

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu

Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych

Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

# Turystyka i rekreacja w aglomeracjach



## Księga abstraktów

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu  
im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

V Konferencja Naukowa  
Turystyka i rekreacja  
w aglomeracjach  
Księga abstraktów

29 XI – 1 XII 2023 r.  
Ośrodek Badawczo-Konferencyjny IM PAN, Będlewo  
Wydawnictwo Naukowe WSB-DSW Merito sp. z o.o.

opracowanie graficzne i skład: Wojciech Sierżęga  
pomysł okładki: Magdalena Karciarz

**dr Agata Basińska-Zych**

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
agata.basinska-zych@merito.poznan.pl

**dr hab. Adam Kantanista, prof. AWF**

Akademia Wychowania Fizycznego  
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu

**dr hab. Sylwester Białowąs, prof. UEP**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

**dr Paweł Jurowczyk**

ABR SESTA sp. z o.o.

**dr hab. Adrian Lubowiecki-Vikuk, prof. SGH**

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

## **Aktywność fizyczna w czasie wolnym i jej determinanty wśród dorosłych żyjących w środowisku sprzyjającym otyłości: analiza kohort pokoleniowych**

W ostatnich dziesięcioleciach obserwuje się rosnącą częstość występowania nadwagi i otyłości mieszkańców krajów rozwiniętych i rozwijających. Otyłość obecnie jest uważana za pandemię. Podobny problem obserwuje się w Polsce. W badaniach naukowych coraz częściej podkreślany jest wpływ czynników środowiskowych sprzyjających otyłości. Termin „środowisko sprzyjające otyłości” (*obesogenic environment*) odnosi się do „środowiska, które sprzyja przyrostowi masy ciała i nie sprzyja utracie masy ciała” w domu lub miejscu pracy (Swinburn i inn., 1999). Innymi słowy, środowisko sprzyjające otyłości oznacza środowisko, które przyczynia się do otyłości jego mieszkańców. Celem artykułu

jest identyfikacja zachowań związanych z aktywnością fizyczną w czasie wolnym (*leisure time physical activity- LTPA*) przedstawicieli pięciu pokoleń: przedwojennego, wyżu powojennego (*Baby Boomers*), X, Y/Millennialów i Z, żyjących w środowisku sprzyjającym otyłości, w zależności od czynników socjodemograficznych, somatycznych (BMI, WHR, procent tkanki tłuszczowej), motywów i częstotliwości podejmowania aktywności w czasie wolnym (LTPA). W badaniu wzięło udział 1130 osób w wieku 18–70 lat. Byli to mieszkańcy Świętochłowic (woj. śląskie) – miasto o jednym z trzech najwyższych wskaźników otyłości wśród dorosłych w Polsce (GUS, 2020). Badania przeprowadzono w dwóch etapach: (1) pomiar masy i wysokości ciała, obliczenie BMI i WHR, następnie ocena zawartości tłuszczu w ciele (%BF); oraz (2) wypełnienie kwestionariusza ankiety dotyczącego udziału w LTPA i zmiennych socjodemograficznych. Nadwaga lub otyłość dotyczyła 52,3% badanych osób. Zaobserwowano, że BMI i WHR wrastały wraz z wiekiem. Częstość uczestnictwa w LTPA była wyższa wśród przedstawicieli pokoleń X, Y i Z, częściej aktywne ruchowo były kobiety z wyjątkiem generacji wyżu powojennego. Przedstawiciele pokolenia przedwojennego oraz wyżu powojennego częściej wybierali indywidualne formy LTPA, częściej byli nieaktywni lub ich udział w LTPA był sporadyczny. Reprezentanci pokoleń X, Y i Z częściej podejmowali LPTA w siłowni (pod nadzorem trenera osobistego), podczas gdy starsze generacje częściej preferowały jazdę na rowerze, spacer, Nordic Walking oraz pływanie. Motyw zdrowotny częściej był deklarowany przez generacje X, Y, Z, podczas gdy na modę lub zamiłowanie do sportu wskazywali przedstawiciele wyżu powojennego. Wykazano zróżnicowanie LPTA pomiędzy pokoleniami oraz wpływ płci, aktywności zawodowej oraz sytuacji materialnej, częstotliwości i motywów rekreacyjnych a także zawartości tkanki tłuszczowej i BMI na uczestnictwo w LTPA poszczególnych generacji. Wnioski z przeprowadzonych badań mogą być cenną implikacją dla menedżerów klubów fitness, ośrodków sportu i rekreacji lub stowarzyszeń sporto-





**dr hab. Małgorzata Brojak-Trzaskowska, prof. US**

Institut Gospodarki Przestrzennej i Geografii Społeczno-Ekonomicznej

Uniwersytet Szczeciński

malgorzata.brojak-trzaskowska@usz.edu.pl

## **Ekoinnowacje w turystyce jako przejaw zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego w perspektywie regionalnej i lokalnej**

Przedmiot zainteresowań badawczych koncentruje się na problematyce innowacji o charakterze ekologicznym jako ważnym komponentu zrównoważonego rozwoju w konkretnych skalach badawczych. Uzasadnieniem wyboru podjętej tematyki badawczej jest jej aktualność i ranga, zarówno z punktu widzenia funkcjonowania gospodarki i społeczeństwa w obecnych realiach, jak i – co zresztą należy wyraźnie zaakcentować – z punktu widzenia przyszłych pokoleń.

Nadrzędnym celem badawczym podjętym w pracy jest ukazanie specyfiki, zakresu i znaczenia ekoinnowacji w rozwoju społeczno-gospodarczym na przykładzie turystyki w ujęciu regionalnym i lokalnym. Na etapie konceptualizacji usystematyzowano podstawowe pojęcia w zakresie stanowiącym przedmiot badań, ze szczególnym uwzględnieniem innowacji i ekoinnowacji oraz zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do turystyki, natomiast na etapie formułowania pytań i hipotez badawczych uznano, że inwestycje i innowacje ekologiczne stanowią ważny i nieodłączny obszar zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego. Podjęto próbę dowiedzenia, że filarem zrównoważonego rozwoju jest triada współzależnych i równoważnych elementów środowiskowych (przyrody), ekonomicznych (gospodarki) i społecznych (ludzi), a ekoin-





**dr hab. Anna Dłużewska, prof. UMCS**

Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
i Gospodarki Przestrzennej  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie  
dluzewska.a@gmail.com

**dr Grzegorz Iwanicki**

Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
i Gospodarki Przestrzennej  
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

