konflikty między lo-

kalną społecznością a turystami, komercjalizacja kultury i sztuki;

- ekonomiczne, takie jak: uzależnienie rozwoju lokalnej gospodarki od turystyki, bezrobocie, zróżnicowanie dochodów miejscowej ludności spowodowane sezonowością ruchu turystycznego;
- infrastrukturalne, takie jak nieodwracalność funkcji obiektów infrastrukturalnych;
- ekologiczne, takie jak: zanieczyszczenie środowiska naturalnego, duże obciążenie ekologiczne i niezrównoważony rozwój (Grabowska 2013).

Trwały spadek ruchu turystycznego prowadzi w efekcie do zaniku funkcji turystycznych. R.W. Butler (1980) wskazuje, iż przywrócenie ich na obszarze turystycznym znajdującym się w fazie stagnacji może odbyć się wyłącznie poprzez całkowitą zmianę struktury atrakcyjności danego obszaru. Autor sugeruje, że istnieją 2 podejścia: stworzenie nowej, unikalnej, „sztucznej” atrakcji, która będzie generowała ruch turystyczny, bądź wykorzystanie jeszcze niezagospodarowanych zasobów naturalnych. Drugie podejście w kontekście dynamiki zmian, jakie obecnie zachodzą w turystyce, może przynieść

Tab. 2. Wskaźniki fazy stagnacji

Cechy destynacji	Wskaźniki
Zmiana rynku	<ul style="list-style-type: none"> – obniżenie statusu społecznego i spadek wydatków turystów oraz odwiedzających jednodniowych; – nadmiernie rozwinięty rynek dalekiego zasięgu, niedostatecznie rozwinięty rynek krótkich pobytów; – nastawienie na turystykę masową, jednak przynoszącą niewielki dochód (w przeliczeniu na jednego klienta); – zmniejszanie się długości pobytów turystycznych; – typy turystów mają coraz bardziej charakter masowy; – zmniejszanie się proporcji między turystami, którzy przyjechali po raz pierwszy, a tymi, którzy odwiedzają to miejsce po raz kolejny; – niewielka i zmniejszająca się atrakcyjność dla turystów zagranicznych; – wysoka sezonowość
Powstawanie nowszych destynacji	<ul style="list-style-type: none"> – konkurencja ze strony powstających nowych destynacji; – destynacja jest dobrze znana, ale nie jest już modna
Infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> – przestarzała, źle utrzymana baza noclegowa i infrastruktura podstawowa; – starsze nieruchomości zmieniają właścicieli, a nowe, jeśli są budowane, powstają na peryferiach pierwotnych obszarów turystycznych; – destynacja zaczyna być postrzegana jako przekomercjalizowana, zattoczona i tandetna; – infrastruktura turystyczna przekracza chłonność turystyczną obszaru; – dywersyfikacja oferty – organizowanie większej liczby kongresów i konferencji w celu utrzymania dotychczasowej liczby odwiedzin; – duża liczba sztucznych atrakcji zaczynająca przewyższać pod względem liczby bardziej naturalne atrakcje, dzięki którym destynacja pierwotnie zaistniała na rynku turystycznym
Cechy gospodarki turystycznej	<ul style="list-style-type: none"> – spadek dochodów głównych przedsiębiorstw turystycznych; – brak zaufania w stosunku do przedstawicieli branży turystycznej; – spadek elastyczności reklamy (zmniejszenie efektywności reklamy – liczby przyjazdów turystów w zestawieniu z kosztami reklamy); – braki w zakresie profesjonalnej, doświadczonej kadry
Chłonność społeczna i środowiskowa	<ul style="list-style-type: none"> – poziom obciążenia ruchem turystycznym zbliża się do granicy chłonności turystycznej (społecznej i środowiskowej) lub ją przekracza; – opór ludności miejscowej wobec rozwoju turystyki w miarę zwiększania się poziomu obciążenia ruchem turystycznym
Środowisko instytucjonalne	<ul style="list-style-type: none"> – reorganizacja lokalnych władz, osłabienie siły politycznego oddziaływania menedżerów turystyki; – popyt na wzrost sprawności operacyjnej i przedsiębiorczości lokalnych władz; – krótkoterminowe horyzonty planowania lokalnych władz z powodu ograniczeń finansowych i przywiązywanie małej wagi do myślenia strategicznego; – brak danych wynikających z badań

Źródło: Zajadacz, Śniadek 2011

wymierne korzyści tym obszarom, które obserwując aktualne trendy, będą w stanie się do nich dostosować. Wiele obszarów turystycznych dywersyfikuje swoją ofertę – produkt turystyczny jest poszerzany o nowe atrakcje, co daje turystom więcej opcji na spędzanie wolnego czasu. W ten sposób wiele miejscowości turystycznych przekształca się w całoroczne ośrodki. Przeszarżała infrastruktura turystyczna jest adaptowana do nowych atrakcji, a przestrzeń miejska podlega modernizacji. Kluczowym elementem w kształtowaniu wizerunku staje się marka miejscowości czy obszaru. Dotychczasowy profil zostaje poszerzony – z przestrzeni *stricte* wypoczynkowych w rozrywkowe oraz rekreacyjne. Rozwój nowych obiektów pobudza lokalną gospodarkę.

