

TURYSTYKA I ROZWÓJ REGIONALNY
TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

WARSAW UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES – SGGW

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

TURYSTYKA I ROZWÓJ REGIONALNY

**Wielowymiarowość rekreacji
i turystyki oraz ich funkcje**

Redakcja naukowa

Agata Balińska, Jan Zawadka

2020

Wydawnictwo SGGW

Rada Programowa

Jarosław Gołębiowski – SGGW w Warszawie
Anna Ivolga – Stavropol State Agrarian University (Rosja)
Vicky Katsoni – University of West Attica (Grecja)
Alina Katunian – Vilniaus Kolegija - University of Applied Sciences (Litwa)
Ivan Mostoviyak – Uman National University of Horticulture (Ukraina)
Lubov Mykhaylova – Sumy National Agrarian University (Ukraina)
Vitaliy Rybchak – Uman National University of Horticulture (Ukraina)
Jan Sikora – Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Izabella Sikorska-Wolak, PSW w Białej Podlaskiej
Olena Slavkova – Sumy National Agrarian University (Ukraina)
Josu Takala – University of Vaasa (Finlandia)
Andrzej Wiatrak – Uniwersytet Warszawski
Brigita Žuromskaite – Mykolas Romeris University (Litwa)

Komitet Redakcyjny

Krystyna Krzyżanowska – redaktor naczelny
Jan Zawadka – sekretarz redakcji
Redaktorzy tematyczni:
Turystyka – Henryk Tracz, Irena Ozimek, Agata Balińska
Doradztwo i przedsiębiorczość – Anna J. Parzonko, Anna Sieczko
Zarządzanie informacją – Joanna Paliszkievicz, Ewa Jaska, Agnieszka Werenowska, Ewa Stawicka
Rozwój regionalny – Zbigniew Brodziński, Iwona Kowalska
Redaktor językowy (język polski) – Agata Cienkusz
Redaktor językowy (język angielski) – Christian Richter
Redaktor statystyczny – Joanna Kisielińska

Recenzenci za rok 2020

Agata Balińska, Wioletta Bieńkowska-Gołasa, Małgorzata Bogusz, Lubov Bozhko, Giedrė Brazduskaitė, Solomiia Fedushko, Magdalena Greczuk, Taras Hutsol, Iryna Ivanowa, Mikołaj Jalinik, Anna Jęczmyk, Oleg Kucher, Mykola Misyuk, Mykhaylo Molovanyi, Ruslan Mudrak, Olena Nepochatenko, Yuliia Nesterchuk, Arkadiusz Niedziółka, Aleksander Panasiuk, Anna J. Parzonko, Andriy Peleshchyn, Nataliia Petrenko, Joanna Pietrzak-Zawadka, Valentyn Polishchuk, Ioulia Poulaki, Liliya Prokopchuk, Fahrur Rozi, Anna Sieczko, Jan Sikora, Inna Tsvihun, Jarosław Uglis, I Gede Dharma Utamayasa, Arkadiusz Weremczuk, Monika Wojcieszak-Zbierska, Jan Zawadka, Brigita Žuromskaitė.

Redakcja

Turystyka i Rozwój Regionalny
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk Ekonomicznych
Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel.: (+48 22) 59 34 151, tel./fax: (+48 22) 59 34 202
e-mail: tirr@sggw.pl

Projekt okładki – Ewa Maj

Wersja papierowa jest wersją pierwotną.

ISSN 2353-9178 e-ISSN 2543-8859
ISBN 978-83-7583-966-1

Wydawnictwo SGGW
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
tel. 22 593 55 20 (-22; -23 – sprzedaż)
e-mail: wydawnictwo@sggw.edu.pl
www.wydawnictwosggw.pl

Druk: ZAPOL Sp.J., al. Piastów 42, 71-062 Szczecin

Spis treści

Contents

Wioletta Bieńkowska-Gołasa, Dominika Nasiadka

Kultura ludowa jako element promocji regionu kurpiowskiego 7
Folk culture as an element of the promotion of the Kurpie region

Tetiana Bilushchak, Sofia Kolos

Functioning of book trailers in the development of literary tourism popularization
in the context of hashtag analysis 19

Agnieszka Bitkowska, Krzysztof Łabędzki

Uwarunkowania dostosowania usług transportu publicznego do potrzeb osób
z niepełnosprawnościami 29
Determinants of public transport services for the needs of persons with
disabilities

Vicky Katsoni, Tilemachos K. Koliopoulos

Innovative Airport Designs' Infrastructures to support an Integrated Sustainable
Tourism Policy for Sustainable Development and Public Health Protection 43

Alina Katunian, Lina Zirnele, Jolita Variakojiene

Theoretical and practical assumptions of the business travel organization.
Lithuanian case 59

Joanna Krupa

Uwarunkowania infrastrukturalne rozwoju fanoturystyki na przykładzie obszaru
województwa dolnośląskiego 67
Infrastructural conditions for the development of fanotourism on the example
of the area of Dolnośląskie voivodship

Krystyna Krzyżanowska, Sławomir Wawrzyniak

Tendencje zmian w zakresie aktywności fizycznej mieszkańców Polski 79
Trends in carrying out physical activities over the years among Poles

Arkadiusz Niedziółka

Współpraca instytucjonalno-sieciowa w rozwoju turystyki na wybranych
obszarach przyrodniczo cennych w Małopolsce 91
Institutional and network cooperation in the development of tourism in selected
valuable natural areas in Malopolska

Czesław Nowak Produkty regionalne i tradycyjne w promocji rozwoju ekonomicznego i zachowaniu dziedzictwa klturowego wsi 103 Regional and traditional products in economic development promotion and rural cultural heritage protection	103
Panji S. Pambudi, Nurhasan, Nining W. Kusnanik Sustainable development of sport tourism in Banyuwangi 117	117
Joanna Pietrzak-Zawadka, Jan Zawadka Edukacyjne i rekreacyjne funkcje leśnych ogrodów botanicznych 127 Educational and recreational functions of forest botanical gardens	127
Sofiia Sokolova Turystyka jako metoda demistyfikacji bezpośredniej 139 Tourism as a method of direct demystification	139
Jan Zawadka, Piotr Gabryjończyk The importance and popularity of tourism among disabled people in Poland 151	151

Wstęp

Turystyka, będąca częścią rekreacji, jest zjawiskiem wielowymiarowym, czego dowodzą między innymi wyniki badań zaprezentowane w niniejszej publikacji. Najczęściej podejmowaną problematyką są tym razem sport i aktywność fizyczna. Z jednej strony rekreacyjne uprawianie sportu poprawia jakość życia ludzi, również osób z niepełnościami. Z drugiej zaś imprezy i wydarzenia sportowe są dobrą okazją do przyciągnięcia turystów i rozwoju fanoturystyki. Oddziaływanie masowych wydarzeń sportowych na środowisko lokalne może być zarówno pozytywne, jak i negatywne. Dlatego konieczne jest wprowadzenie zasad rozwoju zrównoważonego, dzięki któremu uwzględnione będą nie tylko korzyści ekonomiczne, ale również potrzeby społeczności lokalnej i dobro środowiska przyrodniczego. Idea rozwoju zrównoważonego ważna jest również w realizacji usług typowo turystycznych, a szczególnie transportowych. Najbardziej narażone na dysfunkcyjne oddziaływanie turystyki są walory przyrodnicze. Ich właściwe zagospodarowanie, dzięki współpracy poszczególnych interesariuszy, pozwala na realizację nie tylko funkcji wypoczynkowych, ale również poznawczych. Przykładem takiego zagospodarowania są leśne ogrody botaniczne.

Ważnym walorem w turystyce są produkty żywieniowe, szczególnie produkty tradycyjne i regionalne, których rosnąca popularność jest konsekwencją zarówno polityki Unii Europejskiej w tym zakresie, jak i zmian w postawach konsumentów. Zainteresowaniem cieszą się pojedyncze obiekty oraz szlaki turystyczne o tematyce kulinarnej. Kulinaria są też cennym atrybutem budowania wizerunku i promocji całych regionów. Produkty regionalne i tradycyjne są ponadto elementem dziedzictwa kulturowego danego obszaru. Na przykładzie Kurpiowszczyzny wykazano, że kultura ludowa może być ciekawym identyfikatorem regionu wykorzystywanym w jego promocji. Inną ciekawą formą promocji może być literatura piękna. W realizacji funkcji poznawczych turystyki wykorzystuje się nie tylko przyrodę, dziedzictwo kulturowe, ale również literaturę, w tym współczesną. Odpowiedzią na to jest turystyka literacka, która jest dobrym przykładem na pokazanie koegzystencji tradycyjnych wydawnictw z mediami społecznymi i aktywnością turystyczną. Tak więc wyjazdy turystyczne z jednej strony prowadzą do demistyfikacji rzeczywistości, bo dają możliwość skonfrontowania stereotypów i wiedzy pozyskanej z mediów z rzeczywistością. Z drugiej strony, dzięki turystyce literackiej czy filmowej, mogą przenieść uczestnika w nieco odrealniony świat powieści lub filmu.

Istotnym obszarem realizacji wyjazdów turystycznych jest też turystyka biznesowa. Jej dynamiczny rozwój doprowadził do swoistego wyodrębnienia rynku spotkań (MICE) z szeroko rozumianego rynku turystycznego. Nie oznacza to jednak, że wyjazdy tego typu pozbawione są doznań rekreacyjnych i poznawczych. Bez względu na to, czy zorganizowane są samodzielnie, czy za pośrednictwem wyspecjalizowanego przedsiębiorcy, program wyjazdu wykracza poza czysto biznesowe ramy.

W zaprezentowanych w niniejszej publikacji tekstach wskazano na wielowymiarowość turystyki i rekreacji. Przedsiębiorcy turystyczni, chcąc odpowiedzieć na zmienia-

jące się trendy społeczne, a czasem próbując je wykreować, poszukują wciąż nowych pomysłów na wykorzystanie istniejącego potencjału turystycznego. Również sami turyści wykazują dużą kreatywność w realizacji aktywności turystycznej i rekreacyjnej. Wszystko to sprawia, że badania w turystyce realizują przedstawiciele różnych dyscyplin i obszarów nauki, a pozyskane wyniki stają się przyczynkiem do dalszych pogłębionych dociekań.

Pragniemy podziękować Autorom za trud włożony w przygotowanie poszczególnych części niniejszego opracowania oraz Recenzentom za wnikliwie uwagi. Publikacja ta nie byłaby możliwa bez Państwa zaangażowania.

Agata Balińska, Jan Zawadka

Wioletta Bieńkowska-Gołasa ✉, **Dominika Nasiadka**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Kultura ludowa jako element promocji regionu kurpiowskiego

Streszczenie. Celem artykułu była odpowiedź na pytanie, czy kultura ludowa może mieć wpływ na promocję regionu na przykładzie kurpiowszczyzny? Interpretacja wyników badań wskazuje, iż region kurpiowski jest otwarty i przyjazny dla turystów. Wyroby regionalne, folklor natomiast stały się jednym z głównych czynników promujących Kurpie.

Słowa kluczowe: kultura ludowa, region kurpiowski, promocja, konkurencyjność

Wstęp

W procesie kreowania wizerunku danego regionu niezbędna jest wiedza na temat specyfiki wybranej jednostki i dobór odpowiednich narzędzi public relations. Sam proces kształtowania wizerunku jest złożony, wieloetapowy oraz długofalowy, a jego efekty są zauważalne dopiero po pewnym czasie. Dlatego tym bardziej istotne są analizy stanu wyjściowego, aby wykorzystać w procesie kreowania wizerunku właściwe elementy¹.

Tradycje, obrzędy, zabytki, folklor – każdy z wymienionych elementów obrazuje model tradycyjnej kultury ludowej, jej charakterystykę i wyobrażenie. Przy opisie wizerunku kultury ludowej nie można zapomnieć o regionie, a dokładniej o mieszkańcach, którzy go zamieszkują.

Współcześnie obserwuje się znaczący postęp rozwoju cywilizacyjnego i zmiany w stylu życia każdego z nas. Czasy, w których każdy za coś goni, podąża do wyznaczonego sobie celu. W tym pośpiechu niezbędny jest dostęp do nowych technologii. Najbardziej korzystają z tego firmy, które swą promocją i pakietem ofert przyciągają duże grono konsumentów poprzez wprowadzanie na rynek nowoczesnych produktów i zachęcając do korzystania z ich usług. Obecnie kultura ludowa uległa przemianie. W niektórych regionach stopniowo zanika, w innych natomiast staje się elementem, który może

¹ E. Jaska, A. Werenowska: Instrumentarium public relations stosowane w kreowaniu wizerunku jednostek samorządu terytorialnego, [w:] Społeczno-ekonomiczne wymiary współczesnej samorządności, E. Jaska, T. Skoczek (red.), Wydawnictwo Muzeum Niepodległości, Warszawa 2018, s. 155.

✉ wioletta_bienkowska@sggw.edu.pl

przyciągnąć turystów z kraju, jak i z zagranicy. Istotną rolę w kultywowaniu tradycji w dzisiejszych czasach odgrywa promocja regionu.

Celem artykułu było szukanie odpowiedzi na pytanie, czy kultura ludowa może mieć wpływ na promocję regionu na przykładzie kurpiowszczyzny?

Region i jego promocja w literaturze przedmiotu

Termin region wywodzi się od łacińskiego słowa *regio(-nis)*, co z jednej strony oznacza ruch w określonym kierunku lub przestrzeni, z drugiej zaś może być postrzegany jako podsystem strefowy (np. kraj) o charakterze przestrzennym. Można więc przyjąć, że region to zespół obszarów graniczących ze sobą, wyróżnionych pod względem podobnych kryteriów w stosunku do obszarów przyległych². Region to nie tylko struktura gospodarcza i przestrzenna, to przede wszystkim określona społeczność, z pewnym poczuciem tożsamości i odrębności, np. kulturowej, etnicznej czy ekonomicznej. Społeczności zamieszkujące poszczególne regiony charakteryzują się określonymi wzorami zachowań, przyzwyczajeniami, tradycji, folkloru itp., co z jednej strony stanowi czynnik integrujący, a z drugiej jest elementem odróżniającym ją od otoczenia. Region to nic innego jak otoczenie dla ludzi, firm, instytucji, administracji publicznej itp., przez co stają się oni uczestnikami procesów rynkowych. Obecnie zwraca się szczególną uwagę na fakt, że kształtowanie się rozwoju regionalnego wywiera istotny wpływ na podnoszenie lub osłabianie konkurencyjności regionów³.

Konkurencyjność regionów definiuje się zatem jako „przewagę nad innymi regionami będącą wypadkową atrakcyjności oferty usługowej kierowanej do obecnych i potencjalnych użytkowników regionu, którymi są mieszkańcy, firmy, inwestorzy, goście. Jej źródłem jest nowoczesna infrastruktura materialna, instytucjonalna i intelektualna regionu”⁴.

Konkurencyjność regionów polega na dążeniu i doskonaleniu konkurencyjności gospodarki. Według T. Markowskiego jest rozumiana „jako zdolność do produkowania oraz oferowania dóbr i usług o takich parametrach techniczno-użytkowych, cenach, jakości oraz warunkach sprzedaży, które znajdują nabywców na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych⁵”. Należałoby sobie zadać pytanie, czym byłaby promocja bez konkurencji? Współzawodnictwo między regionami polega na przystosowaniu się i wykształceniu zdolności do dostosowania się do zmieniających się warunków. Ma to na celu poprawę albo chociaż utrzymanie swojej pozycji na rynku⁶. Konkurencja jest konieczna, bo pobudza czynniki mające wpływ na promocję. Konkurencyjność regionów można rozumieć też jako czynną przewagę nad pozostałymi, bycie kimś lepszym w procesie konkurowania.

² S. Korenik, A. Zakrzewska-Półtorak: *Teorie rozwoju regionalnego – ujęcie dynamiczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 13.

³ S. Korenik, A. Zakrzewska-Półtorak: *Teorie rozwoju regionalnego...*, op. cit., s. 21.

⁴ D. Stawasz: *Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004, s. 203.

⁵ T. Markowski: *Zarządzeni rozwojem miast*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1999, s. 71.

⁶ M. E. Porter: *Portret o konkurencji*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2001, s. 77.

W dzisiejszych czasach promuje się w zasadzie wszystko po to, aby znaleźć i zdobyć jak największą rzeszę klientów. W literaturze przedmiotu można spotkać się z wieloma definicjami promocji, jej elementami czy funkcjami. Według A. Panasiuka promocja to zespół taktycznych i strategicznych środków komunikacji, za których pomocą określony podmiot (przedsiębiorstwo, organizacja) przekazuje na rynek informacje i w ten sposób kształtuje przychylną opinię o sobie i swoich produktach, co w konsekwencji ma motywować potencjalnych i aktualnych nabywców do zakupów⁷.

W promocji istotnym elementem jest stworzenie właściwej drogi informacji, czego zasadniczym celem jest połączenie systemu komunikacji między przedsiębiorstwem, regionem czy jakąś instytucją a potencjalnym klientem. Jeśli w podjętych działaniach promocja oddziałuje na rynek w sposób racjonalny i wpływa na dobre wyniki sprzedaży, to znaczy, że działania te prowadzone są we właściwy sposób⁸.