## **Stan i perspektywy rozwoju turystyki ciemnego nieba na terenach zurbanizowanych**

Turystyka ciemnego nieba (z ang. *dark-sky tourism*) jest niszową gałęzią astroturystyki, wpisującą się w założenia turystyki zrównoważonej. Początkowo rozwijała się na terenach peryferyjnych, w tzw. parkach i rezerwatach ciemnego nieba, znacznie oddalonych od miast i innych źródeł zanieczyszczenia sztucznym światłem, jednak w ostatnich latach zaczęła obejmować także miejsca zlokalizowane na obszarach zurbanizowanych. Głównym celem badania jest określenie stanu turystyki ciemnego nieba w miastach oraz perspektyw jej rozwoju, z uwzględnieniem terenów sąsiadujących z aglomeracjami. Celem dodatkowym jest porównanie kryteriów przyznawania certyfikatów miejskim produktom astroturystycznym, m.in. w ramach programów *Urban Night Sky Place*, *Urban Star Park*, *Starlight Cities*, *Starlight Stellar Parks*, prowadzonych przez Międzynarodowe Stowarzyszenie Ciemnego Nieba (IDA), Fundację Starlight (SF), oraz Royal Astronomical Society of Canada (RASC). Główną metodą jest analiza treści dokumentów związanych z certyfiko-



**dr hab. Małgorzata Durydiwka, prof. UW**

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski  
mdurydiw@uw.edu.pl

**dr Aleksandra Korpysz-Wiśniewska**

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych  
Uniwersytet Warszawski

## **Murale w przestrzeni miast, czyli nowe możliwości kreowania produktów turystycznych**

Sztuka zajmuje ważne miejsce w szerokim spektrum motywów podróży turystycznych na świecie. Świadczą o tym m.in. statystyki dotyczące frekwencji w muzeach prezentujących kolekcje sztuki, festiwalach teatralnych czy filmowych, koncertach *etc.* Obecnie w wielu miastach świata swoistym fenomenem stały się murale. Te wielkoformatowe malowidła ścienne – powstające na zewnętrznych lub wewnętrznych ścianach budynków, a także na miejskich trotuarach i schodach (tzw. murale poziome) oraz mniej oczywistych obiektach, jak silosy czy kominy – są określane jako forma sztuki ulicznej (*street art*), sztuki miejskiej (*urban art*) lub sztuki w przestrzeniach publicznych (*public art*). I jako forma sztuki, mają niewątpliwie potencjał dla rozwoju turystyki w miejscach ich występowania i kształtowania produktów turystycznych, tym bardziej, że ich tematyka jest bardzo różnorodna, co daje szansę na powiększenie grona odbiorców.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie potencjału murali w kształtowaniu produktów turystycznych w miastach, przy czym

w produkt turystyczny jest tu rozumiany szeroko, czyli jako kompozycja składników materialnych i niematerialnych, opartych na możliwościach spędzenia czasu w miejscu docelowym. Autorki, bazując na informacjach uzyskanych w wyniku kwerendy literaturowej, analizie źródeł internetowych oraz wywiadach i własnych obserwacjach, pokazują możliwości i sposoby wykorzystania murali w kreowaniu produktów turystycznych miast. Nawiązując do podziału produktów turystycznych, zaproponowanego przez Kaczmarka, zwracają uwagę, że murale są wykorzystywane w kształtowaniu nie tylko produktów turystycznych prostych, czego przykładem jest m.in. East Side Gallery w Berlinie (produkt obiekt), Muzeum Muralu Diego Rivery w Meksyku (produkt obiekt), Festiwal Monumental Art w Gdańsku (produkt wydarzenie), multimedialna Mapa Krakowskich Murali (produkt rzecz), pamiątki i gadzety tworzone na bazie murali, jak magnesy i pocztówki (produkt rzecz), ale także złożonych, jak: szlaki murali w Glasgow, Białymstoku, Oświęcimiu czy Słupsku (produkt szlak), spacer tematyczny „Śladami słupskiego street artu”, „Łódzkie murale – wycieczki z przewodnikiem”, „Amsterdam Street Art Murals Tours” (produkt impreza).

Warto dodać, że murale stanowią też nośnik miejskich narracji, dzięki którym w dość niekonwencjonalny sposób prezentowana jest historia, kultura czy przyroda miasta.

**Słowa kluczowe:** murale, sztuka uliczna, kreowanie potrzeb turystycznych

### Notatki

---

---

---

---

---

**mgr Justyna Dzięgiel**

Uniwersytet WSB Merito Toruń

justyna.dziegiel@wsb.torun.pl

**dr hab. Dariusz Jacek Olszewski-Strzyżowski, prof. AWFIS**

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

## **Oferta MICE w wielkich światowych aglomeracjach - nowe trendy i dobre praktyki**

Turystyka biznesowa jest coraz bardziej „pożądaną” przez władze miast formą turystyki, z uwagi na generowany dochód, kreowany wizerunek oraz związany z nią rozwój destynacji zarówno dla jej mieszkańców, jak potencjalnych odwiedzających, za sprawą turystów biznesowych.

Między europejskimi i światowymi metropoliami trwa swoisty wyścig, która z nich zdobędzie miano tej najpopularniejszej wśród organizatorów spotkań, konferencji czy kongresów i przyciągnie do siebie większą liczbę wydarzeń. Destynacje te promują swój zróżnicowany potencjał biznesowy, określany mianem rynku MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*). Stowarzyszenie International Congress and Convention Association – ICCA (Międzynarodowe Stowarzyszenie Konferencji i Kongresów) każdego roku publikuje „ICCA Ranking Report”, zawierający dane o krajach i miastach, w których organizowanych jest najwięcej wydarzeń stowarzyszeniowych. Ranking ICCA uważany jest za jedno z najważniejszych tego typu zestawień branżowych na świecie. Jest narzędziem analizy rynkowej w zakresie potencjału kongresowo-konferencyjnego destynacji biznesowych, co pozwala na ustalenie przewag i luk konkurencyjnych w przypadku kandydatury na gospoda-

rza określonego wydarzenia. Celem głównym artykułu jest analiza oferty biznesowej światowych wybranych aglomeracji, które od lat plasują się w czołówce w/w rankingu ICCA, takich jak: Barcelona, Bangkok, Dubaj i Nowy Jork, oraz wskazanie czynników determinujących wysoki poziom turystyki biznesowej w tych miastach. Celem dodatkowym jest identyfikacja najnowszych zjawisk i trendów w zarządzaniu tymi destynacjami biznesowymi. Stopień długofalowego zaangażowania zarządców aglomeracji w stworzenie odpowiednich warunków do rozwoju turystyki biznesowej oraz stosowanie dobrych praktyk, może być istotnym czynnikiem wpływającym na decyzję organizatorów MICE i ich klientów o wyborze miejsca realizacji wydarzenia, konferencji czy kongresu. Artykuł ma charakter przeglądowy i do jego przygotowania wykorzystano następujące źródła: oficjalne strony www aglomeracji skierowane do sektora MICE, raporty, wytyczne działań i strategie biznesowe realizowane przez te miasta, materiały promocyjne itp.