Współcześnie coraz większe znaczenie przy planowaniu rozwoju miejscowości turystycznych mają zasady zrównoważonego rozwoju. Powstają strategie, które mają na celu połączenie wspólnych interesów lokalnego społeczeństwa i przedsiębiorców świadczących usługi turystom przy zachowaniu w jak najbardziej nienaruszonym stanie środowiska naturalnego. Zrównoważony rozwój ma spowolnić występowanie negatywnych zjawisk, które opisywał R.W. Butler (1980), pisząc o cyklu ewolucji obszarów turystycznych (Tourism Area Life Cycle, TALC).

Przy stale zmieniających się trendach w podróżowaniu coraz większe znaczenie będzie miała rewitalizacja miejscowości turystycznych. W odniesieniu do turystyki rewitalizacja w głównej mierze będzie mogła dotyczyć kompleksowych strategii związanych z powstrzymaniem regresu funkcji turystycznych bądź ze zmianą profilu gospodarczego. Sama rewitalizacja przestrzeni turystycznej może przebiegać dwutorowo:

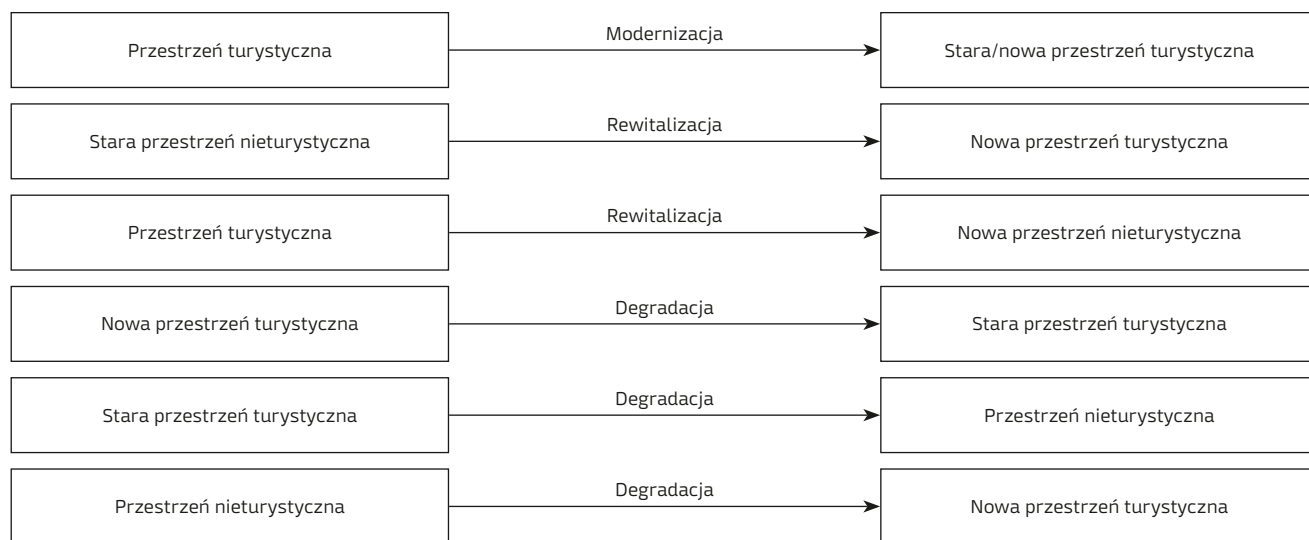
1. Przekształcanie przestrzeni turystycznej w nieturystyczną.
2. Rewitalizacja przestrzeni nieturystycznej, która prowadzi do powstania nowych funkcjonalnie przestrzeni, np. turystycznych.