Zdaniem J. Kaczmarka, A. Stasiaka i B. Włodarczyka w gospodarce rynkowej nie jest sztuką wyprodukować produkt, sztuką jest go wypromować i sprzedać⁹. Promocja ma od razu wzbudzić zainteresowanie i zachęcić do kupna danego produktu, bądź odwiedzenia danego miejsca. Musi przykuć naszą uwagę, która najczęściej wpływa na chęć posiadania danego dobra, aż w końcu skusi nas do konkretnego zakupu¹⁰.

Z kolei E. Michalski stwierdza, że promocja oznacza komunikowanie się producenta nie tylko z nabywcami, ale także pośrednikami, czyli uczestnikami tego samego kanału dystrybucji oraz konkurentami, inwestorami, instytucjami rządowymi, agencjami usługowymi, społeczeństwem i własnymi pracownikami. Propaguje ona i uzasadnia istnienie przedsiębiorstwa oraz kreuje jego pozytywny wizerunek. Ponadto dobrze zdefiniowane cele wpływają na określenie, co dane przedsiębiorstwo chce osiągnąć i ocenić, czy promocja jest skuteczna w realizacji tych celów¹¹.

Każde przedsiębiorstwo, instytucja, władze lokalne, którym uda się stworzyć produkt bądź usługę, którą można w szerokim ujęciu sprzedać, dążą do jak najlepszego wypromowania tejże rzeczy, realizując założone cele. Istotnym elementem poza wypromowaniem danego produktu, usługi czy miejsca jest to, aby znaleźć się w odpowiednim miejscu i czasie. A przede wszystkim znać potrzeby konsumentów, aby zaoferować im odpowiednie dobro czy usługę. Na tej podstawie można wskazać podstawowe cele promocji, do których należą: wzbudzenie wewnętrznej potrzeby poznania oferty; akceptację i dalszy popyt na produkty, które konsumenci już znają; budowanie i utrzymanie pozytywnego wizerunku firmy czy regionu; wzrost sprzedaży polegający na zakupie produktów, usług świadczonych w danym czasie (przed sezonem i po sezonie); zachęcenie do nabycia usług świadczonych na określonych warunkach¹².

⁷ A. Panasiuk (red.): Marketing w turystyce i rekreacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 368.

⁸ J. Altkorn: Marketing w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 145.

⁹ Ibidem, s. 144.

¹⁰ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 226.

¹¹ E. Michalski: Marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 299.

¹² J. Altkorn: Marketing w turystyce..., op. cit., s. 145.

Promocja spełnia kilka funkcji, których zadaniem jest komunikowanie się z otoczeniem. Pierwsza z nich to funkcja informacyjna – określa się ją jako podstawę komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem; dostarcza nabywcom najważniejszych informacji o korzyściach produktów, cechach, odmienności, cenie i warunkach zakupu; jest to bardzo ważną funkcją, ponieważ dzięki niej dokonujemy odpowiedniego, a przede wszystkim świadomego wyboru, który w pełni zaspokaja nasze potrzeby. Druga to funkcja pobudzająca – jak sama nazwa wskazuje ma na celu pobudzić, czyli zwiększyć popyt nabywców na określone dobra; taki dynamizm wynika również z rynku i jego aktywnej polityki promocji, który dostarcza swoim nabywcom gotowy zestaw przesłanek – często racjonalnych, ale głównie emocjonalnych. Ostatnia to funkcja konkurencyjna, która powiązana jest z wyżej wymienionymi funkcjami i występuje w dwóch zagadnieniach, z których pierwsze wiąże się z siłą przebicia i atrakcyjnością proponowanych programów i instrumentów promocji, drugie zaś sprowadza się do zakłócenia przez konkurencję emitowanych programów promocyjnych¹³.

Do niedawna przeważało przekonanie, że działania promocyjne i dbałość o wizerunek powinny być wykorzystywane przez firmy, których głównym celem jest nastawienie na osiągnięcie zysku¹⁴. Obecnie okazuje się jednak, że nie tylko firmy nastawione na zysk, ale wszystkie rodzaje organizacji (zarówno prywatne, jak i państwowe) muszą skupiać się na podejmowaniu działalności promocyjnej. Dlatego też konieczność utrzymania kontaktów z mediami, wszelkiego rodzaju promocja dotyczy też osób zarządzających danym regionem. Jest to niezbędne, aby nastąpił jego rozwój i wzbudzić zainteresowanie wśród turystów, ale i społeczności lokalnej.

Rzeczywistym staje się fakt, iż obecnie ważnym czynnikiem rozwoju miast, wsi, regionu jest promocja. Ważne są jego zalety, które należy wypromować, a później sprzedać¹⁵. Żeby przygotować jak najlepszy i właściwy program promocyjny, najpierw potrzebna jest dobra strategia promocji, w której najważniejszym i najistotniejszym czynnikiem będzie wiedza o danym regionie¹⁶. Ponieważ przemyślana i opracowana kampania promocyjna, która wykorzystuje różnorodne środki i techniki, jak również oparta jest na właściwej kompozycji i koordynacji – pozwala nie tylko propagować region, ale nagłaśniać i popularyzować go. Przekonuje odbiorców do walorów regionu, czyli jego oryginalnych i wyjątkowych atrakcji, ale również jest miejscem osadnictwa i znalezienia pracy¹⁷. Dlatego też w tym miejscu można wspomnieć o promocji usług turystycznych, która rozumiana może być jako zespół skoordynowanych, taktycznych i strategicznych działań

¹³ G. Sobczyk, A. Celoch: Promocja jako instrument komunikowania się przedsiębiorstwa, [w:] Skuteczna komunikacja i promocja. Podręcznik dla studentów specjalności Komunikacja Urzędowa i Biznesowa, D. Filar (red.), Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012, s. 151.

¹⁴ A. Ciarczyńska: Public relations w służbie samorządów, [w:] Kreowanie wizerunku miast, A. Grzegorzczak, A. Kochaniec (red.), Wydawnictwo Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011, s. 105.

¹⁵ L. Michałowski: Turystyka i sposoby promocji miast, *Studia regionalne i lokalne* 2003, nr 4(14), s. 91.

¹⁶ A. Szromnik: Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2016, s. 271–272.

¹⁷ A. Szromnik: Marketing terytorialny..., op. cit., s. 271–272.

i środków komunikacji stosowanych do kreowania wiedzy, zainteresowania i przychylniej opinii o przedsiębiorstwie i jego produktach, w celu przyciągania do nich turystów i motywowania do zakupu, zwiedzania czy poznawania kultury¹⁸.

Charakterystyka regionu kurpiowskiego

Kurpie to termin, który odnosi się do pewnego regionu etnograficznego i jego mieszkańców, którzy zamieszkują tereny Puszczy Zielonej i Puszczy Białej¹⁹. Krajobraz kurpiowski słynie z bogactw naturalnych. Najważniejszym jest bursztyn, który występuje w wielu pięknych gatunkach²⁰.

Działalność twórcza na Kurpiach przejawia się w różnych dziedzinach sztuki, a mianowicie w malarstwie, rzeźbiarstwie, tkactwie, garncarstwie, muzyce czy bursztyniarstwie²¹. W kulturę i sztukę kurpiowską angażują się zarówno kobiety, mężczyźni, dzieci, osoby młodsze, jak i starsze. W życiu Kurpiów szczególną pozycję zajmuje plastyka obrzędowa, która poprzez walory artystyczne oraz głęboko zakorzenioną symbolikę lokuje ją na wysokiej pozycji wśród sztuk plastycznych²². Otóż zasadniczym elementem, który zdobi i dodaje uroku chatom wiejskim na Kurpiach, są słynne wycinanki kurpiowskie, które były wykonywane przez kobiety²³. Wyróżniamy z nazw takie formy wycinanek jak leluja gwiazda, pająk, ptak czy kogut i każda jest inna, wyjątkowa, budzi zachwyt w oczach odbiorcy (rys. 1). Zazwyczaj umieszcza się je na ścianach tradycyjnych



Rysunek 1. Wycinanki kurpiowskie

Źródło: www.kadzidlo.pl (dostęp: 10.07.2018).

¹⁸ A. Panasiuk: Marketing w turystyce..., op. cit., s. 368.

¹⁹ M. Bogdański, M. Żerański: Gmina Kadzidło w samym sercu kurpiowszczyzny – przewodnik turystyczny, Biblioteczka Kurpiowska tom 4, Pracownia na Pastwiskach Cieszyn–Kadzidło 2009, s. 11.

²⁰ A. Dobroński: Równianka Kurpiowska. Wybór z prac Adama Chętnika, Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe, Ostrołęka 1992, s. 10.

²¹ M. Ozorowski: Kultura religijna Kurpiowszczyzny, Wydawnictwo Wszechnicy Mazurskiej, Olecko 2004, s. 7.

²² K. Mróz: Kurpiowska Sztuka Ludowa, Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem”, Myszyniec 2009, s. 10.

²³ T. Lendo: Nasze dziedzictwo Kurpiowszczyzna, Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe, Ostrołęka 2009, s. 46–48.

kurpiowskich chałup, tuż pod sufitem²⁴. Inną ważną dziedziną w kulturze kurpiowskiej, którą trudnili się głównie mężczyźni, było rzeźbiarstwo. Najwięcej tworzono rzeźb religijnych przedstawiających Chrystusa ukrzyżowanego lub figury świętych. Takie rzeźby stawiano w pobliżu rzek, aby strzegły wszystkich pól przed powodzią lub niedaleko gospodarstw, aby chroniły przed żywiołami m.in. przed ogniem²⁵.

Puszcza Kurpiowska jest intrygującym i ciekawym regionem dla turystów, a jej mieszkańcy są bogaci w swą kulturę ludową, wesołe pieśni, jak również swój charakterystyczny i żywy rodzaj tańca. Ten kult tradycji przekazywany z pokolenia na pokolenie przetrwał do dziś, a to wszystko zasługa mieszkańców, którzy poprzez silną więź do tradycji cały czas pragną utożsamiać się z Kurpami²⁶. Najbardziej znanymi imprezami folklorystycznymi znanymi nie tylko w Polsce, ale i na świecie są:

- Wesele Kurpiowskie organizowane co roku w trzecią niedzielę czerwca. Turyści mają wówczas możliwość uczestniczenia w uroczystej mszy świętej, a następnie w weselu. Jest to okazja do skosztowania potraw regionalnych;
- Miodobranie Kurpiowskie – podczas festynu można skosztować miejscowych wyrobów z miodu, dokładnie poznać tematykę zajęć bartników, wyrobić samodzielnie rękodzieła np. kapelusze, element stroju kurpiowskiego lub obejrzeć prezentację folkloru kurpiowskiego, który prezentowany jest w pieśni i tańcu;
- Niedziela Palmowa – mieszkańcy i turyści wcześniej własnoręcznie wykonują palmy, które następnie przynoszą na mszę świętą. Palmy cieszą się dużym zainteresowaniem, a te najwyższe sięgają nawet do 7–8 metrów, ponieważ według tradycji im wyższa palma, tym bardziej potrafiła uchronić dom przed złymi duchami²⁷.

Kultura to całokształt twórczości człowieka i jego zachowań, czyli wszystko, co nas otacza. To ona ubogaca wyobrażenia turysty na temat odwiedzanego regionu. Poniekąd kształtuje jego obraz, cele poznawcze. Gdyby nie było kultury, turysta nie miałby czego zwiedzać, do czego wracać – oprócz wytworów przyrody. Jednak, aby turysta mógł dokładnie zaobserwować pełny obraz danej społeczności, pomóc może mu w tym analiza zwyczajów i obrzędów²⁸.

Metoda i organizacja badań

Celem artykułu było szukanie odpowiedzi na pytanie, czy kultura ludowa może mieć wpływ na promocję regionu na przykładzie Kurpiowszczyzny? W badaniach empirycznych posłużono się metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem techniki ankiety według standaryzowanego kwestionariusza, który pozwolił na zebranie niezbędnych informacji do realizacji postawionego celu. Kwestionariusz ankiety został przeprowadzony w kwietniu 2018 roku, wśród rodowitych mieszkańców, którzy osiedlili się na te-

²⁴ K. Mróz: *Kurpiowska Sztuka Ludowa...*, op. cit., s. 10.

²⁵ T. Lendo (red.): *Nasze dziedzictwo Kurpiowszczyzna...*, op. cit., s. 65.

²⁶ K. Mróz: *Kurpiowska Sztuka Ludowa...*, op. cit., s. 4.

²⁷ T. Lendo (red.): *Nasze dziedzictwo Kurpiowszczyzna...*, op. cit., s. 65.

²⁸ K. Mróz: *Kurpiowska Sztuka Ludowa...*, op. cit., s. 4.

renie regionu kurpiowskiego. Kwestionariusz był wysłany drogą elektroniczną i składał się z pytań zamkniętych, które dotyczyły głównie:

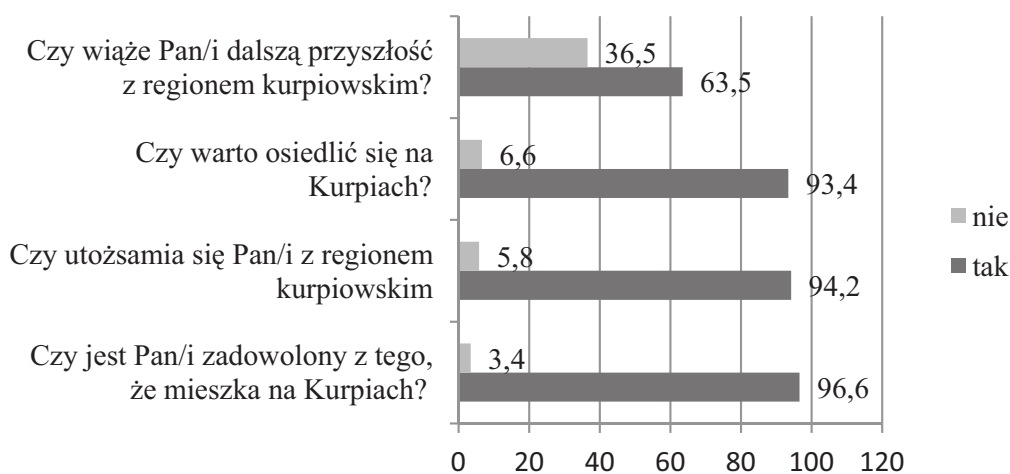
- kultury ludowej jako właściwego sposobu na promocję regionu kurpiowskiego,
- wzrostu zainteresowania regionem kurpiowskim poprzez organizowanie imprez kulturalno-folklorystycznych,
- wpływu działań promocyjnych na większe zainteresowanie turystów regionem kurpiowskim.

Kultura ludowa jako element promocji regionu w opinii mieszkańców

W badaniach uczestniczyło 168 osób, jednak po sprawdzeniu poprawności wypełnionych ankiet do analizy zostało zakwalifikowanych 155 respondentów. Wśród badanych 53,3% stanowiły kobiety i 46,7% to mężczyźni. Miejscem zamieszkania większości respondentów były tereny wiejskie – 63,2%, z miasta natomiast pochodziło 36,8% badanych. W badaniach wzięły udział osoby w różnym wieku. Największą grupę stanowiły osoby młode, między 18. a 25. rokiem życia (58,4%), osoby znajdujące się w drugiej grupie wiekowej 26–36 lat stanowiły 15,2%, w trzeciej 37–47 lat – 19,2% i osoby powyżej 48. roku życia – 7,2%. Zdecydowana większość badanych legitymowała się wykształceniem wyższym bądź średnim.

Badania były przeprowadzone wśród osób, które zamieszkiwały tereny dwóch puszc mazowieckich, czyli Puszczy Białej i Puszczy Zielonej. Odpowiedzi wskazują, że większość badanych mieszkała w regionie kurpiowskim od urodzenia, czyli kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt lat. Według mieszkańców regionu kurpiowskiego warto osiedlić się na Kurpiach. Na pytanie, co do tożsamości miejscowej ludności z badanym obszarem ponad 94,2% stwierdziło, że jak najbardziej identyfikuje się z Kurpiami. Zadowolonych z mieszkania w tym regionie było aż 96,6% badanych. Szczegółowe dane zaprezentowano na rysunku 2.

W badaniach podjęto próbę uzyskania odpowiedzi na pytanie, czy region kurpiowski jest przyjazny dla turystów. Aż 92,2% stwierdziło, że Kurpie zdecydowanie są obszarem



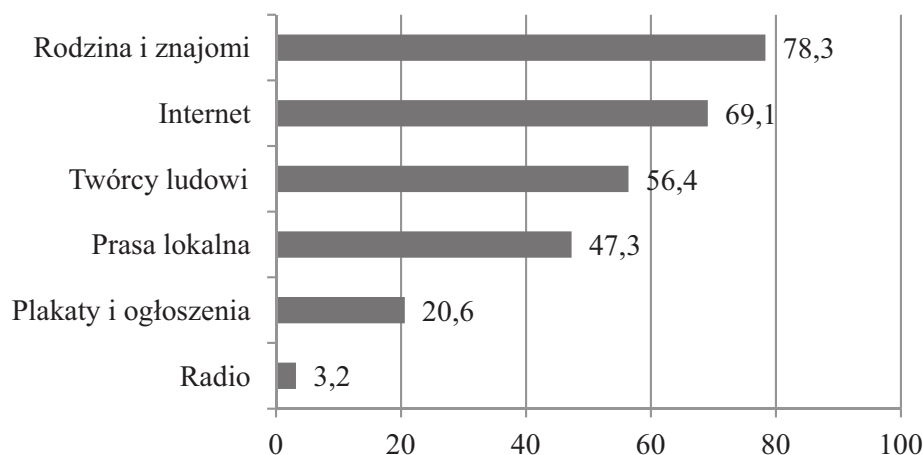
*Badany mógł wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Rysunek 2. Opinia mieszkańców na temat regionu kurpiowskiego* (%)

Źródło: wyniki badań własnych.

gotowym i otwartym na turystów, a 6,2% badanych zdecydowanie nie zgadzało się z tym stwierdzeniem. Zaledwie 1,6% badanych nie miało zdania na ten temat.