Przedstawione przykłady zarówno działań podejmowanych w wybranych aglomeracjach z ofertą biznesową, jak i organizatorów turystyki biznesowej, mogą być znakomitymi przykładami do naśladowania dla miast w Polsce, w zakresie podnoszenia atrakcyjności biznesowej swych destynacji.

**Słowa kluczowe:** turystyka biznesowa, rynek MICE, aglomeracje

## Notatki

---

---

---

---

---

---

---

---

**dr Agnieszka Gawlik**

Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, WE w Opolu  
agnieszka.gawlik@opole.merito.pl

**mgr Marcin Makówka**

Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, WE w Opolu  
marcin.makowka@opole.merito.pl

## **Wykorzystanie nowoczesnych technologii w zarządzaniu aktywnością fizyczną młodzieży**

Niniejszy artykuł ma na celu identyfikację i ocenę wpływu nowoczesnych technologii na aktywność fizyczną młodzieży miejskiej. W dobie dynamicznego rozwoju technologii, młodzież spędza coraz więcej czasu korzystając z urządzeń elektronicznych i komputerów. Jednakże, istnieją sposoby, w jakie nowoczesne technologie mogą być wykorzystane do zachęcenia młodszych pokoleń do aktywności fizycznej i zdrowego stylu życia.

W artykule zostaną przedstawione wybrane nowoczesne technologie, takie jak aplikacje mobilne, gry wirtualne, rzeczywistość rozszerzona i monitorowanie zdrowia wraz z ich korzyściami i wyzwaniem. Zostaną również zaprezentowane wyniki badań własnych, dotyczących wykorzystania nowoczesnych technologii przez młodzież do monitorowania aktywności fizycznej.

Wnioski z artykułu pozwalają na lepsze zrozumienie roli nowoczesnych technologii w kształtowaniu aktywności fizycznej młodzieży w dzisiejszym świecie, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które zachęcają do jej uprawiania. Opracowanie to ma na celu dostarczenie wskazówek





**Julia Haremza**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

**dr hab. Piotr Zmysłony, prof. UE**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

piotr.zmyslony@ue.poznan.pl

## **Strategie przedsiębiorstw turystycznych zlokalizowanych przy Starym Rynku w Poznaniu w czasie remontu jego nawierzchni**

Lokalizacja stanowi kluczowy czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw turystycznych funkcjonujących w regionie turystycznym. Ich działalność cechuje się zatem wysoką koncentracją przestrzenną. W przypadku lokalnych przedsiębiorstw należących do sektora MŚP bezpośrednie sąsiedztwo najbardziej popularnych atrakcji całkowicie determinuje ich funkcjonowanie. To uzależnienie stanowi wyzwanie strategiczne w obliczu czasowego ograniczenia dostępności tych atrakcji.

Celem artykułu jest identyfikacja strategii kryzysowych przedsiębiorstw turystycznych zlokalizowanych przy Starym Rynku w Poznaniu w czasie remontu jego nawierzchni trwającej od 2021 roku do czasu obecnego. Badanie oparto o źródła pierwotne w formie częściowo ustrukturyzowanych wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z ośmioma przedsiębiorcami prowadzącymi działalność przy Starym Rynku. Wykorzystano także źródła wtórne w formie oficjalnych informacji Urzędu Miasta Poznania dotyczących inwestycji oraz artykułów w prasie lokalnej relacjonujących proces inwestycyjny. Rezultaty badań



**dr hab. Joanna Kizielewicz, prof. UMG**

Wydział Zarządzania i Nauk o Jakości

Uniwersytet Morski w Gdyni

j.kizielewicz@wznj.umg.edu.pl

## **Nadmierna turystyka i zrównoważony rozwój w najpopularniejszych miejscach rejsów wycieczkowych**

Koncerny morskiej żeglugi wycieczkowej stoją obecnie przed poważnym wyzwaniem związanym z nasilającymi się negatywnymi nastrojami pojawiającymi się wśród społeczności lokalnych w miejscowościach stanowiących wiodące turystyczne destynacje morskie w Europie, jak np. Wenecji, Barcelonie, Marsylii czy np. w Dubrowniku i in. Setki tysięcy turystów dowożonych do centrów miast powodują negatywne skutki charakterystyczne dla zjawiska *overtourismu*. Silniki statków zacumowanych przy nabrzeżach nieopodal zabytkowych centrów miast wywołują uciążliwe drgania oraz zanieczyszczenie środowiska. Pasażerowie statków powodują zatłoczenie miasta, korki komunikacyjne, zaśmiecanie i hałas. A na dodatek polityka koncernów wycieczkowych doprowadziła do tego, że usługi noclegowe i żywieniowe świadczone są pasażerom na pokładach statków, co powoduje, że nie wydają oni zbyt wiele podczas zwiedzania miejscowości nadmorskich. Głównymi beneficjentami korzystającymi z faktu obsługi statków wycieczkowych w miejscowościach nadmorskich są zarządy portów pobierające opłaty portowe oraz organizatorzy wycieczek, głównie biura turystyczne oraz indywidualni przewodnicy. Trzeba podkreślić, że sytuacja ta dotyczy głównie portów tzw. przystankowych, tj. odwiedzanych na trasach rejsów. Sytuacja wygląda

inaczej w portach bazowych, skąd statki rozpoczynają i kończą rejsy. Ta grupa portów nie stanowi przedmiotu analizy w tym artykule. Celem artykułu jest wskazanie rozwiązań wprowadzanych w czołowych destynacjach nadmorskich w Europie w odpowiedzi na rosnące niezadowolenie społeczności lokalnych związanych z *overtourismem* spowodowanym przez koncerny żeglugi wycieczkowej. Postawiono również następujące pytania badawcze, tj.: (1) Jakie skutki dla społeczności lokalnych powoduje rozwój rynku morskiej żeglugi wycieczkowej?, (2) Jakie działania w zakresie ograniczania zjawiska *overtourismu* podejmowane są przez władze samorządowe czołowych nadmorskich destynacji turystycznych w regionie Morza Śródziemnego?, (3) Jaka jest odpowiedź koncernów morskiej żeglugi wycieczkowej na ograniczenia w dostępie do czołowych nadmorskich destynacji turystycznych? W pracy wykorzystano metody badań jakościowych, w tym metodę badań eksploracyjnych, metodę analizy studiów przypadków oraz metodę analizy porównawczej i krytycznej materiałów zastanych. Wyniki badań stanowią ciekawy przykład radzenia sobie ze zjawiskiem *overtourismu* dla innych samorządów turystycznych miejscowości nadmorskich.