Rewitalizacja sama w sobie jest pojęciem szerokim i niejednoznacznym. Na ogół kojarzy się z przemysłem oraz miastami, chociaż może dotyczyć również obszarów tury-

stycznych oraz infrastruktury. S. Kaczmarek (2001) podaje, że jest to układ kolejno planowanych działań, które mają na celu ożywienie gospodarcze oraz zmianę struktury przestrzennej i funkcjonalnej zdegradowanych obszarów miasta, mających wcześniej różne przeznaczenie, np. przemysłowe, militarne czy komunikacyjne. Autorka definicji zwraca szczególną uwagę na zmianę funkcji obszaru, wobec którego prowadzone są określone działania. W każdym przypadku rewitalizacja może mieć inny charakter, a jej znaczenie zależy od przyczyny podjęcia działań rewitalizacyjnych. Problemy wymuszające rewitalizację mogą mieć charakter:

- urbanistyczno-architektoniczny – związany z modernizacją lub rewaloryzacją zespołów mieszkaniowych i poprzemysłowych, a także ze świadomym kształtowaniem krajobrazu obszaru;
- techniczny – związany z polepszeniem jakości struktur miejskich (infrastruktury technicznej i drogowej);
- społeczny – związany z zatrzymaniem rozwoju negatywnych tendencji społecznych, przeciwdziałaniem patologii i wykluczeniu społecznemu oraz poprawą bezpieczeństwa;
- ekonomiczny – mający na celu ożywienie gospodarcze (np. promocja przedsiębiorczości, rozwój turystyki oraz realizacja nowych przedsięwzięć o charakterze komercyjnym);
- środowiskowy – związany z regeneracją stanu środowiska naturalnego, likwidacją zanieczyszczeń i ich emisji (Nowak, Szczerbowski, Franczak 2012).

Rewitalizację w turystyce w szczególności odnosi się do wycinka przestrzeni geograficznej. Według B. Włodarczyka (2011) razem z modernizacją wchodzi ona w skład działań restrukturyzacyjnych (ryc. 4). Modernizację autor pojmuje jako unowocześnianie czegoś, natomiast rewitalizację jako wprowadzanie nowych funkcji. Jako proces przekształceń pojęcie to może mieć dwojaki charakter: implantacyjny lub integracyjny. Oba modele polegają na wprowadzaniu nowych funkcji i form przestrzennych do określonej przestrzeni, w któ-



Ryc. 4. Możliwe kierunki przemian związanych z przestrzenią turystyczną w zależności od charakteru decydującego o nich procesu
Źródło: Włodarczyk 2011

rej poprzednie funkcje uległy degradacji. Różnią się od siebie jedynie grupami odbiorców, dla których przeznaczone będą nowe funkcje. W rewitalizacji implantacyjnej są to z reguły przybysze, nowi ludzie. W integracyjnej działania podejmowane są głównie dla lokalnej społeczności i mają bezpośrednio dotyczyć poprawy jakości ich życia.

Rewitalizacja w dojrzałych miejscowościach turystycznych może zasadniczo przywrócić funkcje turystyczne, przekształcić przestrzeń turystyczną, wpłynąć na lokalną gospodarkę oraz ukształtować życie mieszkańców, a w konsekwencji podnieść poziom ich życia. Jest procesem zarówno ekonomicznym, przestrzennym, jak i społecznym.

Cykl życia obszarów turystycznych w odniesieniu do dojrzałych miejscowości turystycznych

Na świecie istnieje wiele atrakcyjnych obszarów, które uległy wielkim przeobrażeniom lub dopiero stoją przed dylematem rozwoju funkcji turystycznych na swoim terenie. Poniżej zostały zaprezentowane przykłady miast, które są w ostatniej fazie cyklu ewolucji obszaru turystycznego według R.W. Butlera – fazy stagnacji. Wszystkie przedstawione miejscowości są ośrodkami nadmorskimi, które w swojej historii przeżywały erę turystyki masowej. Każda z nich jest dojrzałym ośrodkiem turystycznym, który ze względu na różne działania znajduje się w najwyższym punkcie cyklu koncepcji TALC. Władze tych miast stoją przed koniecznością podjęcia działań służących ich odrodzeniu. Pierwsze 2 zaprezentowane miejscowości były głównymi krajowymi ośrodkami turystycznymi, które ze względu na zmiany, jakie zaszły w sposobie podróżowania obywateli, odnotowały duży spadek ruchu turystycznego na swoim terenie. Natomiast 2 kolejne ośrodki stały się międzynarodowymi centrami turystycznymi. Spadek zainteresowania ze strony turystów nastąpił z powodu zmieniających się trendów w podróżowaniu – z masowej turystyki w koncepcji 3S (*sun, sand, sea*) do indywidualnej 3E (*entertainment, excitement, education*). Ostatnia miejscowość poniekąd łączy ze sobą 2 przypadki, gdyż przeżywała fazę stagnacji dwukrotnie. Omówione dalej miejscowości zostały wybrane ze względu na podobieństwo profilu turystycznego – to typowe nadmorskie miejscowości wypoczynkowe. Wszystkie przykłady to dojrzałe ośrodki turystyczne, które w modelu R.W. Butlera stoją przed fazą odrodzenia albo upadku, dlatego władze tych miast były poniekąd zmuszone do podjęcia procesu modernizacji oraz rewitalizacji przestrzeni turystycznej w celu ponownego jej ożywienia bądź zmiany charakteru dominującej w nich gospodarki.