Kolejną kwestią było pozyskanie informacji, skąd badani czerpali wiedzę na temat regionu kurpiowskiego. Na pierwszym miejscu uplasowali się najbliżsi, czyli rodzina i znajomi. Najmniej badanych natomiast wybrało radio jako źródło promocji. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 3.



*Badany mógł wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Rysunek 3. Źródła informacji na temat regionu kurpiowskiego* (%)

Źródło: wyniki badań własnych.

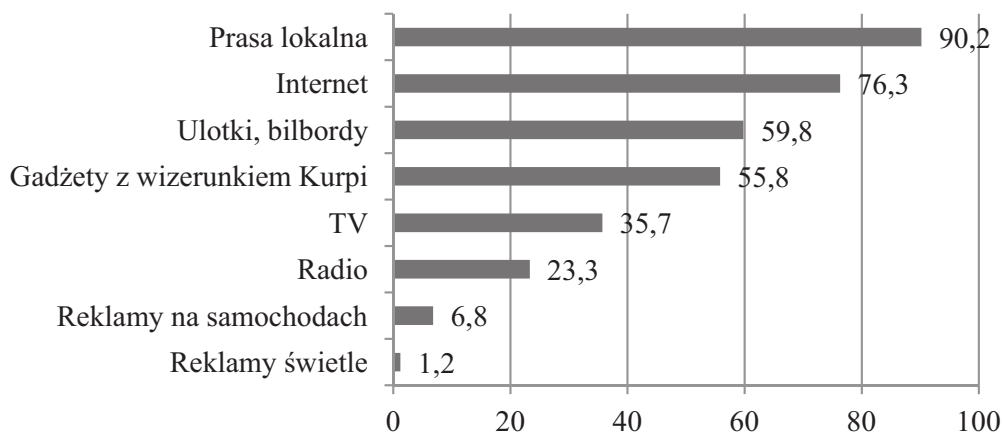
Władze lokalne bardzo często zobowiązane są organizować imprezy kulturalno-folklorystyczne, na których występują znane i lubiane zespoły. Zatem istotna wydaje się informacja czy mieszkańcy Kurpi, potrafią wymienić choć jedną imprezę folklorystyczną, która była albo jest organizowana na terenie regionu kurpiowskiego. Odpowiedzi były różne, ale trzy najczęściej wymieniane to:

- Miodobranie Kurpiowskie,
- Niedziela Palmowa,
- Wesele Kurpiowskie.

Należało więc zapytać badanych, czy dzięki imprezom kulturalno-folklorystycznym rośnie zainteresowanie regionem kurpiowskim? Aż 73,3% badanych zadeklarowało, że oczywiście jest to bardzo dobry sposób na promocję, a co za tym idzie na przyciągnięcie turystów, 21,4% respondentów stwierdziło, że raczej jest to dobry sposób na wypromowanie regionu. Niewiele, bo 5,3% zadeklarowało, że ciężko ocenić im obecną sytuację.

Kolejna kwestia podjęta w badaniach odnosiła się do form promocji, jakie można spotkać na Kurpiach. Najwięcej głosów otrzymała prasa lokalna, na miejscu ostatnim natomiast znalazły się reklamy świetlne. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 4.

W podjętych badaniach respondenci zostali poproszeni o wskazanie ewentualnych działań, które według nich mogłyby wpłynąć na większe zainteresowanie regionem kurpiowskim. Dane na ten temat przedstawiono w tabeli 1.



*Badany mógł wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Rysunek 4. Źródła informacji, za których pomocą można promować region kurpiowski* (%)

Źródło: wyniki badań własnych.

Tabela 1. Działania promocyjne, które mogłyby wpłynąć na większe zainteresowanie turystów regionem kurpiowskim* (%)

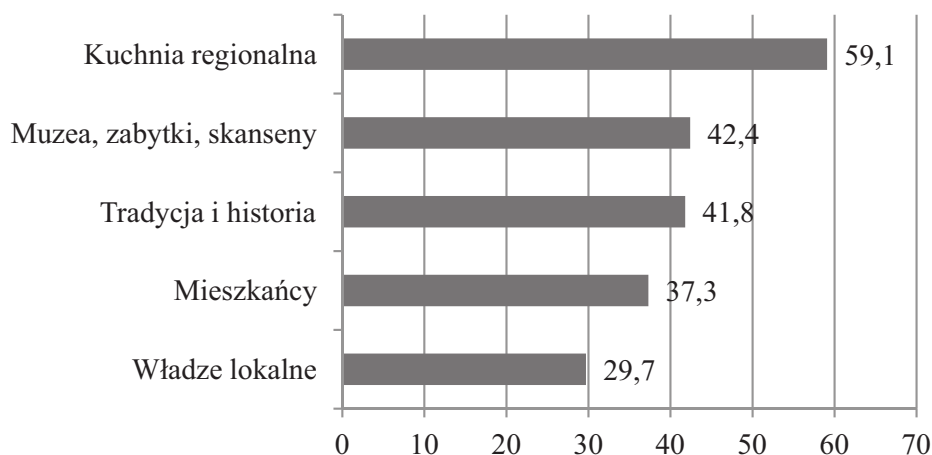
Wyszczególnienie	N = 155
Organizacja imprez folklorystycznych	79,1
Organizacja warsztatów i szkoleń o tematyce ludowej	66,8
Rozwój szlaków pieszych i rowerowych	38,2
Podtrzymywanie tradycji przez publikację książek o charakterze ludowym	31,2
Ochrona istniejących zabytków	29,8
Upamiętnianie historii regionu	21,2
Zwiększenie ilości punktów informacji turystycznej	18,4

*Badany mógł wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Źródło: wyniki badań własnych.

W promocji danego regionu niezmiernie istotne są specyficzne elementy miejsca, kuchnia regionalna czy sami mieszkańcy, którzy zapadną w pamięci turystów. Dlatego też w badaniach zapytano, co według mieszkańców jest właśnie takim elementem. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono na rysunku 5.

Według badanych elementem najbardziej wpływającym na promocje regionu była kuchnia regionalna, tak stwierdziła ponad połowa badanych. Muzea i wszelkiego rodzaju miejsca, w których można poznać historię, stanowiły blisko połowę odpowiedzi. Najmniej istotnym elementem promującym region były władze lokalne i sami mieszkańcy.



*Badany mógł wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

Rysunek 5. Formy promocji regionu kurpiowskiego* (%)

Źródło: wyniki badań własnych.

Podsumowanie

Jednostki samorządu terytorialnego powinny dążyć do stworzenia pozytywnego wizerunku i skutecznej komunikacji z interesariuszami, a w tym celu należy właściwie wykorzystywać odpowiednie elementy public relations. Każda organizacja czy też jednostka samorządu terytorialnego w sposób indywidualny dobiera narzędzia, za których pomocą będzie realizowała działania z tego zakresu. Narzędzi tych jest bardzo wiele, lecz problemem staje się ich skuteczne wykorzystanie, którego efektem będzie uzyskanie planowanych rezultatów wizerunkowych i dlatego tak istotna jest analiza aktualnego wizerunku, aby sformułować na tej podstawie rekomendacje dalszych działań w tym zakresie²⁹.

Kultura ludowa utrwała przynajmniej pewną część bogatej historii danego regionu, prezentuje ludowy sposób postrzegania obecnej rzeczywistości. Najlepszym sposobem jest zachowanie tych wzorców dla przyszłych pokoleń, bo jeśli nie zostaną przekazane, zaginą bezpowrotnie.

Dzięki przeprowadzonym badaniom empirycznym można sformułować wniosek, iż w opinii mieszkańców promocja jest ważnym elementem wpływającym, na kreowanie pozytywnego wizerunku tego regionu. Dzięki niej turyści mają skąd czerpać informacje o danym miejscu, mogą odkrywać nowe atrakcje i walory turystyczne. Kultura ludowa jest nieodłącznym elementem związanym z regionem kurpiowskim, a także na podstawie dokonanych obserwacji można stwierdzić, że tradycja, obrzędy i zwyczaje kultywowane przez osoby starsze zachowały się do dziś. Nie wolno doprowadzić do tego, aby zostały one zapomniane i zanikły.

²⁹ E. Jaska, A. Werenowska: Instrumentarium public relations..., op. cit. s. 141.

Literatura

- Altkorn J.: Marketing w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 145.
- Bogdański M., Żerański M.: Gmina Kadzidło w samym sercu kurpiowszczyzny – przewodnik turystyczny, Biblioteczka Kurpiowska tom 4, Pracownia na Pastwiskach, Cieszyn–Kadzidło 2009.
- Ciarczyńska A.: Public relations w służbie samorządów, [w:] Kreowanie wizerunku miast A. Grzegorzczak, A. Kochaniec (red.), Wydawnictwo Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011.
- Dobroński A.: Równianka Kurpiowska. Wybór z prac Adama Chętnika, Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe, Ostrołęka 1992.
- Jaska E., Werenowska A.: Instrumentarium public relations stosowane w kreowaniu wizerunku jednostek samorządu terytorialnego, [w:] Społeczno-ekonomiczne wymiary współczesnej samorządności, E. Jaska, T. Skoczek (red.), Wydawnictwo Muzeum Niepodległości, Warszawa 2018.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.: Produkt turystyczny, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.
- Korenik S., Zakrzewska-Póttorak A.: Teorie rozwoju regionalnego – ujęcie dynamiczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
- Lendo T.: Nasze dziedzictwo Kurpiowszczyzna, Ostrołęckie Towarzystwo Naukowe, Ostrołęka 2009.
- Markowski T.: Zarządzeni rozwojem miast, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- Michalski E.: Marketing, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Michałowski L.: Turystyka i sposoby promocji miast, Studia regionalne i lokalne 2003, nr 4(14), s. 91–110.
- Mróz K.: Kurpiowska Sztuka Ludowa, Związek Stowarzyszeń „Kurpsie Razem”, Myszyniec 2009.
- Ozorowski M.: Kultura religijna Kurpiowszczyzny, Wydawnictwo Wszechnicy Mazurskiej, Olecko 2004.
- Panasiuk A.: Marketing w turystyce i rekreacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Porter M.E.: Portret o konkurencji, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2001.
- Sobczyk G., Celoch A.: Promocja jako instrument komunikowania się przedsiębiorstwa, [w:] Skuteczna komunikacja i promocja. Podręcznik dla studentów specjalności Komunikacja Urzędowa i Biznesowa, D. Filar (red.), Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012.
- Stawasz D.: Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004.
- Szromnik A.: Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

Folk culture as an element of the promotion of the Kurpie region

Summary. The aim of the article was to find an answer to the question whether folk culture can influence the promotion of the region, on the example of the Kurpie region? The interpretation of the research results indicates that the Kurpie region is open and tourist-friendly. The regional products and folklore have become one of the main factors promoting Kurpie.

Key words: folk culture, the Kurpie region, promotion, competitiveness

Tetiana Bilushchak✉, **Sofia Kolos**

Lviv Polytechnic National University

Functioning of book trailers in the development of literary tourism popularization in the context of hashtag analysis

Summary. Based on the analysis of hashtags, it was found that the use of a multimedia format of book presentation as a book trailer on social networks is an effective means of promoting literary tourism. With the help of the “goal tree” method, an information model of the functioning of book trailers in the development of literary tourism popularization was created. The creation of a “goal tree” in the study provided an opportunity at the stage of information modeling to show the subordination and relationship of goals, which demonstrates the division of the overall goal into sub-goals, objectives and individual actions.

Key words: multimedia presentation, social networks, video advertising of books, book trailer, hashtags, statistics, literary tourism

Introduction

In today’s conditions, the level of interest in literary tourism as a kind of cultural tourism is growing. People buy special literary tours in order to get acquainted with the life and work of your favorite writer, to get a bright unforgettable experience.

The relevance of the research topic is that in the conditions of informatization of society the role of visual communication means grows. The tendency to increase the demand of the audience for a visual message that better presents information and attracts more attention, contributed to the emergence of such an advertising and presentation nature of book production as a book trailer.

The purpose of the study is to identify the popularity and interest among users of social networks in the multimedia format of the book presentation as a book trailer using hashtags.

To achieve this goal it is necessary to perform the following tasks: to carry out an analytical review of scientific papers that investigated the development of multimedia formats for the presentation of authors’ works as a means of promoting books and reading; to analyze the current state of interest in multimedia formats for promoting books as a book trailer on social networks.

✉ tetiana.m.bilushchak@lpnu.ua

Related Works

Comprehensive analysis and study of the book trailers functioning in the development of the literary tourism promotion for a long time is not fully discovered. All researches that in one way or another concerned the study of book trailers were carried out within certain topics, however, were significant contributions to our further researches.

The potential of library funds in the marketing strategy of cultural tourism promotion was studied by M. Shackley¹, S. Sheikh², L. Yang, L. Xiaodong³, I. Yankova, D. Stoykova⁴, K. Tokić, I. Tokić⁵, G. Moiteiro⁶. In particular, T. Bilushchak⁷ considered determining the expediency of using multimedia products of library institutions in the marketing strategy of cultural tourism popularization of Lviv region. The author outlines the stages of the library marketing strategy to promote cultural tourism in Lviv region and attract the target audience through multimedia products, namely book trailers, story tellings, long reads, scribings, virtual exhibitions.

A separate area of research is formed by the scientific works of V. Akydzy⁸, N. Vovk⁹, O. Kosachova¹⁰, S. Vorobel, in which the marketing services of libraries in the new media environment are studied. In particular, O. Kosachova's research in which the trailer is studied in the system of social communication – interaction (movement of material and ideal objects) between subjects (author of the book, author of the trailer and recipient (the reader), mediated by the object – the book trailer. It has been established that if the book trailer conveyed the information to the reader so effectively that he

¹ M. Shackley: Too much room at the inn?, *Annals of Tourism Research* 1996, no 23, pp. 449–462.

² S. Sheikh: The Role of Libraries in the Development of Cultural Tourism with Special Emphasis to Central Library, Srinagar, *Advances in Economics and Business Management* 2019, vol. 6, no 1, pp. 76–78.

³ L. Yang, L. Xiaodong: "Library + Tourism": A New Direction for the Sustainable Development of Libraries, 2019, <http://library.ifla.org/2703/1/S09-2019-li-en.pdf> (access: 25.03.2020).

⁴ I. Yankova, D. Stoykova: Tourist Information in Libraries – Source to Improve Access to Objects of Cultural Heritage, *Journal of Balkan Libraries Union* 2016, vol. 4, no. 2, pp. 23–27, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/275568> (access: 25.03.2020). DOI: 10.16918/bluj.55013

⁵ K. Tokić, I. Tokić: Tourism potential of libraries, *TOURISM: An International Interdisciplinary Journal* 2018, vol. 66, no 4. pp. 443–460.

⁶ G. Moiteiro: What if Documentary Heritage Attracted Tourists? Thoughts on the Potential for Tourism of Historical Libraries and Archives, *Tourism and History World Heritage – Case Studies of Ibero-American Space* 2017, pp. 568–584.

⁷ Т. Білушчак: Мультимедійні продукти бібліотечних інституцій як маркетингова стратегія у популяризації культурного туризму Львівщини, *Gesellschaftsrechtliche Transformationen von wirtschaftlichen Systemen in den Zeiten der Neo-Industrialisierung: Collective monograph*, Verlag SWG imex GmbH, Nuremberg 2020, pp. 517–525.

⁸ Т. Білушчак, В. Акиджи: Особливості сервісів для створення віртуальних виставок у формуванні ефективного бібліотечно-інформаційного простору, *Вісник Книжкової Палати* 2019, no 2, pp. 45–48.

⁹ Н. Вовк: Новітні маркетингові стратегії просування бібліотечних установ, *Вісник Книжкової Палати* 2017, no 2(247), pp. 7–9.

¹⁰ О. Косачова: Буктрейлер як ефективний медіаресурс сучасної бібліотеки, *Вісн. Кн. палати: наук.-практ. журн* 2014, no 10, pp. 15–18.

came to the library for the book, the communication took place. The book trailer is not only a mediator between the library and the reader, but also between the author and the reader.

An effective strategy for using hashtags in Internet communication for personal and corporate branding was considered by S. Fedushko, Y. Syerov, S. Kolos^{11, 12}, K. Ryabova¹³. The role of literary tourism was explored by Fr. Benny James¹⁴, Yu. Polycarpova¹⁵, M. Robinson, H.Ch. Andersen¹⁶. It is established that the most obvious commonality of literature and tourism is that they are ways of learning about cultural heritage.