**Słowa kluczowe:** zrównoważony rozwój, rejsy wycieczkowe, *overtourism*, badania eksploracyjne

## Notatki

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**dr hab. Beata Pluta, prof. AWF**

Zakład Metodyki Rekreacji  
Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu  
bpluta@awf.poznan.pl

**Maria Korbik, Nikola Świdzińska**

Studenckie Koło Naukowe Animacji Czasu Wolnego,  
Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

## Gra miejska „POZNAJ Poznań” jako forma aktywizacji społeczności lokalnych

Gry miejskie są formą rozrywki i aktywnego spędzania wolnego czasu, a osadzone w nurcie *edutainment*, czyli nauczania przez zabawę i rozrywkę, mają także nieocenione walory edukacyjne dla każdej grupy wiekowej. Formuła gry miejskiej łączy umiejętności praktyczne z wiedzą teoretyczną uczestników. Założeniem organizacji tego typu imprez jest wykorzystanie przestrzeni miejskiej jako elementu gry, co pozwala na poznawanie i odkrywanie miasta, w którym gra ta się toczy. Tematyką mogą być wydarzenia historyczne, zagadnienia literackie, turystyczne, kulinarne, problemy związane z dziejami regionu. Z coraz większą liczbą gier miejskich realizowanych w Polsce nie idzie jednak w parze wzrost świadomości turystów o możliwości skorzystania z takiej formy poznawania przestrzeni miejskiej.

Celem doniesienia jest przedstawienie autorskiej propozycji gry miejskiej „POZNAJ Poznań”. Gra ta może być kolejną ciekawą i innowacyjną ofertą poznawania miasta, traktowanego jako dziedzictwo kulturowe oraz propozycją spędzenia czasu w aktywny sposób w przestrzeni miej-



**dr Aleksandra Korpysz-Wiśniewska**

Wydział Geografii i Studiów Regionalnych

Uniwersytet Warszawski

aleksandra.korpysz@uw.edu.pl

## **Turystyka literacka jako forma turystyki zrównoważonej w miastach**

Turystyka zrównoważona, szczególnie w potocznym rozumieniu, przywodzi na myśl przede wszystkim obszary o znaczących walorach przyrodniczych. Coraz częściej mówi się o niej jednak także w odniesieniu do terenów zurbanizowanych. Proponowane wystąpienie dotyczyć będzie niewielkiego wycinka turystyki w miastach, jakim jest turystyka literacka. Forma ta przez większość badaczy zaliczana jest do turystyki kulturowej, która, jak wskazuje Andrzej Kowalczyk, stanowi (obok turystyki przyrodniczej) „drugą z integralnych części turystyki zrównoważonej”. Prelegentka rozważy, w jakim stopniu podróżowanie literackimi tropami wpisuje się w założenia turystyki zrównoważonej oraz czy ta forma może przyczynić się do bardziej zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarach miejskich w wymiarze lokalnym i regionalnym.

**Słowa kluczowe:** turystyka literacka, turystyka zrównoważona

### **Notatki**

---

---

---

---





**dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. AWF**

Wydział Turystyki i Rekreacji  
Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie  
zygmunt.kruczek@awf.krakow.pl

## **Dostępność atrakcji turystycznych Krakowa dla osób z niepełnosprawnościami**

Celem pracy jest ocena dostępności dla osób niepełnosprawnych flagowych atrakcji turystycznych zlokalizowanych w Krakowie, mieście o bogatym dziedzictwie historycznym, wpisanym już w 1978 r. na pierwszą Listę Światowego Dziedzictwa Kultury i Natury UNESCO. W 2010 r. Kraków został wyróżniony w pierwszym konkursie organizowanym przez Unię Europejską dla miast dostępnych dla osób niepełnosprawnych i osób starszych tytułem - Access City Award. Przeprowadzone badania pokazują w jakim stopniu atrakcje Krakowa, głównie muzea, są przystosowane do przyjęcia odwiedzających z ograniczoną mobilnością ruchową, z upośledzeniem wzroku i słuchu, niepełnosprawnych umysłowo oraz seniorów, rodzin z małymi dziećmi, kobiet w ciąży i osób z ograniczeniami dietetycznymi. Zbadano dostępność 50 atrakcji wykorzystując semi-strukturalny kwestionariusz wywiadu. Dokonano również oceny dostępu do informacji zarówno cyfrowych jak i analogowych na temat udogodnień zwiedzania oraz możliwości wirtualnego zapoznania się ze zbiorami muzeum.

**Słowa kluczowe:** dostępność, atrakcje, osoba niepełnosprawna, Kraków

**Notatki**

---

---



dr Piotr Majdak

Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

e-mail: piotr.majdak@awf.edu.pl

## **Overotourism w polskiej przestrzeni turystycznej: zagadnienia metodologiczne i koncepcja badań**

Zgodnie z definicją podawaną przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), zjawisko *overtourismu* odnosi się do sytuacji, w których „oddziaływanie turystyki na miejsce docelowe lub jego części, bardzo negatywnie wpływa na postrzeganą jakość życia obywateli i/lub jakość doświadczeń odwiedzających”. Oddziaływanie „nadmiernej turystyki” jest jednak znacznie szersze, bowiem pod jej wpływem „zachwianiu ulegać mogą nie tylko relacje społeczne, ale także rozmaite sfery funkcjonowania środowiska przyrodniczego, kulturowego czy gospodarczego danego obszaru”.

Powyższe definicje wskazują, że *overtourism* traktować należy jako zjawisko bardzo złożone, a przy próbach jego kwantyfikowania i opisu zasadne wydaje się stosowanie rozmaitych metod i podejść badawczych.

W ślad za tym prezentowane rozważania ogniskują się wokół dwóch grup zagadnień: pierwsza grupa stanowi analizę ram teoretycznych zjawiska *nadmiernej turystyki* oraz prezentuje przykłady rozwiązań krajowych i zagranicznych, które służą minimalizowaniu negatywnych skutków *overtourismu*. Druga grupa zagadnień odnosi się do zagadnień metodologicznych oraz prezentuje autorską koncepcję badań pozwalających na identyfikację i opis zjawisk związanych z problematyką *overtourismu* w odniesieniu do polskiej przestrzeni turystycznej.