Dzielnica holenderskiej Hagi – Scheveningen jest najbardziej znanym holenderskim kurortem. W XIX wieku luksusowy hotel Kurhaus przyciągał arystokratów z całej Europy. Ośrodek turystyczny z czasem został rozbudowany o nowe obiekty noclegowe oraz rozrywkowe. Władze miasta skupiły się na rynku krajowym i do Scheveningen zaczęło przyjeżdżać z całej Holandii coraz więcej turystów o mniejszym statusie społecznym. Jednak po 1960 roku zaczęto odnotowywać spadek ruchu turystycznego. Holendrzy coraz częściej mogli sobie pozwolić na zakup prywatnych samochodów, co zapoczątkowało podróże do mniejszych, jeszcze „nieodkrytych” miejscowości położonych na holenderskim wybrzeżu. Ponadto do spadku

ruchu turystycznego przyczyniły się konkurencyjne kurorty śródziemnomorskie, do których można było się dostać tanimi liniami lotniczymi. Już pod koniec lat 60. XX wieku władze miasta zaczęły opracowywać program rewitalizacji. Zdecydowano się na przekształcanie starych oraz tworzenie nowych obiektów turystycznych, które miały przyciągać turystów w ciągu całego roku. Postanowiono stopniowo odnawiać – oprócz samych obiektów turystycznych – także inne obiekty miejskie. Podjęto również decyzję o zróżnicowaniu produktu turystycznego. Zaczęto budować nowe biurowce, centra handlowe oraz mieszkania. Kurort miał stać się atrakcyjny nie tylko dla turystów, ale również dla mieszkańców, w związku z czym podjęto próbę rozwoju funkcji rekreacyjnych Scheveningen. Powołano konsorcjum, co zapoczątkowało ścisłą współpracę sektora publicznego z prywatnym. Przywrócono dawną świetność Perły Morza Północnego. Liczba turystów gwałtownie wzrosła. W 1970 roku odnotowano 1,5 mln odwiedzających, w 1978 – 3 mln, w 1981 – już 6,5 mln, a w 1996 ruch turystyczny osiągnął rekordową liczbę 9,1 mln odwiedzających (Bergsma, de Haan 2000). Dodatkowo dzięki umiejętnej strategii zauważalne są zmiany w sezonowości ośrodka. Scheveningen stało się praktycznie całorocznym kurortem, w którym ruch turystyczny jest bardziej rozłożony niż 3 dekady wcześniej. Jeszcze w 2013 roku słynne molo De Pier, 1 z wizytówek haskiej dzielnicy, znalazło się w stanie upadłości i zamknięto je ze względu na zagrożenie bezpieczeństwa. W 2014 roku De Pier zostało wykupione, odnowione i przebudowane. Podjęto działania rewitalizacyjne o charakterze urbanistyczno-architektonicznym (świadome kształtowanie krajobrazu obszaru) i ekonomicznym (ponowny rozwój turystyki). W konsekwencji w lipcu 2015 roku udostępniono molo do zwiedzania (*De Pier Scheveningen 2015 weer open* 2014). Powstały bulwar z szeroką gamą sklepów, kramów gastronomicznych, barów i restauracji, wieża widokowa oraz 40-metrowy diabelski młyn z 30 klimatyzowanymi gondolami. Tak rozbudowany i zróżnicowany produkt turystyczny sprawił, że Scheveningen ponownie stało się rozpoznawalnym i chętnie odwiedzanym całorocznym ośrodkiem.

Kolejnym ośrodkiem jest angielskie Blackpool, w 2014 roku zamieszkiwane przez 142 tys. ludzi (<http://www.neighbourhood.statistics.gov.uk>). Dzięki nadmorskiej lokalizacji miasto to jest bardzo popularnym miejscem wypoczynku Brytyjczyków.