Research methods

To solve the tasks set in the work, a theoretical analysis of the scientific literature on the development of multimedia formats for book presentation was conducted; also to achieve this goal in the work used a methodology based on the use of general and special methods of cognition. Methods of analysis and synthesis were used to identify the scientific and theoretical foundations of the development of the media environment as a means of popularizing books and interaction of readers with authors; statistical methods of comparative analysis – in the study of the level of interest of social networks users in multimedia presentations of books in the format of book trailers using appropriate hashtags. Using the “goal tree” method to reflect the process of trailers functioning in the development of literary tourism, which determines the alternative solutions, the state of the solution and their corresponding probabilities of return for each combination of alternatives and states of solutions.

Results of the research

So, the book trailer is a short video based on the book, designed to tell about the book and interest a potential reader. Common book trailer formats include: actors who perform scenes from a book similar to a movie trailer, a full production trailer, flash video, animation, or simple still photos set to music with text conveying the book’s plot.

¹¹ S. Fedushko, Y. Syerov, S. Kolos: Hashtag as a Way of Archiving and Distributing Information on the Internet, CEUR Workshop Proceedings 2019, vol. 2386: Workshop Proceedings of the 8th International Conference on Mathematics. Information Technologies, Education 2019, <http://ceur-ws.org/Vol-2386/paper20.pdf> (access: 29.05.2020).

¹² S. Fedushko, S. Kolos: Effective Strategies for Using Hashtags in Online Communication, International Journal of Computing and Related Technologies 2018, no 2(2), pp. 82–90, <http://www.smiu.edu.pk/images/PDF/ijcrt-Volume-2-Issue-2.pdf> (access: 29.05.2020).

¹³ К. Рябова: Статистичний аналіз хештегів (на матеріалі соціальних мереж Twitter, Instagram, Google), II Міжнародна науково-практична конференція з проблем Теоретичної та прикладної лінгвістики, Kiev–Białystok, 16 November 2018, pp. 32–35.

¹⁴ B. James: Role of literature in the sustainability of the tourism, <https://bennykarinattu.wordpress.com/2013/08/23/role-of-literature-in-the-sustainability-of-tourism/> (access: 29.05.2020).

¹⁵ Ю. Полікарпова: Художня література і туризм як способи пізнання культурної спадщини, www.academia.edu/1828347/ (access: 29.05.2020).

¹⁶ M. Robinson, H.Ch. Andersen: Literature and tourism, Cengage Learning EMEA, London 2003, p. 300.

This is different from author readings and interviews, which consist of videos of the author that tell about a part of their writing or interview. Therefore, this trend with the help of a short video gives you an understanding whether this book is worth reading or not. This multimedia format fits perfectly into the pace of our modern progress, because such content is mainly distributed on such social networks as Facebook, Instagram and Twitter. This trend is also common on YouTube video hosting. To explore how popular is the book trailer trend, we will use hashtags. Such research can be useful not only for readers, but also for writers who want to promote their work.

The most optimal will be to search for and enter this hashtag in English, then it will reach a larger target audience that uses Latin (Fig. 1).

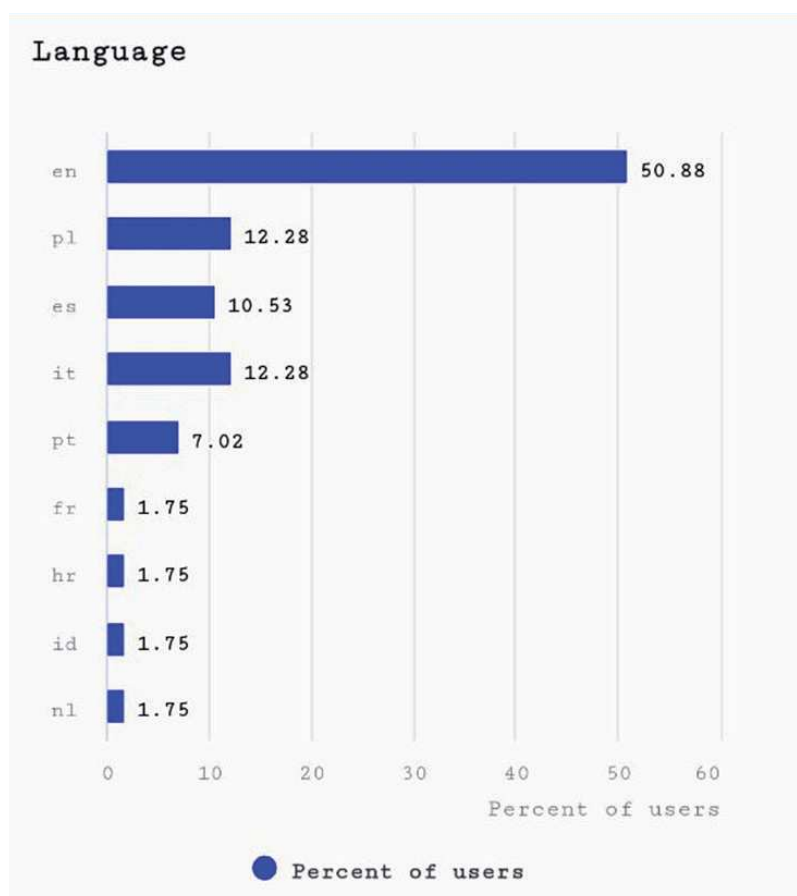
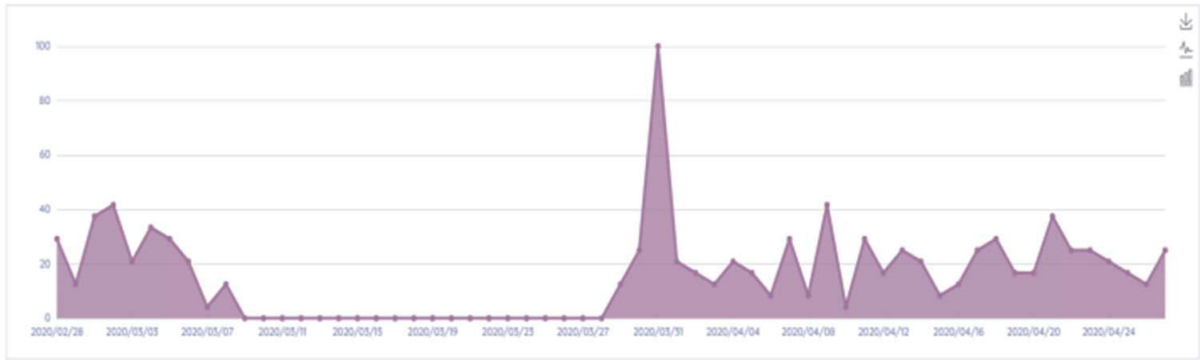


Figure 1. Percent of users of hashtag #booktrailer in different languages

Source: own author's research, based on data.

Figure 2 shows that the largest peak in the use of the hashtag #booktrailer we received at the beginning of the quarantine in such social networks as Twitter and Instagram (verified using the resource Keyhole). Being on self-isolation, people began to pay more attention to books, so this trend has become very popular. 36,000 posts used this hashtag; 22,400 users and 247,900,000 reach in total. That's the analytics for hashtag #booktrailer.

Interest Over Time
Indexed to 100 at Peak



Analytics

Figure 2. Statistics of hashtag #booktrailer

Source: own author’s research, based on service Keyhole – Hashtag Tracking for Twitter, Instagram and Facebook.

This trend is suitable for the format of the Instagram network, because in a short video you can convey the content of the book and thus attract the attention of new readers. Figure 3 shows the number of public posts (48,000) using the hashtag #book-trailer only in this network. Also, here is a list of similar hashtags.

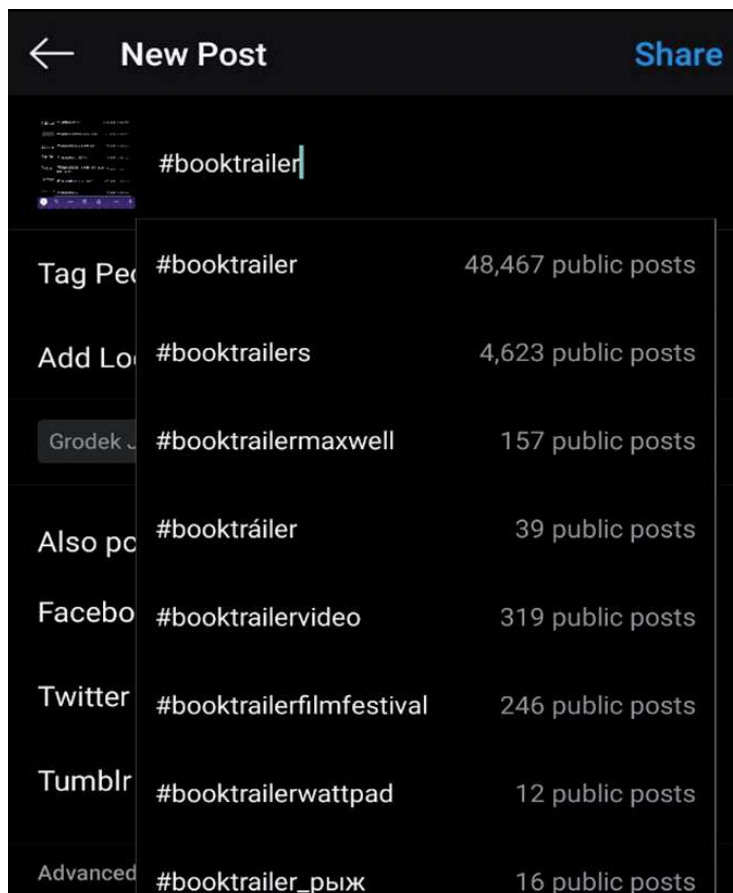


Figure 3. Hashtag #booktrailer in Instagram

Source: own author’s research, based on data.

The social network Twitter is mainly specializing at instant messages and news, so this trend is implemented as book advertising. Every hour about 100 unique posts appear on Twitter, stimulating users to read books, 882,000 post reach and 1,300,000 reactions to these posts (Fig. 4).

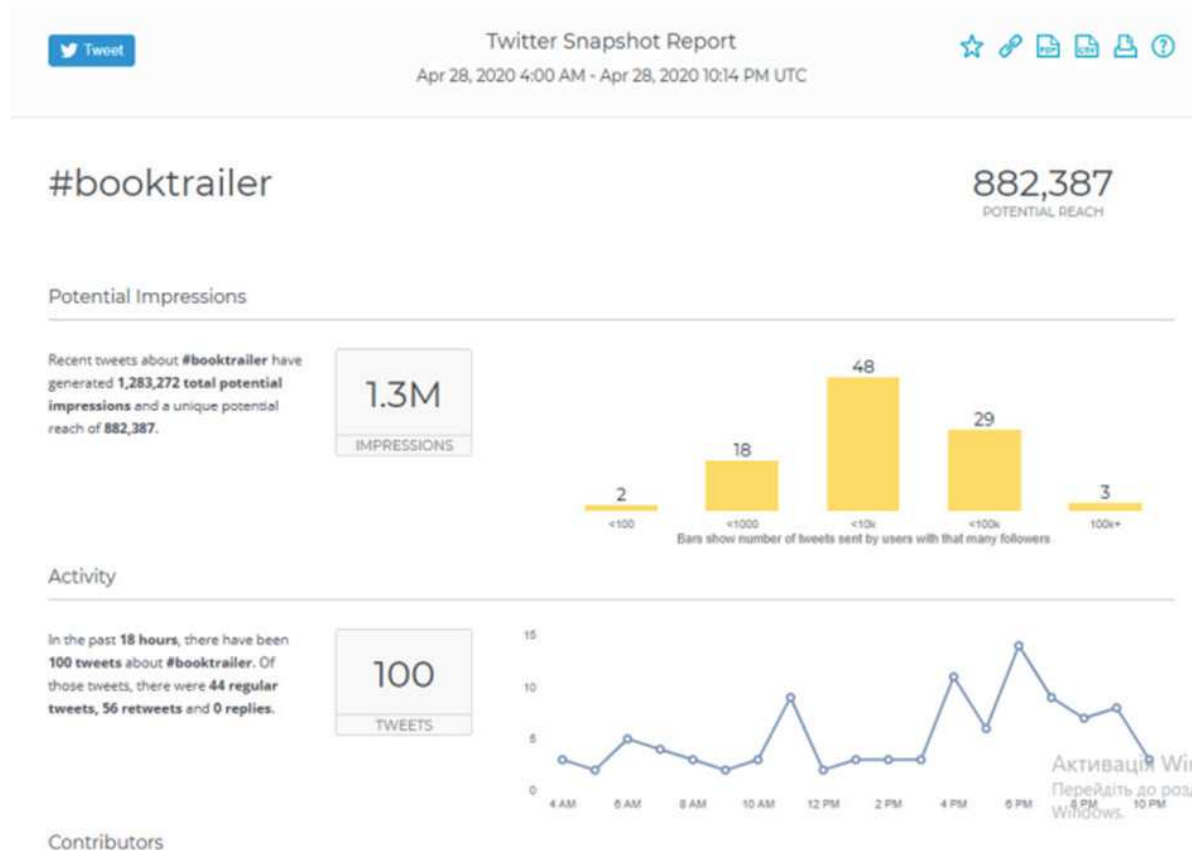


Figure 4. Statistics of hashtag #booktrailer in Twitter

Source: own author’s research, based on service – Free Twitter snapshot report from Union Metrics.

As we can see on Figure 5, this hashtag is mostly used on Twitter and Instagram, but not on Facebook. The results showed that these two networks are most focused on hashtags that were founded on Twitter, the communities on Instagram were built on hashtags. Facebook has a completely different privacy policy. Therefore, not all resources show how often hashtags were used on Facebook, because they are mostly personal accounts, in contrast to public ones on other social networks.

To visualize the dependencies and relationships of goals, which represents the distribution of the main goal or task or individual actions, use the tree of goals (Fig. 6). The goal tree is an information model of the project in the form of a diagram that reflects the idea of the main goal in the form of sub-goals.

The main goal in developing a “goal tree” was the functioning of book trailers in the development of literary tourism. After that, it was divided into three goals according to the order of their implementation. Thus, performing step-by-step tasks achieved these goals and ultimately the main purpose.

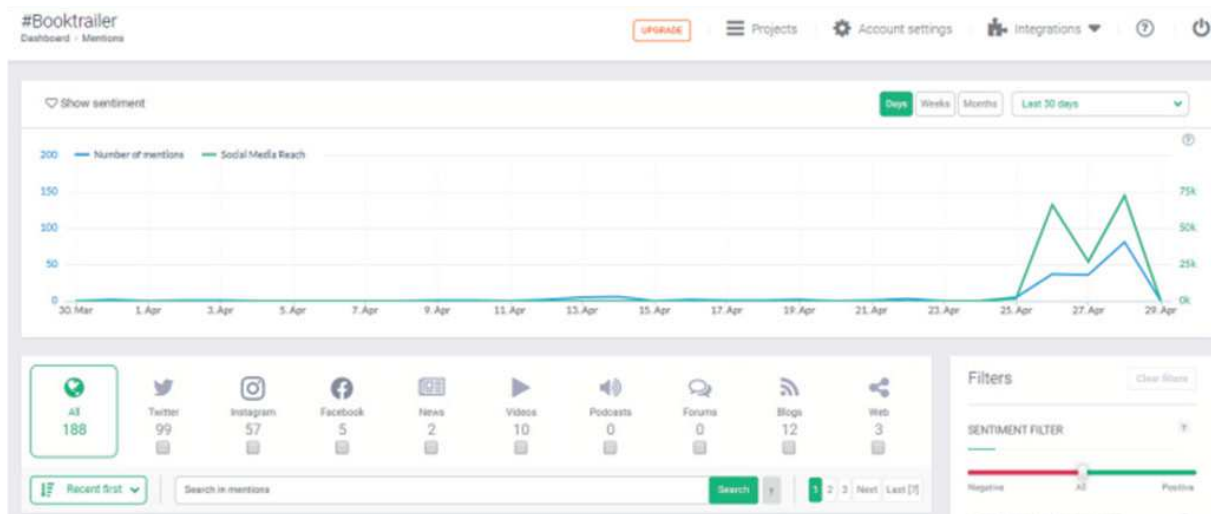


Figure 5. Statistics of hashtag #booktrailer in different social networks

Source: own author’s research, based on service Brand24 – Hashtag Tracking for Twitter, Instagram and Facebook .