**dr Aleksandra Mroczek-Żulicka**

Instytut Geografii Miast i Turyzmu  
Uniwersytet Łódzki  
aleksandra.mroczek@geo.uni.lodz.pl

**dr Justyna Mokras-Grabowska**

Instytut Geografii Miast i Turyzmu  
Uniwersytet Łódzki  
justyna.grabowska@geo.uni.lodz.pl

## **Niekonwencjonalne działania przewodników miejskich w postindustrialnej przestrzeni Łodzi**

Łódź jako miasto o postindustrialnym dziedzictwie kulturowym sięgającym rozwoju przemysłu włókienniczego na początku XIX w., aktualnie posiada trudny do wykorzystania potencjał do rozwoju rekreacji miejskiej i turystyki. Zaniebane, zdemolowane przestrzenie poprzemysłowe poddawane są obecnie procesom rewitalizacji i estetyzacji i stanowią tym samym nietypową atrakcję, dającą możliwość wielu interpretacji nieoczywistej tkanki miejskiej. Potencjał Łodzi, poprzez swój nietypowy charakter, staje się unikalnym produktem turystycznym oferowanym coraz częściej przez miejskich przewodników. Kreowana przez nich oferta staje się ponadto cennym zasobem tożsamościowym miasta, coraz częściej docenianym przez samych mieszkańców, którzy stają się tzw. turystami we własnym mieście. Celem głównym prezentacji jest analiza działalności łódzkich przewodników miejskich, podejmujących niekonwencjonalne działania w przestrzeni miejskiej, skierowane zarówno do mieszkańców, jak do i odwiedzających. Omówione zostaną m.in. następujące kwestie: kreatywne działania podejmowane przez przewodników



**Solomiia Nemchuk**

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
nemchuk148@gmail.com

**Wiktoria Piotrowska**

Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
wiktoria19123123@gmail.com

## **Dostępność wybranych atrakcji turystycznych i rekreacyjnych w Poznaniu dla osób słabowidzących i niewidomych**

Artykuł skupia się na dwóch ważnych aspektach, takich jak dostępność obiektów turystycznych i rekreacyjnych dla osób z dysfunkcją wzroku oraz potrzebach i możliwościach takich osób. Temat ten został wybrany ze względu na rosnącą liczbę turystów, w tym osób z różnego rodzaju niepełnosprawnością. Autorki zwracają uwagę na znikomą liczbę publikacji oraz materiałów na temat dostępności obiektów. Jedną z autorek jest osoba z widzeniem tunelowym i na co dzień przekonuje się, jak wiele barier do pokonania ma osoba z niepełnosprawnością, która porusza się po Poznaniu i stara się być samodzielną. Celem tego artykułu jest ukazanie stanu faktycznego dostosowań dla osób słabowidzących i niewidomych w wybranych obiektach turystycznych i rekreacyjnych w Poznaniu oraz zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat potrzeb takich osób. Tekst powstał na podstawie pracy licencjackiej absolwentek Uniwersytetu WSB Merito w Poznaniu, która nosi tytuł „Dostępność wybranych atrakcji turystycznych i rekreacyjnych w Poznaniu dla osób słabowidzących i niewidomych”. Publikacja ta opiera się na badaniach





**dr hab. Agnieszka Niezgoda, prof. UEP**

Instytut Gospodarki Międzynrodowej  
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu  
agnieszka.niezgoda@ue.poznan.pl

**dr Ewa Markiewicz**

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
ewa.markiewicz@amu.edu.pl

## **Rola tożsamości lokalnej w osiągnięciu celów turystyki zrównoważonej (przykład pokolenia Z)**

Tożsamość lokalna sprzyja podtrzymaniu regionalnych tradycji i zwyczajów, ma zatem wpływ atrakcyjność turystyczną i wpisuje się w cele turystyki zrównoważonej. Jednocześnie tożsamość może wpływać na nastawienie mieszkańców do turystów. Szczególnie dotyczy to młodego pokolenia, które w przyszłości wejdzie na rynek pracy w turystyce.

Celem artykułu jest pokazanie przywiązania osób z pokolenia Z do miejsca zamieszkania, poczucia zadowolenia z zamieszkiwania i stosunek do turystów. Interesujące jest zbadanie nastawienia osób pochodzących z miejsc o różnej atrakcyjności, ale zainteresowanych w pracą w turystyce.

Przeprowadzono jakościowe badanie empiryczne (badanie focusowe) obejmujące studentów reprezentujących trzy polskie uczelnie zajmujące się turystyką (Poznań). Zastosowano autorską modyfikację Skali Przywiązania do Miejsca i Skali Tożsamości Terytorialnej. Wyniki wykazały, że młodzi ludzie mają poczucie tożsamości lokalnej, są przywiązani do miejsca zamieszkania bez związku z typem miejsca zamieszkania.



**dr Barbara Osóch**

Instytut Gospodarki Przestrzennej i Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytet Szczeciński  
barbara.osoch@usz.edu.pl

## **Wybrane formy turystyki aktywnej jako sposób odkrywania walorów turystycznych miasta Szczecin**

Miejskie obszary turystyczne, mają przeważnie charakter wielofunkcyjny. Turystyka jest tylko jedną z wielu ich pełnionych funkcji. Szczecin jest miastem, którego wyróżnikiem na tle innych miast Polski są obszary wodne i zielone w powierzchni miejskiej (odpowiednio 25% i 20%). Mogą one stanowić podstawę dla kreowania niestandardowych dla miast form aktywności z zakresu plenerowej turystyki aktywnej. Turystyka aktywna rozumiana jako forma turystyki, w której dominującym elementem wyjazdu jest – niezależnie od czasu jego trwania – podejmowanie szczególnego rodzaju aktywności rekreacyjnej lub hobbystycznej. Mimo że uznawana jest w literaturze przedmiotu za formę łagodniejszą i jest adresowana do szerszego kręgu odbiorców, często podkreśla się w niej zarówno aktywność fizyczną, jak i intelektualną. Celem opracowania jest identyfikacja dominujących form turystyki aktywnej, mających miejsce w zróżnicowanej przestrzeni miejskiej Szczecina.

**Słowa kluczowe:** Szczecin, turystyka plenerowa

**Notatki**

---

---



**dr Edyta Pijet-Migoń**

Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu

edyta.pijet-migon@wsb.wroclaw.pl

## **Działalność edukacyjna portów lotniczych elementem strategii Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR)**

Pomiędzy rozwojem transportu lotniczego, wzrostem jego dostępności, w tym dostępności cenowej, a wzrostem ruchu turystycznego w aglomeracjach zachodzi efekt synergii. Wzrost liczby oferowanych połączeń, zwłaszcza przez przewoźników niskokosztowych wpływa na rozwój turystyki zarówno wyjazdowej, jak i przyjazdowej. Porty lotnicze kojarzą się przede wszystkim z miejscami rozpoczęcia i zakończenia podróży, gdyż oczywiście funkcja transportowa jest ich funkcją podstawową, ale często pełnią jeszcze dodatkowe funkcje, także w turystyce i edukacji. Od początku narodzin transportu lotniczego porty lotnicze były swoistymi atrakcjami turystycznymi. Przyciągały zarówno dorosłych miłośników awiacji, jak dzieci i młodzież marzące o lataniu. Od wielu lat wycieczki szkolne i przedszkolne na lotniska cieszyły się dużą popularnością. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom wiele portów lotniczych oferuje zorganizowane grupowe wycieczki po terenie lotniska, które umożliwiają zapoznanie się z jego funkcjonowaniem „od kuchni”, organizuje wystawy o tematyce lotniczej, udostępnia tarasy widokowe lub tzw. górki spottera dla miłośników fotografii lotniczej. Niektóre porty lotnicze poszły nawet krok dalej tworząc centra edukacji lotniczej, w których odwiedzający mogą nie tylko poznać tajniki latania, zasady funkcjonowania portów lotniczych i dowiedzieć się jak przebiega tzw. ścieżką pasażera na



**dr hab. Beata Pluta, prof. AWF**

Department of Recreation  
Poznan University of Physical Education  
e-mail: bpluta@awf.poznan.pl

## **Application of the Core and Balance Model (CBM) to the study of the distribution of family leisure in the example of the Greater Poland**

Over the past several decades, leisure scholars have learned much about how leisure affects families, and other disciplines have examined the effect of daily activities and free time on families. Leisure is an essential source of family cohesion where the family is the first and the most important educational environment for parents and children.