Początek turystyki w omawianym kurorcie turystycznym przypada na wiek XIX, kiedy to zamożni Brytyjczycy odwiedzali rozległe plaże nad Morzem Irlandzkim. Powoli Blackpool stawało się popularnym kierunkiem turystyki weekendowej dla klasy robotniczej Anglii. Dzięki temu stopniowo była rozbudowywana nie tylko baza noclegowa, ale również infrastruktura komunikacyjna. Obecnie w mieście znajdują się liczne stacje kolejowe oraz lotnisko. Tak jak w przypadku Scheveningen faza konsolidacji i największy ruch turystyczny w Blackpool przypadają na lata 60. XX wieku. Po pojawieniu się możliwości mało kosztownego podróżowania tanimi liniami lotniczymi odnotowano drastyczny spadek ruchu turystycznego. Turyści zaczęli zmieniać swoje preferencje wyjazdowe i wybieranym miejscem wypoczynku stały się państwa basenu Morza Śródziemnego, które praktycznie gwarantowały dobrą pogodę i słońce oraz łatwy dostęp bez ponoszenia wysokich

kosztów. Dodatkowo Blackpool było przeludnione oraz służyło z oferowania rozrywkowego trybu życia, co stanowiło barierę dla osób szukających spokojnego wypoczynku.

Spadek ruchu turystycznego doprowadził władze Blackpool do opracowania polityki mającej na celu zachowanie funkcji turystycznych w mieście. W 2000 roku przeznaczono na ten proces ok. 300 mln funtów. Miasto, zdegradowane erą turystyki masowej i z przestarzałą infrastrukturą turystyczną, zaczęło odbudowywać. Typową funkcję wypoczynkową zaczęło przekształcać w rozrywkową. Została przygotowana strategia przywrócenia ośrodka turystycznego, która obejmowała m.in. zróżnicowanie produktu turystycznego poprzez budowę kasyn z opuszczonych hoteli, zaoferowanie nowych atrakcji, przebudowę przestrzeni publicznej w mieście na bardziej przyjazną oraz rozbudowę umocnień morskich w celu ochrony wybrzeża i zwiększenia dostępności morza (*Tourism in Blackpool* b.d.). Oprócz tego podjęto działania mające zmienić negatywny wizerunek miasta. Szczególny nacisk położono na wysoką jakość oferowanych usług. Miasto zaczęło kreować na nowoczesne, całoroczne, tętniące życiem miejsce dla rodzin. Stworzono markę „City Life On The Beach” (*Destination Blackpool* b.d.).

Blackpool oraz Scheveningen są przykładami ośrodków turystycznych, które ucierpiały na skutek zmiany trendów w podróżowaniu. Wcześniej były popularnymi kurortami wczasowymi dla krajowych odbiorców. Jednakże po otwarciu granic i spadku ogólnych cen podróżowania turyści zmienili swoje upodobania i zaczęli wybierać państwa z dostępem do morza, w których prawdopodobieństwo pięknej pogody w sezonie było niemal 100-procentowe.

Klasycznym przykładem wpisującym się w model R.W. Butlera jest hiszpański Benidorm. W latach 60. XX wieku był małą wsią rybacką. W latach 1956 oraz 1963 przedstawiono plany przebudowy wioski w wielki ośrodek turystyczny. W ciągu kilku lat do stale rozbudowywanego kurortu zaczęli masowo przybywać turyści z całej Hiszpanii i Europy. W 2015 roku miasto miało ok. 70 tys. mieszkańców (<http://www.ine.es>), a jego wizytówką są wieżowce usytuowane tuż nad brzegiem słonecznego Morza Śródziemnego. Benidorm jest drugim po Nowym Jorku miastem posiadającym największą gęstość wysokich budynków na metr kwadratowy. Miasto słynie z kasyn, rozrywki oraz pięknych plaż. Przez turystykę masową charakterystyczną dla tego hiszpańskiego miasta pod koniec XX wieku drastycznie zmalał ruch turystyczny. Władze ośrodka wprowadziły szereg udoskonaleń mających na celu utrzymanie stałego rozwoju miejscowości. Nakazano m.in. wprowadzenie na terenie miasta zasad zrównoważonego rozwoju w postaci działań na rzecz zmniejszenia zużycia energii oraz wody. Rozpoczęto budowanie pozytywnego wizerunku kompleksu, który uchodził za hałaśliwy i niebezpieczny. Benidorm przekształcono również w ośrodek całoroczny (*Espinosa Seguí* 2013).

Innym przykładem jest Sitges, hiszpańskie miasto, w którym zanotowano spadek ruchu turystycznego. Jest oddalone o 38 km od Barcelony. Do połowy XX wieku gospodarka Sitges była oparta wyłącznie na produkcji wina. Miasto zaczęło powoli przekształcać się w prężnie funkcjonujący ośrodek turystyczny, który obecnie wyznacza światowe trendy. Sitges w 2015 roku zamieszkiwało 28 269 ludzi (<http://www.ine.es>),

z czego 35% to obcokrajowcy pochodzący m.in. z Holandii, Francji, Szwecji czy Wielkiej Brytanii.