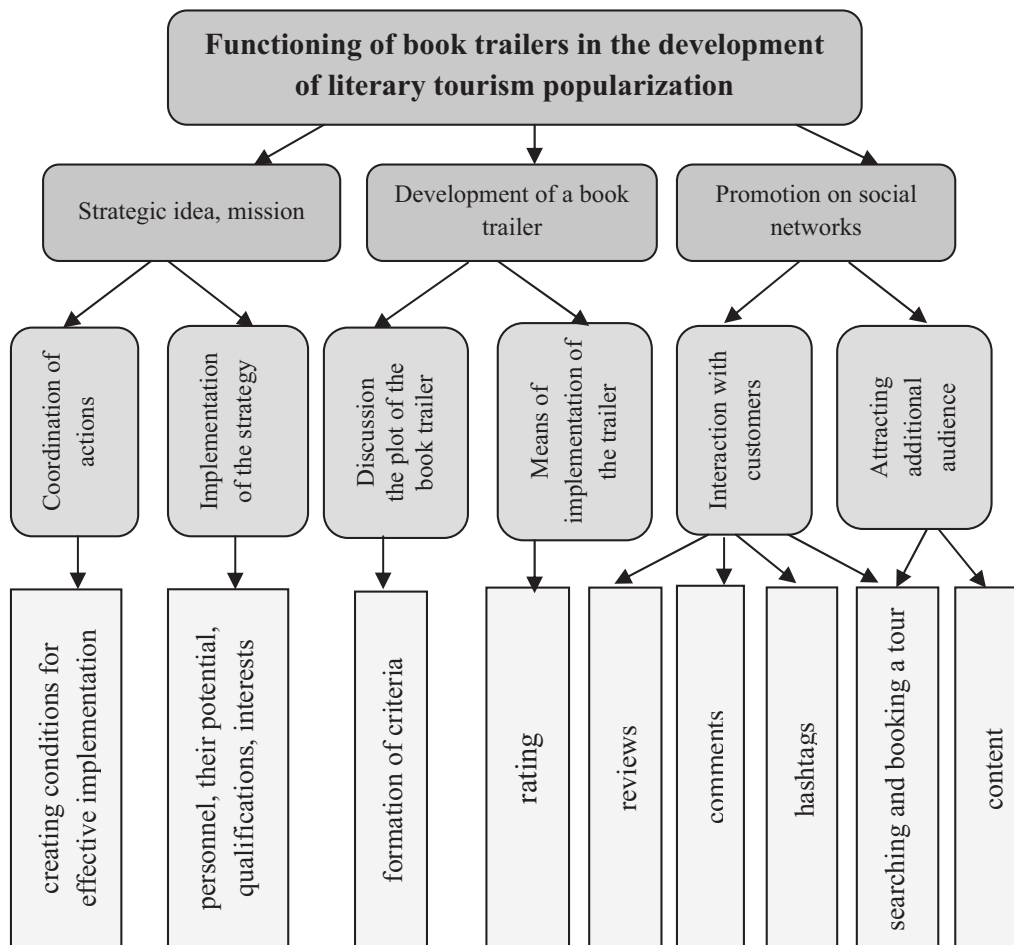


Figure 6. Creating a “goal tree”

Source: developed by authors.

Conclusions

Thus, the creation of book trailers implements interactivity, will provide a separate visual perception of the content of the book. The structure of video, photo, audio content will not reveal the content of the book, but will encourage you to read the full version of the book or visit places and plan tourist routes.

The study found that the trend under the hashtag #booktrailer gained popularity abroad a few years ago, and now it is on a fairly high rating due to the quarantine conditions imposed in connection with the coronavirus pandemic (COVID-2019). Comparing different social networks, we can say that the best audience for the trend's interest and popularization is Instagram and Twitter.

Thus, observing the high interest of social media users in such a multimedia format of book presentations as a book trailer will allow to pay attention and revive previously forgotten names, monuments and events, to re-evaluate the historical heritage. Therefore, for most Ukrainian regions and regions outside Ukraine, the focus on cultural, in particular, literary tourism is becoming one of the real opportunities for economic, social and cultural prosperity for a particular region.

References

- Fedushko S., Kolos S.: Effective Strategies for Using Hashtags in Online Communication, *International Journal of Computing and Related Technologies* 2018, no 2(2), pp. 82–90, <http://www.smiu.edu.pk/images/PDF/ijcrt-Volume-2-Issue-2.pdf> (access: 29.05.2020).
- Fedushko S., Syerov Y., Kolos S.: : Hashtag as a Way of Archiving and Distributing Information on the Internet, *CEUR Workshop Proceedings 2019*, vol. 2386: Workshop Proceedings of the 8th International Conference on Mathematics. Information Technologies, Education 2019, <http://ceur-ws.org/Vol-2386/paper20.pdf> (access: 29.05.2020).
- James B.: Role of literature in the sustainability of the tourism, <https://bennykarinattu.wordpress.com/2013/08/23/role-of-literature-in-the-sustainability-of-tourism/> (access: 29.05.2020).
- Moiteiro G.: What if Documentary Heritage Attracted Tourists? Thoughts on the Potential for Tourism of Historical Libraries and Archives, *Tourism and History World Heritage – Case Studies of Ibero-American Space* 2017, pp. 568–584.
- Robinson M., Andersen H.Ch.: *Literature and tourism*. Cengage Learning EMEA, London 2003.
- Shackley M.: Too much room at the inn?, *Annals of Tourism Research* 1996, no. 23, pp. 449–462.
- Sheikh S.: The Role of Libraries in the Development of Cultural Tourism with Special Emphasis to Central Library, Srinagar, *Advances in Economics and Business Management* 2019, vol. 6, no 1, pp. 76–78.
- Tokić K., Tokić I.: Tourism potential of libraries, *TOURISM: An International Interdisciplinary Journal* 2018. vol. 66, no. 4.
- Yang L., Xiaodong L.: Library + Tourism”: A New Direction for the Sustainable Development of Libraries, 2019, <http://library.ifla.org/2703/1/S09-2019-li-en.pdf> (access: 25.03.2020).
- Yankova I., Stoykova D.: Tourist Information in Libraries – Source to Improve Access to Objects of Cultural Heritage, *Journal of Balkan Libraries Union* 2016, vol. 4, no. 2, pp. 23–27, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/275568> (access: 25.03.2020). DOI: 10.16918/bluj.55013
- Білушчак Т., Акиджи В.: Особливості сервісів для створення віртуальних виставок у формуванні ефективного бібліотечно-інформаційного простору, *Вісник Книжкової Палати* 2019, no 2, pp. 45–48.

- Білушак Т.: Мультимедійні продукти бібліотечних інституцій як маркетингова стратегія у популяризації культурного туризму Львівщини, *Gesellschaftsrechtliche Transformationen von wirtschaftlichen Systemen in den Zeiten der Neo-Industrialisierung: Collective monograph*, Verlag SWG imex GmbH, Nuremberg 2020.
- Вовк Н.: Новітні маркетингові стратегії просування бібліотечних установ, *Вісник Книжкової Палати* 2017, no. 2(247), pp. 7–9.
- Косачова О.: Буктрейлер як ефективний медіаресурс сучасної бібліотеки, *Вісн. Кн. палати: наук.-практ. журн* 2014, no. 10, pp. 15–18.
- Полікарпова Ю.: Художня література і туризм як способи пізнання культурної спадщини, www.academia.edu/1828347/ (access: 29.05.2020).
- Рябова К.: Статистичний аналіз хештегів (на матеріалі соціальних мереж Twitter, Instagram, Google), II Міжнародна науково-практична конференція з проблем Теоретичної та прикладної лінгвістики, Kiev – Białystok, 16 November 2018.

Agnieszka Bitkowska✉, Krzysztof Łabędzki

Politechnika Warszawska

Uwarunkowania dostosowania usług transportu publicznego do potrzeb osób z niepełnosprawnościami

Streszczenie. Współczesne przedsiębiorstwa świadczące usługi transportu publicznego na rzecz miasta, podejmują działania mające na celu dostosowanie się do potrzeb i oczekiwań pasażerów. Organizacje reagują na przeobrażenia poprzez wiele działań służących przede wszystkim zapewnieniu jak najwyższej jakości usług przewozowych w odniesieniu do osób z niepełnosprawnościami. Celem artykułu jest zaprezentowanie dostosowania infrastruktury w transporcie publicznym do potrzeb osób z niepełnosprawnościami oraz zaprezentowanie wyników przeprowadzonych badań ankietowych dotyczących i ich korzystania w transporcie publicznym.

Słowa kluczowe: osoby z niepełnosprawnościami, usługi transportowe, transport publiczny

Wstęp

Zadania stawiane przed nowoczesnymi systemami zarządzania to adaptacja organizacji do turbulentnych warunków rynkowych gospodarki opartej na wiedzy oraz umiejętne wykorzystanie sygnałów dotyczących szans i zagrożeń płynących z otoczenia¹. Zarządzanie przedsiębiorstwem wymaga obecnie podjęcia skutecznych koncepcji i metod² poprzez innowacyjne rozwiązywania szczególnie w odniesieniu do realizowanych usług w transporcie publicznym. Celem artykułu jest zaprezentowanie rozwiązań w zakresie dostępności usług w transporcie publicznym z uwzględnieniem potrzeb osób z niepełnosprawnościami. W części badawczej zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych w 2018 roku, których celem było poznanie opinii respondentów dotyczących dostępności transportu publicznego dla osób z niepełnosprawnościami.

¹ E. Jaska, A. Werenowska: Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem w gospodarce opartej na wiedzy, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017, s. 10; J. Paliszkiwicz: The future of knowledge management. In Proceedings of the IFLA, Satellite Meeting – Knowledge management Section, Wrocław 2017.

² G. Gierszewska: Zarządzanie kapitałem intelektualnym w przedsiębiorstwie N.O, [w:] Zarządzanie w przedsiębiorstwie N.O. Droga do przyszłości, G. Gierszewska (red.), Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2020, s. 8.

✉ Agnieszka.Bitkowska@pw.edu.pl

Pojęcie niepełnosprawności w Polsce oraz w państwach Unii Europejskiej

Międzynarodową definicję niepełnosprawności przedstawiono w konwencji ONZ o prawach osób niepełnosprawnych. Stwierdzono tam, że do osób niepełnosprawnych zalicza się osoby, które mają długotrwale naruszoną sprawność fizyczną, umysłową, intelektualną lub w zakresie zmysłów, co może w oddziaływaniu z różnymi barierami utrudniać im pełny i skuteczny udział w życiu społecznym na zasadzie równości z innymi osobami³.

Definicja osoby z niepełnosprawnością obowiązująca w aspekcie prawnym na terenie Rzeczypospolitej Polskiej określa „osoby, których stan fizyczny, psychiczny lub umysłowy trwale lub okresowo utrudnia, ogranicza bądź uniemożliwia wypełnianie ról społecznych, a w szczególności ogranicza zdolności do wykonywania pracy zawodowej”. Zapisy te zawarto w ustawie o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób z niepełnosprawnością⁴. W Karcie praw osób niepełnosprawnych uznano za niepełnosprawnych te „osoby, których sprawność fizyczna, psychiczna lub umysłowa trwale lub okresowo utrudnia, ogranicza lub uniemożliwia życie codzienne, naukę, pracę oraz pełnienie ról społecznych, zgodnie z normami prawnymi i zwyczajowymi”⁵.

W Polsce ustawodawca dla potrzeb Zakładu Ubezpieczeń Społecznych charakteryzuje trzy stopnie niepełnosprawności, przedstawione poniżej⁶:

- Znaczny – do którego zalicza się osobę z naruszoną sprawnością organizmu, niezdolną do pracy albo zdolną do pracy jedynie w warunkach pracy chronionej i wymagającą, w celu odgrywania ról społecznych, stałej lub długotrwałej opieki i pomocy innych osób w związku z niezdolnością do samodzielnej egzystencji.
- Umiarkowany – do którego zalicza się osobę z naruszoną sprawnością organizmu, niezdolną do pracy albo zdolną do pracy jedynie w warunkach pracy chronionej lub wymagającą czasowej, albo częściowej pomocy innych osób w celu odgrywania ról społecznych.
- Lekki – zalicza się tu osobę o naruszonej sprawności organizmu, powodującej w sposób istotny obniżenie zdolności do wykonywania pracy, w porównaniu do zdolności, jaką wykazuje osoba o podobnych kwalifikacjach zawodowych z pełną sprawnością psychiczną i fizyczną, lub mająca ograniczenia w odgrywaniu ról społecznych dające się kompensować przy pomocy wyposażenia w przedmioty ortopedyczne, środki pomocnicze lub środki techniczne.

Wobec wielu podejść teoretycznych wybór definicji, a potem określonej dla potrzeb opisu i wyjaśniania kategorii analitycznej określanej mianem ograniczonej sprawności, niesprawności i/lub niepełnosprawności jest zabiegiem kluczowym, gdyż sposoby ro-

³ ONZ: Convention on the Rights of Persons with Disabilities, nr 61/06 (tłumaczenie z języka angielskiego), Nowy Jork 2006, s. 5, http://www.unic.un.org.pl/dokumenty/Konwencja_Praw_Osob_Niepelnosprawnychpdf (dostęp: 17.05.2020).

⁴ Ustawa o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz.U. 2011, nr 127, poz. 721 z późn. zm.), s. 5.

⁵ Uchwała Sejmu RP z dnia 1 sierpnia 1997 r. Karta Praw Osób Niepełnosprawnych (M.P. 1997 nr 50 poz. 475), s. 970.

⁶ Ustawa z dn. 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych, rozdz. 2 art. 3, (Dz.U. 1997, nr 123, poz. 776 z późn. zm.), s. 3–4.

zumienia i wyjaśniania tego pojęcia pełnić mogą i pełnią bardzo istotne dla procesu analizy i rozumienia funkcje instrumentalno-usługowe⁷.

Polskie prawodawstwo w sposób dość szczegółowy określa poszczególne wytyczne, etapy postępowania, a także charakterystyczne elementy, które pozwalają coraz lepiej funkcjonować osobom z różnego rodzaju dysfunkcjom. Wiele środowisk ciągle zabiega o aktualizowanie tych dokumentów, aby w pełni były przystosowane do bieżącej sytuacji. Wykaz aktów prawnych i pozostałych dokumentów określających sposób interpretowania i wytycznych dla osób niepełnosprawnych przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Regulacje prawne w zakresie niepełnosprawności

Rodzaj aktu prawnego	Nazwa
Ustawa	z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych.
	z dnia 20 czerwca 1992 r. o uprawnieniach do ulgowych przejazdów środkami publicznego transportu zbiorowego.
	z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej.
Rozporządzenie	Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z 15 lipca 2003 r. w sprawie orzekania o niepełnosprawności i stopniu niepełnosprawności.
	Ministra Edukacji Narodowej z dnia 10 Rozporządzenie Ministra Polityki Społecznej z dnia 6 sierpnia 2004 r. w sprawie określenia zadań samorządu województwa, które mogą być dofinansowane ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.
	Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 25 czerwca 2002 r. w sprawie określenia rodzajów zadań powiatu, które mogą być finansowane ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.
	Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 25 marca 2004 r. w sprawie warsztatów terapii zajęciowej.
	Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 22 maja 2003 r. w sprawie turnusów rehabilitacyjnych.
	Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 22 maja 2003 r. w sprawie szczegółowych zasad udzielania zwolnień od pracy osobom o znacznym lub umiarkowanym stopniu niepełnosprawności w celu uczestniczenia w turnusie rehabilitacyjnym.
	Rady Ministrów z dnia 12 października 2001 r. w sprawie szczegółowych zasad i trybu kierowania przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych na rehabilitację leczniczą oraz udzielania zamówień na usługi rehabilitacyjne.
	Ministra Edukacji Narodowej z dnia 10 sierpnia 2001 r. w sprawie standardów wymagań będących podstawą przeprowadzania sprawdzianów i egzaminów.
	Ministra Edukacji Narodowej z dnia 12 lutego 2001 r. w sprawie orzekania o potrzebie kształcenia specjalnego lub indywidualnego nauczania dzieci i młodzieży, oraz szczegółowych zasad kierowania do kształcenia specjalnego lub indywidualnego nauczania.
Konwencja	praw osób niepełnosprawnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wskazanych regulacji.

⁷ Z. Woźniak: Niepełnosprawność i niepełnosprawni w polityce społecznej, Academica Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2008, s. 17–22; M. Skierniewska K. Skroban: Dostępność oprogramowania użytkowego dla osób niepełnosprawnych i starszych w świetle standardów WCAG, Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych SGH 2018, nr 50, s. 141–152.

Należy także pamiętać, że sytuacja uległa zmianie na mocy traktatu akcesyjnego podpisanego dnia 14 kwietnia 2003 roku w Atenach będącego prawną podstawą przystąpienia (akcesji) Polski do Unii Europejskiej. Dało to dostęp do rozwiązań, które zostały zastosowane w krajach o wyższym stopniu dojrzałości i możliwość korzystania z tych rozwiązań w formie rozporządzeń, dyrektyw, decyzji oraz rezolucji, które zaprezentowano w tabeli 2.

Podstawowy problem w zakresie uwarunkowań prawnych został rozwiązany dzięki wdrożeniu wielu aktów prawnych stworzonych przez prawodawstwo polskie (tab. 1) oraz organy Unii Europejskiej (tab. 2). Wskazuje to na wysoki standard dbania o prawa osób z niepełnosprawnością. Interdyscyplinarność działań specjalistów pozwoliła na opracowanie powyższych zasad popartych odpowiednimi kompetencjami oraz poziomem zaangażowania. Należy także wskazać na poziom wiedzy o zarządzaniu, odpowiednim systemie zarządzania grupami kadrowymi, komunikacją i wsparciem zewnętrznych ekspertów.