One of the most common approaches to monitoring and analysing family leisure behaviour widely described in the scientific literature is one created in the United States, though little applied in Poland: the Core and Balance Model of Family Leisure Functioning (CBM). As Townsend et al. (2017) said, the CBM is grounded in the Family Systems Theory (described by Broderick, 1993) and includes elements of the Circumplex Model of Marital and Family Systems (Olson, 2000). CBM model suggests that family leisure is positively associated with family health and function by providing leisure experiences that meet the family's needs to simultaneously have stability and change (Zabriskie & McCormick, 2001). This model recognises two types of family leisure: core and balance, which families use in their leisure activities to meet their needs for both stability and change.





**Weronika Smolińska**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

82916@student.ue.poznan.pl

## **Miasto turystyczne dobre dla mieszkańców - w poszukiwaniu optymalnego momentu i sposobów interwencji wobec *overtourismu***

Narastające napięcia społeczne w związku z przeciążeniem miast ruchem turystycznym (*overtourism*), a także brak skuteczności ograniczeń w tym zakresie nakładanych przez organizacje zarządzające turystyką (DMO) prowadzą do pytania o znaczenie potrzeb rezydentów w budowaniu strategii zrównoważonego rozwoju. W oparciu o miękkie wskaźniki oraz działania uświadamiające potrzeby interesariuszy rozwoju turystyki w mieście podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób można pogodzić sprzeczne potrzeby różnych grup mieszkańców. W badaniu posłużono się analizą źródeł wtórnych w celu określenia sposobów oraz „optymalnego” w różnych uwarunkowaniach momentu interwencji organizacji zarządzających turystyką w mieście wobec zjawiska *overtourismu*, a także poddano ocenie skuteczność działań europejskich DMO.

**Słowa kluczowe:** *overtourism*, zrównoważony rozwój

### **Notatki**

---

---

---

---



**mgr Łukasz Szal**

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
lukasz.szal@amu.edu.pl

## **Ocena jakościowa obiektów Szlaku Piastowskiego na terenie aglomeracji poznańskiej**

Publikacja dotyczy oceny jakościowej obiektów na szlaku turystycznym, skupiając się na studium przypadku jakim jest Szlak Piastowski w aglomeracji poznańskiej. Turystom oraz właścicielom obiektów na szlaku przekazano kwestionariusz zawierający zestaw stwierdzeń w skali od 1 do 5, z prośbą o ocenę w ośmiu obszarach jakości: Infrastruktura materialna, Rzetelność, Reagowanie na potrzeby klienta, Pewność, Empatia, Satysfakcja, Wartość i Zachowania po wizycie.

Poprzez przeprowadzone badania wśród zarówno turystów, jak i gestorów obiektów na szlaku, ujawniono zróżnicowanie jakości usług w poszczególnych placówkach w aglomeracji poznańskiej. Dokonano także oceny jakości, która dostarczyła wiedzę w zakresie pozytywnych jej aspektów, a także wykazała konieczność poprawy jakości w wielu miejscach, które otrzymały niższe oceny. Przedstawiono również rekomendacje mające na celu poprawę jakości usług w sektorze turystycznym na tym obszarze.

**Słowa kluczowe:** ocena jakościowa, szlak turystyczny, jakość usług, usługi turystyczne, aglomeracja poznańska

**Notatki**

---



---

**dr hab. Joanna Szczepankiewicz-Battek, prof. UWSB Merito**

Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu

joanna.szczepankiewicz-battek@wroclaw.merito.pl

## **Karty turystyczne jako element promocji turystyki w aglomeracji – na przykładzie Berlina**

Karty turystyczne są bardzo popularną formą promocji turystycznej miast i regionów w całej Europie środkowo-zachodniej, szczególnie popularne są od wielu lat w Niemczech, Austrii, krajach Beneluxu. Oferują one turystom za zryczałtowaną opłatą m.in. darmowe korzystanie z komunikacji publicznej, bezpłatny – lub ze znaczną zniżką – wstęp do muzeów i innych atrakcji, w wielu przypadkach także zniżki w placówkach gastronomicznych lub rabaty na zakupy w sklepach z pamiątkami, sprzętem turystycznym lub wręcz w wielu centrach handlowych. Karty te dostępne są zwykle w różnych wariantach czasowych (od 24 godzin do 7 dni), szczegóły oferty mogą różnić się w zależności od kraju, miasta czy regionu. Jednym z wielkich miast Europy, w którym oferta kart turystycznych jest bardzo różnorodna, jest Berlin. W referacie zaprezentowana zostanie szczegółowa analiza tej oferty.

**Słowa kluczowe:** karty turystyczne, Berlin, promocja turystyki

### **Notatki**

---

---

---

---



**dr Katarzyna Trybuś-Borowiecka**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

katarzyna.trybus-borowiecka@ue.wroc.pl

## **Wpływ inflacji na zachowanie turystyczne mieszkańców Wrocławia**

Każdy człowiek niezależnie od wieku, stanu zdrowia, pozycji społecznej, sytuacji ekonomicznej odczuwa potrzebę wyjazdu w celach turystycznych poza miejsce swojego stałego pobytu. Celem przeprowadzonego przez autora badania była ocena wpływu inflacji na zachowania turystyczne mieszkańców Wrocławia. Realizacji celu posłużyła kwerenda literatury przedmiotu oraz analiza wyników badań ankietowych (badania ilościowe, losowa metoda doboru próby) na grupie 300 respondentów - mieszkańców Wrocławia, będących konsumentami na rynku turystycznym.