Na początku swojej historii związanej z turystyką miasto stanowiło miejsce odpoczynku dla mieszkańców Barcelony, którzy chcieli odpocząć od zanieczyszczonej stolicy Katalonii. Następnie zaczęli przyjeżdżać tu artyści, a zamożni Katalończycy zakładać w Sitges swoje drugie domy. Do tej pory budowano ekskluzywny, spokojny i na wyłączność ośrodek turystyczny. Erę turystyki masowej na hiszpańskim wybrzeżu datuje się na rok 1950. Szczytowe tempo wzrostu przypada jednak na lata 1956–1957. Już w 1960 roku Sitges, Lloret de Mar oraz Benidorm stały się głównymi międzynarodowymi ośrodkami turystycznymi na wschodnim wybrzeżu Hiszpanii (*Campillo-Besses, Priestley, Romagosa* 2004). Wzmożony ruch turystyczny przyciągnął zagranicznych inwestorów, którzy przyczynili się do znacznej rozbudowy bazy turystycznej.

Obecnie Sitges kojarzy się z wysokim standardem (połowa dostępnych miejsc noclegowych znajduje się w hotelach 4-, 5-gwiazdkowych), rozrywką, karnawałem oraz tolerancją (miasto uznaje się za europejskie centrum turystyki gejowskiej). To z powodu hałasu oraz wysokich kosztów spędzania czasu zaczął na tym obszarze spadać odsetek odwiedzających turystów krajowych i zagranicznych, którzy zaczęli wybierać tańsze miejsca pobytu w państwach basenu Morza Śródziemnego (Grecja, Turcja czy Cypr). Reakcją władz miasta na spadek ruchu turystycznego w hiszpańskim ośrodku było wprowadzenie strategii opartej na zrównoważonym rozwoju – ustabilizowano zależności między środowiskiem a gospodarką turystyczną. Sitges zostało przeorganizowane, by być całorocznym ośrodkiem wypoczynkowym z bogatym kalendarzem imprez kulturalnych. Miasto stara się w różny sposób wspierać ośrodki związane ze sztuką. Restrukturyzacji poddano także bazę noclegową, którą ukierunkowano przede wszystkim na turystykę konferencyjną. Działaniami promocyjnymi objęto głównie mieszkańców Barcelony (*Applying the Butler model... b.d.*). Sitges stara się zostać głównym ośrodkiem rekreacji na hiszpańskim wybrzeżu poprzez dywersyfikację funkcji turystycznych, co w przyszłości ma zapewnić długookresową działalność.

Atlantic City jest przykładem kąpieliska morskiego, które zmieniło całkowicie profil działalności turystycznej. Miasto było tradycyjnym rodzinnym ośrodkiem wczasowym. Koncepcja jego utworzenia narodziła się już w 2. połowie XIX wieku i była związana z zasobami przyrodniczymi wyspy Absecon. Na początku Atlantic City było dostępne dla turystów o wyższym statusie ekonomicznym. Po rozbudowie taboru kolejowego oraz spadku cen przewozów wzrósł ruch turystyczny i do miasta coraz częściej przyjeżdżali ubożsi mieszkańcy Filadelfii, chcący spędzić nad Atlantykiem przynajmniej dzień. Z upływem czasu baza turystyczna została stopniowo przystosowana do potrzeb turysty masowego. W 1925 roku w mieście istniało ponad 1200 hoteli i pensjonatów. Atlantic City pełniło wówczas funkcję całorocznego ośrodka wypoczynkowego, w którym w okresie letnim turystów transportowało ok. 100 pociągów dziennie. W latach 1945–1976 zaczęło tracić swoją przewagę turystyczną, co wiązało się z dokonywanymi się przemianami społeczno-gospodarczymi. Rozwój nowych technologii, zmiana jakości oraz sposobu życia klasy średniej, słabnące znaczenie kolei jako środka transpor-