Problematyka niepełnosprawności nabiera obecnie coraz większego znaczenia w społeczeństwie. Zainteresowanie niepełnosprawnością poszerza się wraz z narastaniem pojawiających się problemów (starzenie się społeczeństw, problemy zdrowotne, problemy z opieką, poruszaniem się). Wiąże się ono także z działaniem fundacji, kręgów integracyjnych i większym wsparciem pedagogiczno-psychologicznym. Może to sprzyjać niezwykle istotnej dla osób niepełnosprawnych minimalizacji dystansu społecznego.

Geneza i pryncypia realizacji projektu poprawy dostępności infrastruktury i taboru dla osób z niepełnosprawnościami w spółce transportu publicznego

W Unii Europejskiej panuje pogląd, że własne ograniczenia osób z niepełnosprawnościami w mniejszym stopniu utrudniają im uczestniczenie w życiu społecznym, aniżeli bariery środowiskowe. Pracownicy Komisji Europejskiej przyznali, że w samej Brukseli wiele budynków państwowych jest niedostępnych dla osób z niepełnosprawnością. W 2000 roku Komisja Europejska zaprezentowała strategię „Ku Europie bez barier dla osób z niepełnosprawnością” zmierzającą do likwidacji wszelakich barier utrudniających osobom niepełnosprawnym pełne uczestnictwo w życiu obywatelskim. Komisja zobowiązała się, że nie będzie finansować projektów, które nie spełniają wymagań dostępności. Zadecydowała również poprawić osiągalność środków transportu w komunikacji autobusowej, kolejowej, lotniczej i morskiej. W ustanowionej dyrektywie „Autobusy i autokary” nałożyła wymóg, aby wszystkie autobusy miejskie krajów Unii Europejskiej wyposażone były w specjalne pochylnie lub wysuwane automatycznie podłogowe platformy, by miały wydzielone miejsce dla osób niewidomych oraz psa przewodnika, jak również specjalne wyróżniki kolorystyczne dla osób niedowidzących. Wysoce krytykowanymi usługami transportowymi pod względem przystępności dla osób niepełnosprawnych są przewozy lotnicze. Tylko w wybranych krajach osoba z niepełnosprawnością może liczyć na wysoką jakość usług od momentu, gdy znajdzie się na lotnisku. Dochodzi często do sytuacji, że przewoźnicy gubią wózki inwalidzkie lub ich części (akumulatory, podnóżki, oparcia). Zdarzają się sytuacje, gdy operatorzy linii lotniczych odmawiają przyjęcia na pokład osób z niepełnosprawnością, czasem psów przewodników pomimo zgłoszenia tego podczas zakupu lub rezerwacji biletu.

Tabela 2. Wspólnotowe normy prawne w ujęciu osób niepełnosprawnych

Rodzaj aktu prawnego	Nazwa
Dyrektywa	Parlamentu Europejskiego i Rady 2012/29/UE z dnia 25 października 2012 r. ustanawiająca normy minimalne w zakresie praw, wsparcia i ochrony ofiar przestępstw oraz zastępująca decyzję ramową Rady 2001/220/WSiSW.
	Rady 2000/78/WE z dnia 27 listopada 2000 r. ustanawiająca ogólne warunki ramowe równego traktowania w zakresie zatrudnienia i pracy.
Rozporządzenie	Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 181/2011 z dnia 16 lutego 2011 r. dotyczące praw pasażerów w transporcie autobusowym i autokarowym oraz zmieniające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004.
	Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 1177/2010 z dnia 24 listopada 2010 r. o prawach pasażerów podróżujących drogą morską i drogą wodną śródlądową oraz zmieniające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004.
	Komisji (WE) NR 800/2008 z dnia 6 sierpnia 2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art. 87 i 88 Traktatu (ogólne rozporządzenie w sprawie wyłączeń blokowych).
	(WE) NR 1371/2007 r. z dnia 23 października 2007 r. dotyczące praw i obowiązków pasażerów w ruchu kolejowym.
	Komisji (WE) Nr 1998/2006 z dnia 15 grudnia 2006 r. w sprawie stosowanie art. 87 i 88 Traktatu do pomocy <i>de minimis</i> .
	(WE) NR 1107/2006 z dnia 5 lipca 2006 r. w sprawie praw osób niepełnosprawnych oraz osób o ograniczonej sprawności ruchowej podróżujących drogą lotniczą.
	Rady (WE) Nr 659/1999 z dnia 22 marca 1999r. ustanawiające szczegółowe zasady stosowania art. 93 Traktatu WE.
Rady (WE) Nr 994/98 z dnia 7 maja 1998r. dotyczące stosowania art. 92 i 93 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską do niektórych kategorii horyzontalnej pomocy państwa.	
Decyzja	Rady z dnia 14 kwietnia 2014 r. w sprawie podpisania, w imieniu Unii Europejskiej, Traktatu z Marrakeszu o ułatwieniu dostępu do opublikowanych utworów osobom niewidomym, niedowidzącym i cierpiącym na inne zaburzenia odczytu druku.
	Rady z dnia 26 listopada 2009 roku w sprawie zawarcia przez Wspólnotę Europejską Konwencji Narodów Zjednoczonych o prawach osób niepełnosprawnych (2010/48/WE).
	Komisji Europejskiej z dnia 27 czerwca 2007 r. w sprawie wsparcia dla zakładów aktywności zawodowej.
Rezolucja	Parlamentu Europejskiego z dnia 20 maja 2015 r. w sprawie listy pytań wstępnych przyjętej przez Komitet do spraw Praw Osób Niepełnosprawnych ONZ w odniesieniu do wstępnego sprawozdania Unii Europejskiej (2015/2684(RSP)).
	Parlamentu Europejskiego z dnia 11 grudnia 2013 r. w sprawie kobiet niepełnosprawnych (2013/2065(INI)).
	Parlamentu Europejskiego z dnia 25 października 2011 r. w sprawie mobilności i integracji osób niepełnosprawnych oraz europejskiej strategii na rzecz osób niepełnosprawnych 2010–2020 (2010/2272(INI) - link do serwisu Parlamentu Europejskiego.
	Rady Unii Europejskiej i przedstawicieli rządów państw członkowskich zebranych w Radzie Unii Europejskiej w sprawie nowych europejskich ram dotyczących niepełnosprawności (2010/C 316/01) opublikowana 20 listopada 2010 r.
	Rady Unii Europejskiej i przedstawicieli rządów państw członkowskich, zebranych w Radzie z dnia 17 marca 2008 r. w sprawie sytuacji osób niepełnosprawnych w Unii Europejskiej.
	Parlamentu Europejskiego z dnia 26 kwietnia 2007 r. w sprawie sytuacji kobiet niepełnosprawnych w Unii Europejskiej (2006/2277)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wskazanych regulacji.

W odniesieniu do miejskiego transportu i analizując liczbę linii metra w krajach europejskich, Polska jest dopiero w okresie rozwoju podziemnej kolei. Doświadczenie pozostałych krajów europejskich mających bardziej rozbudowaną sieć pozwala na korzystanie z wcześniej wdrożonych rozwiązań (tab. 3). Należy tutaj zwrócić uwagę, że ogół wprowadzonych zmian oraz uwzględnienie potrzeb osób niepełnosprawnych jako użytkowników metra na terenie m.st. Warszawy prezentuje się pozytywnie. Kluczowe znaczenie ma tutaj dialog prowadzony z organizacjami pozarządowymi, które są wyspecjalizowane w uwzględnianiu potrzeb osób z różnymi dysfunkcjami.

Tabela 3. Liczba linii i stacji metra w stolicach europejskich

Miasto	Liczba linii metra	Liczba stacji
Paryż	16	383
Madryt	13	289
Moskwa	12	206
Londyn	11	270
Barcelona	11	178
Berlin	10	195
Sankt Petersburg	5	67
Hamburg	4	99
Sztokholm	3	104
Warszawa	2	34

Źródło: opracowanie własne na podstawie World Metro Database, <http://www.metrobits.org/>, (dostęp: 15.05.2020).

W 2003 roku z mocy prawa przekształcono zakład budżetowy pod nazwą Metro Warszawskie m.st. Warszawy w spółkę prawa handlowego Metro Warszawskie Sp. z o.o. na podstawie art. 21 Ustawy z dnia 15 marca 2002 roku o ustroju m.st. Warszawy⁸. Władze nowo powołanej spółki niezwłocznie podjęły prace nad poprawą dostępności metra dla osób z niepełnosprawnością. Opracowano projekty dotyczące ułatwień w dostępności, które były finansowane z własnych środków. Punktem zwrotnym był wypadek niewidomego studenta Filipa Zagończyka w dniu 16.09.2008 roku na stacji metra Centrum⁹ w godzinach popołudniowych, co zwróciło publiczną uwagę na pojawiający się problem.

Po tych wydarzeniach z inicjatywy, a także z udziałem Metra Warszawskiego Sp. z o.o. w Ministerstwie Infrastruktury powstało rozporządzenie w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać obiekty budowlane metra i ich usytuowanie¹⁰,

⁸ Ustawa z dnia 15 marca 2002r o ustroju miasta stołecznego Warszawy (Dz.U. 2002, nr 41, poz. 361 z późn. zm.), s. 8.

⁹ R. Rybarczyk: Niewidzialne Metro, Życie Warszawy, <http://www.zw.com.pl/arttykul/288888.html> (dostęp: 02.05.2020).

¹⁰ Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 17 czerwca 2011 w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać obiekty budowlane metra i ich usytuowanie, (Dz.U. 2011, nr 144, poz. 8596 z późn. zm.), s. 2–5.

które m.in. unormowało sposób dostosowania metra do oczekiwań osób z niepełnosprawnościami. Początkowo regulacjami tymi planowano objąć także PKP PLK S.A (PKP Polskie Linie Kolejowe S.A)¹¹. Nie doszło to jednak do skutku.. Dostosowanie całej infrastruktury przewoźnika dla potrzeb osób niepełnosprawnych to wieloetapowy projekt, którego zaimplementowanie na tak dużym obszarze jest czasochłonne. Wymaga to od wielu środowisk wypracowania wspólnego stanowiska, a nie jest to proste ze względu na fakt, że każda ze stron ma swoje priorytety, a także nie zna ograniczeń drugiej strony. Przedsiębiorstwo jako główny wykonawca wskazówek od pozostałych musi podjąć ostateczną decyzję i wypośrodkować oczekiwania różnych grup osób niepełnosprawnych.

Na I i II linii metra efektem jest stworzenie ujednoliconego systemu dla osób niewidomych w postaci pinezek informujących o krawędzi peronu, tablicach tyflograficznych z informacją o opisie stacji i umiejscowieniu ważnych punktów, a także wykonanie ścieżek prowadzących do wyjść, dźwigów osobowych (pot. zw. windami), a także do punktów kontaktowych umożliwiających skontaktowanie się z obsługą stacji.

Obecnie spółka w swoich zasobach ma trzy rodzaje pociągów metra, które obsługują codziennie pasażerów w przewozach pasażerskich. Każdy skład wyposażono w sygnalizację dźwiękową i głosową w informowaniu o danej stacji oraz o następnej, jak również sygnalizację procedury zamykania drzwi. Najstarszym są wagony produkcji rosyjskiej seria „81” i odświeżona wersja „81” z 2008 roku. W procesie rozbudowy I linii metra dokonano zakupu wagonów koncernu Alston typ Metropolis. Ostatnim zakupem były wagony konsorcjum Siemens – Newag typu Inspiro. W związku ze specyfikacją techniczną urządzeń prowadzenia ruchu pociągów II linia metra może być obsługiwana tylko przez najnowsze pociągi z ostatniego zakupu – Inspiro.

Na terenie Rzeczypospolitej Polskiej według wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań z 2011 roku grupa osób niepełnosprawnych ogółem wynosiła w marcu 2011 roku prawie 4,7 mln (dokładnie 4 697,0 tys.). Osoby niepełnosprawne stanowiły 12,2% całej ludności kraju. Pokazuje to, że w poprzednim spisie w 2002 roku liczba osób niepełnosprawnych w Polsce przedstawiała się na poziomie 14,3% (około 5,5 mln osób niepełnosprawnych). Partycypacja mężczyzn w gronie osób niepełnosprawnych stanowiła 46,1% w porównaniu do 53,9% dla kobiet¹².

Należy podkreślić, że problemem związanym z organizacją publicznego transportu zbiorowego zaadaptowanego do potrzeb osób z niepełnosprawnościami jest kwestia udzielania zamówienia na wykonywanie przewozów (artykuł 21¹³ ustawy odnoszący się do specyfikacji istotnych uwarunkowań zamówienia). Można uwzględnić w szczególności normy jakości i powszechną dostępność świadczonych usług, w tym rozwiązania techniczne zastosowane w środkach transportu służące osobom z niepełnosprawnościami i osobom o ograniczonej zdolności ruchowej. Pomimo problemów wynikających z wielu detali związanych z zapew-

¹¹ <https://www.pkp.pl/pl/grupa-pkp/spolki-grupy> (dostęp: 03.05.2020).

¹² <http://www.niepelnosprawni.gov.pl/index.php?c=page&id=78> (dostęp: 29.05.2020).

¹³ Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 9 grudnia 2019 w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o publicznym transporcie zbiorowym (Dz.U. z 2019 r. poz. 2475, z późn. zm.).

nieniem dostępności transportu zbiorowego dla potrzeb osób z niepełnosprawnościami w ostatnich latach można zauważyć pozytywną tendencję w kwestii dostosowania transportu publicznego do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (tab. 4).

Tabela 4. Udział taboru dostosowanego dla potrzeb osób z niepełnosprawnościami (lata wybrane)

Rok	Udział procentowy
2005	25,9
2010	50,6
2017	73,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Projekt Strategii 1.10 do konsultacji publicznych, <http://www.niepelnosprawni.gov.pl/art,1025,ogloszenie-o-konsultacjach-publicznych-projektu-uchwaly-rady-ministrow-w-sprawie-przyjecia-dokumentu-strategia-na-rzecz-osob-z-niepelnosprawnosciami-2020-2030> (dostęp 29.05.2020)

Władze miasta starają się w sposób dość aktywny wspierać osoby z jakąkolwiek niepełnosprawnością. Dynamicznie reagują na ich potrzeby, prowadząc różnego rodzaju konsultacje społeczne. Analizy dokonano na przykładzie m.st. Warszawa. Wybór nie był przypadkowy, ponieważ jest to na obecną chwilę jedyne miasto w kraju oferujące najbardziej rozbudowaną sieć transportu publicznego. Poziom rozwinięcia stolicy jest na porównywalnym poziomie jak pozostałych państw europejskich. W Warszawie mieszka, pracuje oraz spędza czas wolny 1 720 398 mieszkańców¹⁴. Liczba osób z niepełnosprawnościami wynosi 140 552¹⁵, co stanowi 8,2% ogółu mieszkańców stolicy.

Dążeniem zarządzających infrastrukturą transportu miejskiego jest wsparcie tej grupy społecznej z uwzględnieniem czynników takich jak: wygoda, bezpieczeństwo i dostęp dla wszystkich. Działania podejmowane są w celu ułatwienia podróżowania osobom z ograniczoną sprawnością oraz niepełnosprawnym korzystającym m.in. z wózków inwalidzkich, osobom z dysfunkcją narządu słuchu lub wzroku, osobom starszym, czasowo lub stale poruszającym się o kulach, jak również rodzicom z dziećmi w wózkach. Stołeczna komunikacja z perspektywy zarządzania projektem jest dość dużym organem, co stawia pewne wyzwania przed osobami odpowiedzialnymi za transport począwszy od środków organizacyjnych, a kończąc na technicznych. Przygotowanie, planowanie oraz wdrożenie jakichkolwiek zmian w układzie komunikacyjnym pociąga za sobą zaangażowanie znacznej liczby pracowników, jak i ekspertów. Znajduje to uzasadnienie poprzez celowe podejście do planowania i projektowania z pozostałymi obszarami codzienności, których głównym zadaniem jest promowanie równości i zapewnienie pełnego uczest-

¹⁴ GUS: Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2010 r. Stan w dniu 31.12, Warszawa, 2011, s. 13, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-stand-i-struktura-w-przekroju-terytorialnym-2010-r-,6,9.html> (dostęp 29.05.2020).

¹⁵ Warszawski Program Działań na Rzecz Osób Niepełnosprawnych na lata 2010–2020, Załącznik do uchwały nr LXXXIX/2644/2010 Rady m. st. Warszawy z dnia 9 września 2010 r., s. 13

nictwa w życiu społecznym osobom z obniżoną funkcjonalnością poprzez usuwanie barier i zapobieganie powstawaniu nowych.

W odniesieniu do transportu publicznego takie rozwiązania wiążą się z wykorzystaniem metod i narzędzi z zakresu zarządzania projektami, co ma wpływ na dostępność obszaru publicznego oraz możliwości korzystania z przystanków, stacji lub dworców. Ważne znaczenie ma też „przyjazność” dworców kolejowych, autobusowych i miejsc przystankowych transportu miejskiego. W przypadku m.st. Warszawy najwyższy poziom dostawania osiągnięto w obszarze środka transportu, jakim jest metro.

Na terenie aglomeracji warszawskiej przewoźnicy starają się modernizować tabor transportowy. Przejawia się to w realizacji różnego rodzaju przetargów, a finansowanie modernizacji odbywa się najczęściej ze środków własnych oraz funduszy europejskich. Każdy przewoźnik sam określa specyfikację techniczną przedmiotu zamówienia publicznego. Poprzedzone jest to różnego rodzaju konsultacjami społecznymi z organizacjami oraz z mieszkańcami Warszawy. Efektem tych zmian jest zakup nowego taboru oraz projektowanie rozwiązań infrastrukturalnych.