**Słowa kluczowe:** Wrocław, inflacja, badania ankietowe, zachowania turystyczne

### **Notatki**

---

---

---

---

---

---

---

---





**dr Sandra Wajchman-Świtalska, prof. UAM**

Katedra Urządzania Lasu  
Wydział Leśny i Technologii Drewna,  
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu,  
sandra.switalska@up.poznan.pl

**dr hab. Alina Zajadacz, prof. UAM**

Katedra Turystyki i Rekreacji  
Wydział Nauk Geograficznych i Geologicznych  
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu  
alina@amu.edu.pl

## **Urban Green Spaces w kontekście „miejskich wysp rekreacji”**

Celem prezentacji jest przedstawienie wybranych uwarunkowań społecznych zagospodarowania rekreacyjnego miejskich przestrzeni zielonych (*Urban Green Spaces* - UGS) oraz propozycji ich aranżacji z uwzględnieniem zasad uniwersalnego projektowania, w powiązaniu z prognozami demograficznymi (tj. wzrost udziału osób starszych oraz z niepełnosprawnościami w społeczeństwie, Eurostat 2022). UGS to fragmenty miejskich terenów, porośnięte roślinnością, pełniące zróżnicowane funkcje w systemie środowiska geograficznego. Należą do nich m.in. parki miejskie, ogrody, użytki zielone, lasy, zieleń uliczna czy „zielone dachy”. W kontekście rekreacyjnym UGS są przedmiotem zainteresowania mieszkańców miast przede wszystkim ze względu na regeneracyjne oddziaływanie przyrody, bliskość w stosunku do miejsca zamieszkania, a także dostępność komunikacyjną oraz ekonomiczną (często bezkosztowe użytkowanie). W prezentacji omówione zostaną m.in. motywy



**Katarzyna Welnic**

Uniwersytet WSB Merito Poznań

k.wenic@gmail.com

**Łukasz Urbańczyk**

Uniwersytet WSB Merito Poznań

## Turystyka i rekreacja osób w wieku senioralnym

Celem artykułu jest analiza oferty turystyczno-rekreacyjnej skierowanej do osób w wieku senioralnym w trzech aglomeracjach: poznańskiej, wrocławskiej i szczecińskiej oraz określenie potrzeb i poziomu zainteresowania tymi ofertami wśród seniorów.

Turystyka i rekreacja to rozrywka i relaks oraz bardzo ważna forma utrzymywania dobrej kondycji fizycznej, psychicznej i społecznej. Starzenie się jest procesem nieuniknionym, nieodwracalnym i dotyczy każdego człowieka. Starzenie się uwarunkowane jest biologicznie poprzez czynniki genetyczne oraz procesy fizjologiczne odbywające się na poziomie komórki, tkanki i narządu, ale istotny wpływ mają również czynniki społeczne i psychologiczne, wpływające na osobowość człowieka oraz jego życie emocjonalne i duchowe.

Jedną z funkcji turystyki jest funkcja zdrowotna, która ma na celu poprawę kondycji zdrowotnej, dyspozycji fizycznej i psychicznej a także redukcję negatywnych skutków cywilizacyjnych. Odpowiednio dobrane formy turystyki i rekreacji mają doskonałe działanie spowalniające proces starzenia. Te formy aktywności mogą łagodzić następstwa starzenia się, a także podnosić samoocenę i poczucie bycia pełnowartościowym w społeczeństwie.

Artykuł przedstawia wstępne wyniki badań pilotażowych, które wykazały, że osoby w wieku senioralnym wiedzą jakie korzyści może przynieść im uprawianie turystyki i rekreacji, ale nie do końca znają oferty turystyczne i rekreacyjne ukierunkowane na osoby w tym wieku. Wstępne badania wykazały również, że Seniorzy mają dużą potrzebę uprawiania turystyki i rekreacji jednak są czynniki, które sporej grupie to uniemożliwiają, są to m.in.: brak wiary w swoje możliwości, stan psychospołeczny oraz sytuacja materialna.

Wykonana analiza stanu faktycznego oferty turystycznej i rekreacyjnej ukierunkowanej na osoby w wieku senioralnym, w aglomeracjach: wrocławskiej, poznańskiej i szczecińskiej pokazała, że taka oferta dostępna jest w każdej z wymienionych aglomeracji.

Badania pilotażowe zostały wykonane metodą swobodnego wywiadu. Wywiad przeprowadzony został na grupie 130 seniorów w wieku 65-95 lat. Analiza badań pokazuje, że osoby w wieku senioralnym chętniej uprawiają turystykę i rekreację w grupie osób w podobnym wieku, które dobrze znają. Wypowiedzi respondentów wskazują na fakt, że oczekują przygotowanej oferty turystyki i rekreacji, ponieważ czują się nieporadni w samodzielnej organizacji czy szukaniu ofert. Ponadto, większość respondentów obawia się, że nie potrafi odpowiednio weryfikować ofert, a tym samym mogą paść ofiarami oszustów.

Rozpoczęte badania będą prowadzone nadal i będą poszerzone o to, jak aktywność fizyczna wpływa na proces pomyślnego starzenia.

**Słowa kluczowe:** turystyka osób starszych, seniorzy

## Notatki

---

---

---

---

---

**dr hab. Beata Meyer, prof. US**

Instytut Gospodarki Przestrzennej  
i Geografii Społeczno-Ekonomicznej

Uniwersytet Szczeciński

beata.meyer@usz.edu.pl

**mgr Aleksandra Werner**

Szkoła Doktorska Uniwersytetu Szczecińskiego

## Turystyka dostępna – teoria a praktyka

„Turystyka dostępna” jest w literaturze przedmiotu łączona przez niektórych badaczy z „turystyką włączającą” oraz z „turystyką dla wszystkich”. Jako synonimów badacze tematu używają również wyrażeń „turystyka osób z niepełnosprawnościami”, „wolna od barier” czy „turystyka łatwego dostępu”. Inni badacze natomiast wyodrębniają „turystykę dostępną” od pozostałych form „turystyki dla wszystkich”. Bez względu jednak na problemy terminologiczne, liczba osób ze szczególnymi potrzebami na świecie stale rośnie. Jednakże ich udział w aktywności turystycznej napotyka na wiele zróżnicowanych barier pojawiających się na różnych płaszczyznach. Proces ich minimalizacji lub całkowitej likwidacji przyczynia się jednocześnie do podniesienia poziomu życia mieszkańców obszarów turystycznych. Istotne jest więc podejmowanie tego typu inicjatyw w aglomeracjach miejskich, które są jednymi z najczęściej wybieranych destynacji turystycznych.

Ocena programów i projektów z zakresu turystyki skierowanych do osób z niepełnosprawnościami realizowanych na terenie Szczecina. Celem dodatkowym jest próba usystematyzowania terminologii stosowanej w kontekście turystyki osób z niepełnosprawnościami.

Krytyczna analiza literatury naukowej z zakresu turystyki osób z niepełnosprawnościami, turystyki dostępnej, turystyki dla wszystkich, turystyki włączającej (inkluzyjnej), srebrnej turystyki i aktów prawnych związanych z dostępnością a także eksploracja Internetu oraz metoda sondażowa przy wykorzystaniu ankiety *online* (N=305, okres 2020-2021, obszar Szczecin).