tu spowodowały spadek ruchu turystycznego. Miasto znajduje się powoli w fazie upadku w całościowym cyklu życia miejscowości turystycznych. Do takiej sytuacji przyczyniają się głównie zmiany własnościowe obiektów hotelowych, brak ich modernizacji oraz obniżenie jakości świadczonych usług. Kluczowym momentem w historii miasta była legalizacja hazardu w 1976 roku (Matuszewska 2016). W pewnym momencie władze miasta, nie widząc przyszłości dla oferowanej do tej pory formy wypoczynku, postanowiły całkowicie zmienić oblicze Atlantic City. Miasto miało stać się centrum hazardu na wschodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych, 2. w całym kraju, po Las Vegas, ośrodkiem z dużą liczbą kasyn oraz różnorodnym wachlarzem rozrywek. Intensywna rozbudowa bazy noclegowej trwała do 1987 roku. Miasto całkowicie uzależniło swój rozwój od hazardu, co przyczyniło się do jego upadku. Zaburzenia związane z funkcjonowaniem rynku gier hazardowych w mieście jednocześnie wpływały na rozwój ukształtowanych funkcji turystycznych. Pierwsze poważne konsekwencje zauważono w 2009 roku. Globalny kryzys, legalizacja hazardu w innych stanach oraz rozwój usług gier hazardowych w wyłączonych spod jurysdykcji stanowych rezerwatach Indian przyczyniły się do spadku dochodów z kasyn, co było równoznaczne ze spadkiem dochodów miasta. Z biegiem czasu zmniejszyły się liczba kasyn oraz ruch turystyczny, natomiast miasto stanęło na granicy niewypłacalności (Matuszewska 2016). Atlantic City wpadło w pułapkę rozwoju opartego na ryzykownej branży. Z jednej strony wąska specjalizacja przyniosła korzyści, jednak z drugiej stanowiła poważną barierę w kształtowaniu ekonomicznej działalności turystycznej. Doświadczenia Atlantic City odniesione do ewolucji życia obszaru turystycznego pokazują, że miasto już dwukrotnie przeżywało fazę upadku: najpierw w odniesieniu do funkcji nadmorskiego kurortu, później w odniesieniu do turystyki rozrywkowej. Obecnie miasto ponownie wprowadza strategię przywrócenia typowych funkcji wypoczynkowych. Turystyka na nowo ma przyczynić się do ożywienia gospodarczego miasta.

Podsumowanie

Miejscowości turystycznych takich jak Atlantic City, Sitges, Benidorm, Blackpool czy dzielnica Hagi Scheveningen jest na całym świecie o wiele więcej. W przyszłości podobne przypadki będą coraz częściej się ujawniały. To, że dany kurort jest dzisiaj popularny, cały czas się rozwija i przyjmuje ruch turystyczny, nie jest jednoznaczne z tym, że taka sytuacja będzie

się utrzymywać na niezmiennym poziomie. Biorąc pod uwagę powyższe przykłady miast, można paradoksalnie stwierdzić, że im szybciej następował rozwój obszaru, tym szybciej pojawiały się problemy ze spadkiem ruchu turystycznego. Głównym problemem miejscowości turystycznych jest ukierunkowanie na 1 profil działalności, gdyż większość z nich swoją gospodarkę opiera wyłącznie na turystyce. W momencie spadku liczby odwiedzających turystów słabnie cała lokalna gospodarka.

W artykule przedstawiono miejscowości turystyczne, które w cyklu ewolucji obszarów turystycznych R.W. Butlera przeszły praktycznie wszystkie etapy. Można zauważyć, że ścieżka, którą podążały, nie zawsze była wyznaczana przez te same czynniki. Kluczowym czasem następujących w opisanych miejscowościach przeobrażeń były lata 60. XX wieku. Rozbudowane turystycznie (do tego czasu) Scheveningen w Hadze oraz Blackpool – krajowe ośrodki turystyczne – straciły na znaczeniu przez rozwój tanich linii lotniczych, dzięki którym obywatele państw wybierali na miejsce odpoczynku miejscowości basenu Morza Śródziemnego z gwarantowaną pogodą. Natomiast w ośrodkach takich jak hiszpańskie Benidorm oraz Sitges punkt kulminacyjny rozwoju przypada po latach 60., w czasie napływu turystów z pozostałych państw europejskich. Ich rozbudowa była następstwem niekontrolowanej turystyki masowej, która współcześnie doprowadziła do spadku ruchu turystycznego. W ostatniej z przedstawionych w artykule miejscowości wpływ na rozwój miało nieumiejętne zarządzanie profilem działalności turystycznej. Atlantic City z intensywnie rozbudowywanego kurortu wypoczynkowego przekształciło się w stolicę hazardu, aby ponownie przywrócić, za pomocą walorów wypoczynkowych, utracone funkcje turystyczne.

Problematyka ewolucji opisanych miejscowości związana jest ze zmianą trendów i ukazuje brak elastyczności produktów turystycznych odpowiadających potrzebom współczesnego turysty. Przedstawione sytuacje wymagały podjęcia działań mających na celu przywrócenie funkcji turystycznych bądź zmiany profilu działalności gospodarczej. Władze wymienionych miejscowości były zmuszone do tworzenia ściśle zaplanowanych strategii, które miały za zadanie m.in. zaoferować nowe atrakcje, rozszerzyć produkt turystyczny, zmodernizować i zrewitalizować starą przestrzeń turystyczną oraz zaadaptować niewykorzystane jeszcze zasoby turystyczne. Ponadto w planowaniu dalszego rozwoju zaczęto brać pod uwagę zasady zrównoważonego rozwoju. Duże znaczenie przy przywracaniu funkcji turystycznych na tych obszarach miało kreowanie pozytywnego wizerunku – nowoczesnych, przyjaznych i całorocznych ośrodków turystycznych ze zróżnicowaną ofertą.