Operatorzy transportu publicznego powinni uwzględniać potrzeby osób z niepełnosprawnościami, a w szczególności osób z ograniczoną sprawnością ruchową czy wzrokową w celu zapewnienia im codziennego funkcjonowania. W specyfikacjach technicznych zgodnie z przepisami wewnętrznymi, jak i wytycznymi Unii Europejskiej określone są podstawowe wymagania dotyczące poszczególnych elementów dostosowanych dla tych osób, tj.: siedzeń, informacji pasażerskiej, zmiany wysokości, urządzeń wspomagających wsiadanie, miejsca na wózki inwalidzkie, drzwi, oświetlenia, poręczy¹⁶.

Środki transportu publicznego w m.st. Warszawa, czyli autobusy, metro, SKM (Szybka Kolej Miejska) oraz część tramwajów jest w ok. 60% dostosowana do przewozu osób z niepełnosprawnościami, w tym ograniczeniem ruchowym. Dzięki wdrożonym udogodnieniom korzystają z tego także rodzice z dziećmi przewożonymi wózkami. Przemierzanie miasta jest znacznie prostsze, jeżeli pasażer również ten z pewnymi ograniczeniami jest też dobrze poinformowany, umieszczone zostały odpowiednie oznaczenia. Wszystkie nowe pojazdy, przystanki oraz stację podziemnej kolejki są wyposażone w system informacji pasażerskiej, w której skład wchodzi monitor oraz informacja głosowa o postojach i kursie. Wychodząc naprzeciw osobom z niepełnosprawnościami, przygotowano wraz z Fundacją Integracja publikację „Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością” przewodnik, jak można prosto i łatwo nawiązać kontakt z ww. osobami.

Realizacja projektu dostosowania infrastruktury oraz taboru metra warszawskiego do potrzeb osób niepełnosprawnych w opinii respondentów

Głównym celem badania była ogólna ocena opinii pasażerów metra na temat funkcjonowania usług transportowych pod kątem potrzeb osób z niepełnosprawnościami i obserwowanych pozostających zmian w tym zakresie. Badaniem ankietowym zostało objętych 112 osób. Kwestionariusz został rozesłany do osób, które uprzednio wyraziły

¹⁶ Ustawa o rehabilitacji zawodowej..., op. cit., s. 4–5.

na to zgodę za pośrednictwem wiadomości e-mail z odnośnikiem do przygotowanego formularza. Wywiad przeprowadzono w pierwszym półroczu 2018 roku, uwzględniając takie kryteria jak: wiek, płeć oraz wykształcenie. Wiek i płeć respondentów były zróżnicowane, co zaprezentowano w tabeli 5.

Tabela 5. Wiek i płeć respondentów

Wiek	20–30 lat	31–40 lat	41–50 lat	< 50 lat	Suma	20–30 lat (%)	31–40 lat (%)	41–50 lat (%)	< 50 lat (%)
Liczba respondentów	37	45	26	4	112	33	30	23	4
Płeć respondentów									
Kobiety	23	25	15	0	63	21	22	13	0
Mężczyźni	14	20	11	4	49	13	18	10	4

Źródło: badania własne.

Respondenci legitymowali się zróżnicowanym poziomem wykształcenia. Najliczniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem wyższym w liczbie 63 osób (56% ogółu), na drugim miejscu uplasowały się osoby z wykształceniem średnim – 33 osoby (29%), kolejne miejsce natomiast zajęły osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 11 (10%) oraz podstawowym – 5 osób (5% ogółu).

W pierwszej kolejności uzyskano informację o korzystaniu z podziemnej kolejki m.st. Warszawy i napotykanii osób z niepełnosprawnością, gdzie 64% odpowiedzi była twierdząca, z kolei 26% nie spotykało takich osób, tylko 10% ankietowanych nie potrafiło udzielić jednoznacznej odpowiedzi.

Geneza budowy i rozwoju podziemnej kolejki na terenie Warszawy wiązała się z faktem, iż oddawanie kolejnych stacji I linii metra, jak również budowa II linii metra trwa nadal. Na kolejnych etapach budowy rozwiązania dla osób z niepełnosprawnością są udoskonalane. Kolejnym zagadnieniem było określenie, jak osoby bez żadnej dysfunkcji widzą poruszanie się osób niepełnosprawnych podczas wchodzenia lub wychodzenia z metra. Jedynie 21% respondentów nie stwierdziło problemu, 59% uważało, że jest to problem, 20% nie miało na ten temat zdania.

Uzyskano także informację jak oceniana jest dostępność stacji metra pod kątem zróżnicowanych rozwiązań i ułatwień dla osób niepełnosprawnych. Ponad połowa osób badanych (56%) oceniła dostępność stacji dobrze, a 21% uważało, że jest ona niewystarczająca. W opinii 5% badanych była ona zła, 18% ankietowanych natomiast nie miało zdania w tym aspekcie.

Na cały układ podziemnej kolejki w Warszawie oprócz budowli, składają się także pojazdy, które przewożą pasażerów. W związku z tym, że przewoźnik ma cztery rodzaje omówionych wcześniej pojazdów szynowych, ich oceny były zróżnicowane. Pozytywnie

na temat taboru metra wypowiedziało się 61% badanych. Tylko 10% oceniło go negatywnie, a 29% respondentów nie miało zdania na ten temat.

Badano także postawę pasażerów pełnosprawnych dotyczącą ich zachowania i pomocy osobom z niepełnosprawnościami oraz przejawów tej pomocy w formie zgłoszenie wszelkich problemów do odpowiednich służb. Niestety postawy te kształtowały się niekorzystnie. Chęć poinformowania obsługi metra o problemach osoby z niepełnosprawnością w zakresie korzystania z tego środka transportu wyraziło tylko 11% badanych, obojętność zaś aż 83%. Pozostała część respondentów nie potrafiła jednoznacznie określić swojego stanowiska.

Jednym z elementów badania była ogólna ocena i wyrażenie subiektywnej opinii pasażerów metra na temat funkcjonowania całego układu pod kątem potrzeb osób niepełnosprawnych i obserwowanych pozytywnych zmian w tym zakresie. Najniższą ocenę, czyli 1 przyznało 4% badanych, ocenę 2 – 11%, 3 – 30%, 4 – 29%, a najwyższą oceną, czyli 5 – 25% respondentów. Nasuwa się więc wniosek, iż w opinii badanych kierunek zmian jest zgodny z oczekiwaniami respondentów. Ogólna sytuacja nie jest zła, a pozytywne zmiany są zauważalne. Wskazane są jednak dalsze starania. W ostatnim pytaniu zapytano respondentów, co według nich jest najlepiej przystosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Wskazania, który element stołecznej kolejki podziemnej według ich oceny jest najlepiej przystosowany dla osób niepełnosprawnych. Okazało się, że najlepszą dostępnością cieszą się stacje metra – 33%, na drugim miejscu ankietowani uznali dwa elementy metra, czyli stacje i pojazdy metra – 27%, trzecie miejsce przypadło samemu taborowi – 24%¹⁷. Na słabe przystosowanie wskazało 16% badanych. Generalna ocena jakości usługi przewozowej, jak i konkretnych elementów wpływających na nią kryteriów potwierdza wyraźnie pozytywny obraz przedsiębiorstwa według ankietowanych.

Podsumowanie

Przewaga przedsiębiorstw świadczących usługi w układzie transportu zbiorowego jest zdeterminowana przez wiele czynników. Pierwszym z nich jest badanie potrzeb osób z niepełnosprawnościami oraz reagowanie na ich oczekiwania, drugi to zarządzanie projektem w zakresie właściwego dostosowania infrastruktury oraz taboru. Przewaga ta będzie miała charakter trwały tylko wtedy, gdy konfiguracja zasobów oraz kompetencji umożliwi przedsiębiorstwom w sposób elastyczny dostosowanie się do preferencji i potrzeb pasażerów, uniemożliwiając konkurencji powielenie stosowanej przez organizację strategii.

Operatorzy powiększają dostępność taboru oraz infrastruktury, dodatkowo zapewniając możliwość wsparcia dla osób z niepełnosprawnościami. Przeprowadzanie kampanii informacyjnych osób sprawnych i osób z niepełnosprawnością też zachęci coraz większą liczbę osób do korzystania z transportu publicznego. Doprowadzić to może do zmniejszenia izolacji i wykluczenia społecznego osób z niepełnosprawnościami.

¹⁷ Pierwsze pytanie dotyczyło całości i oceny w skali od 1 do 5, a drugie pytanie miało na celu wskazanie przez ankietowanych wybranych elementów metra wg nich, co jest najlepiej przystosowane.

Literatura

- Gierszewska G. (red.): Zarządzanie w przedsiębiorstwie N.O. Droga do przyszłości, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2020.
- Gierszewska G.: Zarządzanie kapitałem intelektualnym w przedsiębiorstwie N.O, [w:] Zarządzanie w przedsiębiorstwie N.O. Droga do przyszłości, G. Gierszewska (red.), Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2020.
- GUS: Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2010 r. Stan w dniu 31.12, Warszawa 2011, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/ludnosc-stan-i-struktura-w-przekroju-terytorialnym-2010-r-,6,9.html> (dostęp 29.05.2020).
- <http://www.metrobits.org/> (dostęp: 15.05.2020).
- <http://www.niepelnosprawni.gov.pl/index.php?c=page&id=78> (dostęp: 29.05.2020).
- <https://www.pkp.pl/pl/grupa-pkp/spolki-grupy> (dostęp: 03.05.2020).
- Jaska E., Werenowska A.: Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem w gospodarce opartej na wiedzy, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2017.
- Metro Warszawskie: Raport roczny spółki Metro Warszawskie 2017, Warszawa 2017.
- Metro Warszawskie: Raport roczny spółki Metro Warszawskie 2018, Warszawa 2018.
- ONZ: Convention on the Rights of Persons with Disabilities, nr 61/06, Nowy Jork 2006, http://www.unic.un.org.pl/dokumenty/Konwencja_Praw_Osob_Niepelnosprawnychpdf. (dostęp: 17.05.2020).
- Paliszkiwicz J.: The future of knowledge management. In Proceedings of the IFLA, Satellite Meeting – Knowledge management Section, Wrocław 2017.
- Projekt Strategii 1.10 do konsultacji publicznych, <http://www.niepelnosprawni.gov.pl/art,1025,ogloszenie-o-konsultacjach-publicznych-projektu-uchwaly-rady-ministrow-w-sprawie-przyjecia-dokumentu-strategia-na-rzecz-osob-z-niepelnosprawnosciami-2020-2030> (dostęp: 29.05.2020r.).
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 17 czerwca 2011 w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać obiekty budowlane metra i ich usytuowanie, (Dz.U. 2011, nr 144, poz. 8596 z późn. zm.).
- Rybarczyk R.: Niewidzialne Metro, Życie Warszawy, <http://www.zw.com.pl/arttykul/288888.html> (dostęp: 02.05.2020).
- Skierniewska M., Skroban K.: Dostępność oprogramowania użytkowego dla osób niepełnosprawnych i starszych w świetle standardów WCAG, Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych SGH 2018, nr 50, s. 141–152.
- Uchwała Sejmu RP z dnia 1 sierpnia 1997 r. Karta Praw Osób Niepełnosprawnych (M.P. 1997 nr 50 poz. 475).
- Ustawa o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz.U. 2011, nr 127, poz. 721 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 15 marca 2002 r. o ustroju miasta stołecznego Warszawy (Dz.U. 2002, nr 41, poz. 361 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych, rozdz. 2 art. 3, (Dz.U. 1997, nr 123, poz. 776 z późn. zm.).
- Warszawski Program Działań na Rzecz Osób Niepełnosprawnych na lata 2010–2020, Załącznik do uchwały nr LXXXIX/2644/2010 Rady m. st. Warszawy z dnia 9 września 2010 r., http://politykaspoleczna.um.warszawa.pl/sites/politykaspoleczna.um.warszawa.pl/files/arttykuly/zalaczniki/uch_2644_zal1.pdf (dostęp: 29.05.2020).

World Metro Database, <http://www.metrobits.org/> (dostęp: 15.05.2020).

Woźniak Z.: Niepełnosprawność i niepełnosprawni w polityce społecznej, Academica Wydawnictwo SWPS, Warszawa 2008.

Determinants of public transport services for the needs of persons with disabilities

Summary. Modern companies render services public transport in to the city. In order to function in dynamically following conditions, and more importantly unpredicted changes in the environment, as well as in internal conditions. The needs of customers each all kinds of transport for example bus, rail etc. Organizations are responding to transformations through a number of activities primarily aimed at ensuring the highest quality of transport services. The article is to discuss how to adapt infrastructure in public transport to the needs of people with disabilities. Presenting the results of surveys conducted on disabled people and their use of public transport.

Key words: the disabled person, public transport, transport service

Vicky Katsoni¹✉, Tilemachos K. Koliopoulos²

¹University of West Attica, Department of Tourism Management

² Collaborator University of West Attica, Department of Public Health & Community Health

Innovative Airport Designs' Infrastructures to support an Integrated Sustainable Tourism Policy for Sustainable Development and Public Health Protection

Summary. In this paper are investigated actions for public health protection in airports' tourism facilities and actions that promote innovation at Airports' sustainable construction infrastructures to minimize associated pollution threats. An integrated framework is presented based on a comprehensive and analysis of the community airport tourism centers and sustainable design facilities in sustainable construction infrastructures in transportation related to waste management facilities and energy recovery from landfill emissions that are produced at nearby places at airports. Research in Sustainable Airport Designs and Infrastructures is necessary to solve common operating problems, to adapt appropriate useful information technologies, and to introduce innovations into the airport tourism industry. The study reveals sustainability dimensions that are lagging or require much greater attention, such as sustainable designs, environmental management, monitoring, safety and public health protection of tourists at airport facilities. In this study are presented useful solutions for sustainable airport designs that promote sustainability supporting an Integrated Sustainable Tourism Policy for Public Health Protection and Sustainable Development within associated infrastructures and airport facilities. Useful conclusions are made for the airport tourism industry, sustainable infrastructures, environmental technologies, renewable resources, sanitary facilities and associative infrastructures developing innovative near-term solutions to meet demands placed on it.

Key words: Sustainable tourism, ICTs – Technological innovation in airports, public health protection, sustainable designs in tourism, tourism marketing management, renewable resources

Introduction

Tourism is generating revenue and creating employment opportunities and jobs on a large scale basis in related sectors such as hotels, guest houses, restaurants, catering services, transport, guides and mule porters, shops, retailers, handicrafts etc. As web information pages in tourism industry become more common, there is an increasing interest in the factors underlying the development of online assistance services for tourists

✉ katsoniv@gmail.com

and stakeholders for sustainable airport infrastructures and associated tourism facilities. The tourism industry is now an important socio-economic factor for the district.

According to some sources, today tourism is a major contributor to the local economy in Greece. This statistic presents the total contribution of travel and tourism to GDP in Greece from 2012 to 2018. Over this period, the contribution of the travel and tourism industry to GDP in Greece has increased, reaching approximately EUR 35 billion in 2017¹. But the benefits of the tourism industry are still concentrated mostly in and around Leh town. However, all infrastructural systems (sustainable designs in waste management at airport infrastructures, solid waste disposal, exploitation of land-fill emissions, water supply distribution networks, sewage networks, sanitation, clean energy use in airports infrastructures, power from renewable resources, sustainable construction designs etc.) are under parallel increasing pressures.

Tourism generates over a quarter of Greece's gross domestic product, according to data presented on Wednesday by the Institute of the Greek Tourism Confederation (INSETE). The data highlight the industry's importance to the national economy and employment, as well as tourism's quasi-monopolistic status in the country's growth. In Greece, according to the latest figures available, at least 1 p.p. out of the 1.9 points of economic expansion last year came from tourism. The INSETE report showed that tourism is amounting to EUR 21.6 billion or 11.7% of GDP, it had a direct impact on the economy in 2018. This was up by 13.3% or EUR 2.5 billion from 2017. Directly and indirectly, tourism accounted for between EUR 47.4 billion and 57.1 billion, or 25.7 to 30.9% of GDP. These figures amount to about half of the economy's total expansion. Given that travel receipts rose by 10.1% last year from 2017, per the Bank of Greece, to reach EUR 16.113 billion, tourism has added EUR 1.483 billion to Greece's GDP just through its direct impact, and much more indirectly².

Moreover, that also illustrates the country's great dependence on tourism, as Greece has not developed any other important sector, with the possible exception of shipping, which accounts for about 7% of GDP. At peak season last year, tourism employed 411,000 people in accommodation and food service companies alone, contributing 16.7% of the country's employment. When the indirect impact of tourism is factored in, including professions such as transport etc, its share in national employment ranged between 36.7 and 44.2%, making it the main factor in the reduction of unemployment, particularly for young people, according to INSETE.

The tourism sector also made a sizable contribution in terms of investment activity, amounting to EUR 5 billion in 2018, and 90% of the sector's revenues originated from abroad³.