„Turystyka dla wszystkich” ma nadrzędne znaczenie w porównaniu do innych rodzajów turystyki, szczególnie uwzględniając osoby ze szczególnymi potrzebami. Dlatego istnieje potrzeba wyróżnienia form turystyki, które skupiają się na uwzględnieniu osób ze szczególnymi potrzebami jako konsumentów, takich jak turystyka: dostępna, włączająca, społeczna i srebrna. W ramach kreowania wizerunku miast jako *disabled friendly* inicjowane są różne programy i projekty wspierające osoby ze szczególnymi potrzebami. W Szczecinie mieszkańcy oraz osoby spoza miasta, ale je znające, w zdecydowanej większości nie dostrzegają takich działań.

Pomimo pewnych wspólnych celów, takich jak zwiększenie dostępności turystyki i jej integracji, turystyka społeczna, turystyka włączająca, turystyka seniorów i turystyka dostępna mają swoje unikalne obszary koncentracji i grupy docelowe. Turystyka seniorów koncentruje się na podróżach dostosowanych do preferencji i możliwości starszych podróżnych. Turystyka społeczna ma na celu zapewnienie dostępu do doświadczeń turystycznych osobom napotyającym bariery finansowe lub inne. Turystyka włączająca dąży do udostępnienia doświadczeń turystycznych i miejsc docelowych dla wszystkich, niezależnie od pochodzenia czy umiejętności, podczas gdy turystyka dostępna skupia się szczególnie na osobach z niepełnosprawnościami i ze szczególnymi potrzebami. W badaniach sondażowych średnio dwóch na trzech ankietowanych z grupy osób z niepełnosprawnościami, odpowiedziało, że nie zauważa żadnych projektów i programów kreowanych i wprowadzanych w życie dla nich w Szczecinie. Oznacza to, że w ich opinii Szczecin nie jest miastem przyjaznym osobom z niepełnosprawnościami.







**dr hab. Dariusz Jacek Olszewski-Strzyżowski, prof. AWFIS**

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

**mgr Piotr Żółtowski**

Instytut Turystyki SGTiH Vistula

ekoturyzm@ekoturizm.pl

## **Możliwości rozwoju potencjału miast leżących na obszarach metropolitalnych w Polsce poprzez rozwój i wykorzystanie produktów turystycznych – wybrane przykłady**

Polityka spójności jest główną polityką inwestycyjną Unii Europejskiej. Dzięki realizacji tej polityki regiony oraz miasta położone w krajach członkowskich UE mogą pozyskiwać fundusze niezbędne do rozwoju gospodarczego, tworzenia miejsc pracy, prowadzenia działań na rzecz podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw, zrównoważonego rozwoju, ochrony środowiska, oraz budowania, jak i rozwoju swojego potencjału turystycznego (oferowanego zwłaszcza mieszkańcom). W Umowie Partnerstwa dla realizacji polityki spójności 2021-2027 zawartej pomiędzy Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Komisją Europejską założono, iż co najmniej 8% alokacji Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego będzie przeznaczona na zrównoważony rozwój polskich miejskich obszarów funkcjonalnych, czyli obszarów metropolitalnych składających się z centrum w postaci pojedynczego miasta lub aglomeracji miejskiej oraz z peryferii w postaci sąsiednich gmin. Pozyskiwanie funduszy europejskich na rozwój obszarów metropolitalnych uzależnione jest od spełnienia szeregu warunków formalnych określonych przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, do których należy m.in. powołanie partnerstwa

przez miasta oraz otaczające jednostki samorządu terytorialnego oraz opracowanie strategii identyfikującej problemy oraz określającej kierunki interwencji (zwanej strategią Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych). Do głównych cech charakteryzujących w/w obszary zaliczyć można zwłaszcza m.in.: otwarte i kreatywne lokalne społeczeństwo, ofertę dostępną do wysokiej jakości zróżnicowanych usług publicznych, zrównoważoną infrastrukturę, dostępność komunikacyjną, dostępność do innowacji, wiedzy i biznesu, warunki do rozwijania potencjału turystycznego itp.

Celem artykułu jest rozpoznanie, czy dotychczasowe działania wybranych polskich obszarów metropolitalnych koncentrowały się na prowadzeniu współpracy samorządów lokalnych w zakresie rozwoju wspólnego produktu turystycznego. W związku z powyższym autorzy zadają następujące pytania badawcze:

1. Czy w strategiach Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych wybranych obszarów metropolitalnych zawarto zapisy dotyczące nawiązywania współpracy w zakresie kreacji wspólnego produktu turystycznego?
2. Czy w wybranych obszarach metropolitalnych zostały podjęte konkretne działania mające na celu wykreowanie produktów turystycznych łączących walory turystyczne miast oraz ościennych gmin (peryferia)?

W celu uzyskania odpowiedzi na powyższe pytania badawcze autorzy dokonali przeglądu strategii Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych powstałych w okresie obowiązywania perspektywy finansowej Unii Europejskiej 2014-2020 oraz materiałów dotyczących rozwoju turystyki opracowanych przez miasta i gminy wchodzące w skład obszarów metropolitalnych. Do analizy wybrano następujące obszary metropolitarne - miasta: Warszawę, Kraków, Gdańsk - Gdynię - Sopot, Bydgoszcz, Lublin. Ich wybór podyktowany został tym, iż w/w obszary metropolitalne zawiązały formalne partnerstwa, opracowały strategie ZIT oraz realizowały projekty związane z kreacją produktów turystycznych.





**dr hab. Piotr Gryszel, prof. UEW**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
piotr.gryszel@ue.wroc.pl

**dr Piotr Zawadzki**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
piotr.zawadzki@ue.wroc.pl

## **Karkonoska aglomeracja turystyczna. Próba definicji i badania zjawiska**

O aglomeracjach mówi się głównie w odniesieniu do wielkich miast i zespołów miejskich. Funkcje aglomeracji były wielokrotnie badane i opisywane. Często też bada się rozwój turystyki w aglomeracjach. Ale czy można mówić o aglomeracji turystycznej? Czy jakiś region turystyczny można określić mianem aglomeracji. Autorzy dokonali przeglądu definicji i poglądów na temat funkcji aglomeracji. Przeprowadzili badania postrzegania Jeleniej Góry i regionu karkonoskiego wśród mieszkańców i turystów próbując zidentyfikować powiązania funkcjonalne i turystyczne pomiędzy miejscowościami „karkonoskiej aglomeracji turystycznej”.

**Słowa kluczowe:** polityka spójności, UE, obszary metropolitalne, potencjał miast, produkty turystyczne

### **Notatki**

---

---

---

---