Literatura

- Applying the Butler Model to Tourism in Sitges and Calafell*, b.d. Dostępne na: <http://www.geographyfieldwork.com> [07.09.2016].
- Bergsma J., de Haan T., 2000, *Scheveningen. A successful case of revitalization*. Dostępne na: <http://www.cws.cengage.co.uk> [7.09.2016].
- Butler R.W., 1980, *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*, *The Canadian Geographer*, 24 (1), 5–12 (wersja online 2008).
- Campillo-Besses X., Priestley G.K., Romagosa F., 2004, *Using EMAS and local agenda 21 as tools towards sustainability: The case of a Catalan coastal resort*, [w:] B. Bramwell (ed.), *Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in southern Europe*, Channel View Publications, Bristol, 220–248.
- De Pier Scheveningen 2015 weer open*, 2014. Dostępne na: <http://www.volkerwessels.com> [17.12.2016].
- Destination Blackpool. Resort place-making 2015–2017*, b.d. Dostępne na: <http://www.blackpool.gov.uk> [7.09.2016].

- Espinosa Seguí A., 2013, *The evolution of tourism in Spain: The case study of Benidorm (Alicante)*, Human Geography Department, Universidad de Alicante. Dostępne na: <http://www.rua.ua.es> [7.09.2016].
- Grabowska A., 2013, *Lokalna gospodarka turystyczna a rozwój regionów*, Studia Ekonomiczne, 147: *Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju*, 68–80.
- Kaczmarek S., 2001, *Rewitalizacja terenów przemysłowych. Nowy wymiar w rozwoju miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kozak M.W., 2009, *Strategie rozwoju turystyki w regionie*, PWN, Warszawa.
- Matuszewska D., 2016, *Determinanty rozwoju oraz ekonomiczne konsekwencje rozwoju ruchu turystycznego w Atlantic City*, Ekonomiczne Problemy Turystyki, 3 (35), 273–286.
- Meyer B., Milewski D. (red.), 2009, *Strategie rozwoju turystyki w regionie*, PWN, Warszawa.
- Mika M., 2007, *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, PWN, Warszawa, 406–482.
- Nowak S., Szczerbowski M., Franczak A., 2012, *Wpływ rewitalizacji na społeczny i turystyczny rozwój obszarów przemysłowych województwa śląskiego*, [w:] S. Nowak (red.), *Regionalne i lokalne strategie rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach, Katowice, 34–43.
- Tourism in Blackpool – A coastal resort in the UK*. Dostępne na: <http://www.coolgeography.co.uk> [07.09.2016].
- Włodarczyk B., 2011, *Procesy kształtujące przestrzeń turystyczną*, Turyzm, 21 (1–2), 59–66.
- Włodarczyk B., 2014, *Przestrzeń w turystyce, turystyka w przestrzeni – o potrzebie definicji, delimitacji i klasyfikacji*, Turyzm, 24 (1), 25–35.
- Zajadacz A., Śniadek J., 2011, *Cykl życia obszaru turystycznego – studium przypadku regionu leszczyńskiego*, [w:] A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 1029–1042.

Źródła internetowe:

Instituto Nacional de Estadística, *Population by sex, municipalities, nationality*: <http://www.ine.es> [17.12.2016].

Office for National Statistics, *Key figures for people and society: Population and migration*: <http://www.neighbourhood.statistics.gov.uk> [17.12.2016].

Problems mature tourist resorts on the background of the concept of tourist area cycle of evolution

Mgr Dawid Twardowski

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki, Katedra Gospodarki Regionalnej, dbtwardowski@gmail.com

Abstract

The aim of this article is to present the concept of tourist area cycle of evolution, identify what problems exist for mature tourist resorts and to present directions of activities aimed at the stopping or restoring the function of tourist. There are presented examples of tourist resorts, which, in accordance with the concept of evolution of the tourist areas, are at the stagnation stage and

because of a decrease in tourist traffic they have been forced to take steps to stop regression of tourist functions. The article consists of two parts, preceded by an introduction. The first part describes the concept of the cycle of evolution tourist areas. The second part presents selected tourist destinations in the stage of stagnation. The article concludes with a summary.

Keywords

tourism, tourist resorts, revitalization, tourist area cycle of evolution, tourism development