However, airports are vital global resources. They serve a key role in transportation of people and goods and in regional, national, and international commerce. They are

¹ I. Bellos: Greece is over-reliant on tourism, ekathimerini, <http://www.ekathimerini.com/241056/article/ekathimerini/business/greece-is-over-reliant-on-tourism> (access: 30.06.2019).

² Ibidem.

³ Ibidem.

where the nation's aviation system connects with other modes of transportation and shipment of goods for tourism's stakeholders where responsibility for sustainable infrastructures and managing transportation operations intersects with the role of local governments and stakeholders own and operate most airport facilities.

Regional Airport infrastructures in Greece and the necessity of ICT's to promote tourism infrastructures

The efficient distribution of air services became necessary immediately after air transport deregulation in American airline industry in the mid '70s when the fare structure changed and price war between the airlines increased the need for computing and communication. By then, Central Reservation Systems (CRSs) contributed to the airlines with internal organization improvement and inventory management. A decade later, travel agencies, as stakeholders of travel industry demanded access in an integrated terminal of fares and information. As a result, CRSs were soon been transformed into the so-called Global Distribution Systems (GDSs) that penetrated tourism industry to become important leaders of travel market purchase and powerful intermediaries up to date⁴.

Air travel became more accessible to the individuals at more affordable prices, while airlines enjoyed the fact that by 2003, 6% of tickets were booking directly via their own websites to become gradually the major distribution mechanism worldwide. In fact, as the mobile devices are both integral and essential parts of everyday life, cross-device travel purchase has been increased by 10% in 2017 leading to a significant trend change when it comes to distribution channels booking shares⁵. Admittedly, the commission per booking in GDSs has always been an issue to impede cost reduction for travel service suppliers, especially for network airlines that have to deal with competition from Low Cost Carriers that, empowered by the emergence of Internet in the mid '90s and other Information and Communication Technologies (ICTs) tools, avoided such costs being able to offer lower fares.

Consequently, online direct sales were inevitable from all market players with network carriers to adopt new methods of air services distribution. Internet and mobile technologies enabled consumers to acquire travel-related information and purchase core and ancillary tourism products from tourism suppliers directly⁶ and there were a number of ICT-enabled innovations introduced in air transport industry including electronic tickets, proactive and reactive yield management, commission capping and publication of net fares, financial benefits from self-online booking, powerful Customer

⁴ D. Buhalis: eAirlines: strategic and tactical use of ICTs in the airline industry, *Journal of Information and Management* 2004, vol. 41(7), pp. 805–825.

⁵ A. Dichter: How to serve today's digital traveler, McKinsey & Company Report, New York 2018, <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/how-to-serve-todays-digital-traveler> (access: 10.07.2019).

⁶ D. Buhalis: eAirlines: strategic and tactical..., op. cit.; C. Morosan: Toward an integrated model of adoption of mobile phones for purchasing ancillary services in air travel, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 2014, vol. 27, no 2, pp. 246–271.

Relationship Management Systems (CRM), online promotions and advertising; an evolution which clearly worked for the mutual benefit for both passengers and airlines.

ICT trends in the hotel industry are increasing on a daily basis. The development of ICT has dramatically changed the way customers interact and seek information, as well as the way they purchase services⁷. Hotel managers are now fully aware of the benefits that ICT in the hospitality industry, and accordingly, are motivated to create greater awareness of the hotel with the goal of establishing mutually beneficial interactive relationships with guests. Having no geographical or physical barriers, the Internet is considered a competitive marketing channel in the hospitality and tourism industry⁸. Rather than actually going to a travel agent, travelers increasingly prefer interacting with the tourism business online to conveniently obtain information on destinations, prices or schedules⁹. Hotels understand the Internet to be a tool that allows potential guests to find information about them and that motivates guests to make a reservation at the hotel¹⁰.

It is clear that ICT's in Tourism industry for stakeholders are necessary meeting future challenges¹¹. ICT's are coming to promote places as semantic destinations for several groups in tourism industry especially for tourists that would like to combine tourism with eco-tourism and associated healthcare tourism facilities either natural or artificial. Proper sustainable construction designs and associated qualitative facilities should exist in healthcare tourism facilities and associated types of tourism¹².

⁷ R. Leung, R. Law: Evaluation of Hotel Information Technologies and EDI Adoption: The Perspective of Hotel IT Managers in Hong Kong *Cornell Hospitality Quarterly* 2013, vol. 54, issue 1.

⁸ B. Doolin, S. Dillon, F. Thompson, J. Corner: Perceived Risk and the Internet Shopping Experience in Online Purchasing Behaviour in New Zealand, 7th annual COLLECTer conference on electronic commerce, Melbourne, 1–2 December, 2002.

⁹ A. Greenspan: Risk and Uncertainty in Monetary Policy, *American Economic Reviews* 2004, no. 94, pp. 33–40.

¹⁰ B. Milović: Social Media and eCRM as a Prerequisite for Hotel Success, *Management Information Systems* 2012, vol. 7, no 3, pp. 26–31.

¹¹ V. Katsoni: The Strategic Role of Virtual Communities and Social Network Sites on Tourism Destination Marketing, *e-Journal of Science & Technology* 2014, vol. 9(5), pp. 107–117; V. Katsoni: ICT applications in the hotel industry through an e-CRM systems theory approach, *Academica turistica (Spletna izd.)* 2015, vol. 8, no 1, pp. 15–23 <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:doc-VES5GDHR> (access: 10.07.2019); V. Katsoni: The effects of ICTs on tourism distribution channels and DMOs marketing strategies, [in:] *New media, entrepreneurship and sustainable tourism development*, Z. Andreopoulou, N. Leandros, G. Quaranta & R. Salvia (Eds), Francoangeli, Mediolan, 2017, pp. 58–66; T. Koliopoulos, V. Katsoni: The Innovative Health Tourism's Environmental Management Sustainable Design Facilities Assessment Capability, [in:] *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability. Fifth International Conference IACuDiT*, V. Katsoni, M. Segarra-Oña (Eds), Springer, Athens 2018, pp. 79–87, Doi: 10.1007/978-3-030-03910-3_6.; T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools for Health Tourism's Sustainability and Safe Mobility, *Journal of Emerging Environmental Technologies and Health Protection* 2018, vol. 1, pp. 138–146.

¹² T. Koliopoulos, V. Katsoni: The Innovative Health..., op. cit.; T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools for Health..., op. cit.

In this paper are investigated the new 14 airport regional infrastructures that have been developed the last 5 years in Greece by Fraport¹³. The identification is focused not only on airports that need more expansion of their sustainable development in their infrastructures but also in airports that need more support to be developed properly and to be competitive so as to meet the challenges of tourism growth in Greece supporting sustainability and public health protection.

On 14 December 2015 Fraport Greece signed contracts with the Hellenic Republic Asset Development Fund (HRADF) and the Greek State for the 40-year concessions to operate, manage, develop and maintain 14 regional airports in Greece. At the time of the project closing full payment of the EUR 1.234 billion upfront concession fee will be made by Fraport Greece in tandem with the transfer of operations at the 14 airports. Along with the upfront concession payment, an annual fixed concession fee of initially EUR 22.9 million and a variable annual concession fee of on average 28.5% of the operational profit will be paid. In addition, Fraport Greece will invest a total of EUR 330 million in airport infrastructure until 2020, followed by maintenance and traffic-driven capacity investments during subsequent years of the project¹⁴.

The 14 Greek regional airports project is one of the largest and most beneficial investments and is a basis for boosting the Greek economy, especially during this challenging time for the country. The benefits at the national and regional level are multiple and the cooperation of the two sponsors Fraport and Copelouzos is a guarantee for successfully supporting tourism as one of the most important industries of Greece, reinforcing competitiveness of the economy and creating new jobs¹⁵.

The important characteristic of mobile technology is that it has been developed for individual use and does not require any organizational support for stakeholders in tourism; health tourism; eco-tourism; other types of tourism. Moreover, there are a number of infrastructure challenges that health tourism organizations will have to address if they adopt web / mobile ICT's technologies informing interesting tourists about interactive activities that could take place in their air flight destinations including packets of sports like rowing, jogging, trekking and activities in planting within agrotourism¹⁶.

The development and use of web / mobile technology in the health tourism industry combining other types of tourism can be realized by the use of proper web ICT's / mobile technologies that have a large range of application environments. Fruitful areas of further research include studying the challenges in implementing mobile applications in the health tourism sector with other types of tourism. Identifying the key role players in implementing mobile computing applications and reflecting on the diffusion process at a later stage to determine whether the dissemination of web ICT's / mobile technology

¹³ Fraport 2019, 14 Greek Regional Airports – A major investment that boosts the Greek economy and acts as a catalyst for the growth of Greek tourism, Fraport publication, Greece.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Flisi M.: Smart handheld devices: The emergence of convergence, Mobile Trends, April 2, 2001.

follow the traditional theory of diffusion in terms of marketing and proper use of social media to promote ideal sustainable tourism's packets.

Tourism traffic volume analysis – a policy for integrated sustainable tourism

An important topic is the integrated SWM that should be introduced at municipalities next to airports, LCA, monitoring, exploitation of energy from renewable resources. Monitoring tools are necessary for decision making; the mitigation of pollution and protection of public health¹⁷.

The main renewable resources from landfill management are landfill gas for electricity; treated leachates for cleaning, irrigation and planting for landscape upgrade¹⁸. Bioclimatic designs are necessary the sustainability of construction designs as well as their location is preferred to be close to sea so as to be linked airports with other means of transport like ships for the convenient and economic traveling of tourists especially on Greek islands. However, in the table 1 is presented the implementation of Greek legislation that follows the relative EU directives for sustainability and public health protection in Fraport's airports.

In Fraport Group (FG) has a contract in concession project for the operation of fourteen regional airports with the Greek Republic for forty years. In Figure 1 are presented the FG's regional airport locations. In Fraport's Group (FG) strategic management module A includes the next Fraport's airports: International Airport of Thessaloniki (SKG); International airport of Corfu (CFU); International airport of Kefalonia (EFL); International airport of Zakynthos (ZTH); International airport of Aktion (PVK); International airport of Kavala (KVA); and International airport of Chania (CHQ). Also In Fraport's Group strategic management module B includes the next Fraport's airports: International airport of Santorini (JTR); International airport of Samos (SMI); International airport of Skiathos (JSI); International airport of Mykonos (JMK); International airport of Mytilini (MJT); International airport of Rhodes (RHO); and International airport of Kos (KGS).

¹⁷ T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools for Health..., op. cit.; T. Koliopoulos: Sulphate concentrations at mid auchencarroch experimental site – Image processing and environmental quality assurance of leachate pond treatment units on displaced geological surfaces, *International Journal of ChemTech Research* 2009, vol. 1, no. 2, pp. 126–134; T. Koliopoulos, M. Kouoroulout: Biodegradation of iso-valeric acid in relation to other chemical indexes and spatial liner risk assessment at landfill topographies – mid auchencarroch experimental site, *Asian Journal of Chemistry* 2009, vol. 21, no. 4, pp. 2989–3000; T. Koliopoulos, G. Koliopoulou: Efficient numerical solution schemes combined with spatial analysis simulation models – Diffusion and heat transfer problem, *AIP Conference Proceedings of 33rd International Conference on Applications of Mathematics in Engineering and Economics*. American Institute of Physics, Maryland 2007; T. Koliopoulos et al.: Evaluation of geotechnical parameters for effective landfill design and risk assessment *Geotechnical and Environmental Aspects of Waste Disposal Sites*, *Proceedings of Green4 International Symposium on Geotechnics Related to the Environment*, conference-paper. Taylor & Francis, Abingdon 2007, pp. 49–57.

¹⁸ T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools for Health..., op. cit.; T. Koliopoulos: Sulphate concentrations..., op. cit.; T. Koliopoulos, M. Kouoroulout: Biodegradation of iso-valeric..., op. cit.; T. Koliopoulos et al.: Evaluation of geotechnical parameters..., op. cit.

Table 1. List of Implemented Regulations, Articles of Greek legislation for sustainability and public health protection in 14 regional FG's airports in Greece

N. 1650/1986 A 160 For the Environmental Protection (in Greece)
N. 4014/2011 A 209 New framework of licenses for environmental projects
KYA 5825/2010 B 407 Regulation for energy efficiency in buildings – EU Directive 91/2002/EK & 31/2010/EK Waste management
N. 4042/2012 A 24 Legislative criminal protection for Waste Management – EU Directive (WFD) 2008/99/EK & 2008/98/EK
ΠΔ 82/2004 A 64 Management of used mineral oils
ΠΔ 109/2004 A 75 Management of used vehicles' tires
KYA 41624/2057/E103/2 010 B 1625 Management of batteries
KYA 23615/651/Δ103/2014 B 1184 Management of electronic & electrical equipment's wastes (AHHE)
KYA 36259/1757/E103/2010 B 1312 Management of wastes from excavations, constructions and demolitions (AEKK)
KYA 13588/725/1985 B 383 Measures, terms and constraints about the management of hazardous wastes – EU Directive 91/156/EK
KYA 211773/2012 B 1367 Environmental noise & aircrafts' noise – EU Directive (END) 2002/49/EK
KYA 13586/724/2006 B 384 Environmental noise – EU Directive (END) 2002/59/EK
ΠΔ 80/2004 A 63 Management of noise in airports – EU Directive 2002/30/EK
ΠΔ 1178/81 A 291 Measurements and aircrafts' noise control
ΠΔ 148/2009 A 190 Environmental responsibility for the prevention and restoration of environmental damages – EU Directive (ELD) 2004/35/EK Air pollutants
KYA 14122/549/E.103/2011 B 488 Quality of atmospheric air – EU Directive 2008/50/EK KYA 22306/1075/Δ103/2007 B 920 Values-targets and evaluation limits of concentrations in arsenic, cadmium, mercury, nickel and polycyclic aromatic hydrocarbons in atmospheric air – EU Directive 2004/107/EK
ΠΔ 67/81 A 23 Keep protection of flora and fauna
N. 3937/2011 Keep the biodiversity
N. 3028/2002 A 153 Protection of cultural heritage
KYA 145116/2001 B 354 Determine measures, terms and procedures for the reuse of treated wastewater plumes and other provisions
KYA 191002/2013 B 428 Amendment of the KYA 145116/2011 for the abolishment of the relative license
ΥΠ Ε1β/221/65 B 138 Standards in emissions and limits of wastewater which are disposed in waters for swimming and any other of water except of drinking water, as it amended by YA Γ4/1305/1974, Γ1/17831/1971, ΓΥΓ2/133551/2008
Legislative Decision 661/2012 B 2529 Electromagnetic fields – Procedures for the provision of ground antennas' licenses

Source: Fraport 2017. First Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A; Fraport 2017. First Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B; Fraport 2018. Second Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A; Fraport 2018. Second Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B; Fraport 2019. Third Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A; Fraport 2019. Third Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B.



Figure 1. Map of fourteen regional airports operated by FG

Source: Fraport 2019. 14 Greek Regional Airports..., op. cit.

Below in Figures 2, 3 is presented the traffic volume for the fourteen regional airports operated by FG in terms of number of flights and number of passengers. The main of strategic environmental plan of FG in fourteen Greek regional airports is the improvement of their ecological footprint.

Based on the Figure 3 traffic volume for the fourteen regional airports operated by FG, we can see as a result that Kavala is the airport that presents lower traffic volume for the years 2017 and 2018 from cluster A. Also, we can see as a result that Mytilini is the airport that presents lower traffic volume for the years 2017 and 2018 from cluster B. Both the later airports should be promoted properly so as to be competitive travel destinations in relation to the rest Greek regional airport destinations following the right marketing promotion advertisement tools in web, social media and others for web advertisement web pages so as to promote their surrounded hotel facilities for stakeholders. Based in FG's traffic data management for 2018 the total passengers were 29,877,203 while in 2017 one were 27,433,908 yielding an 8.7% increase. Also the flights in 2018 were 244,250 while in 2017 one were 225,871 yielding an increase 8.1%. Sustainable tourism infrastructures should be promoted not only for local hotels but also for the expansion of airport regional infrastructures.

However, The Routes Marketing Awards were created in 1997 to recognise excellence in airport marketing as voted by airlines. They provide the airline community with the chance to have their say as to which airport they think provides the best overall marketing services to them. In 2019 Thessaloniki Airport "Makedonia" has the honor that it was nominated by leading airlines and shortlisted for the "World Routes Airport Marketing Awards", Fraport Greece, the airport's operator, said in an announcement in 2019¹⁹.

¹⁹ GTP: Thessaloniki Airport Shortlisted for World Routes Marketing Award, GTP electronic web news, 2019, <https://news.gtp.gr/2019/08/13/thessaloniki-airport-shortlisted-world-routes-marketing-award/> (access: 13.08.2019).

FRAPORT GREECE - FULL YEAR 2018										
Flights	Domestic			International			Total			
	Airport	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ
Cluster A	AKTION	1,037	1,215	-14.7%	4,357	4,080	6.8%	5,394	5,295	1.9%
	CHANIA	4,823	5,827	-17.2%	14,781	13,685	8.0%	19,604	19,512	0.5%
	KERKIRA	4,974	3,857	29.0%	21,329	18,624	14.5%	26,303	22,481	17.0%
	KAVALA	1,346	1,612	-16.5%	2,805	2,221	26.3%	4,151	3,833	8.3%
	KEFALLINIA	2,183	1,749	24.8%	4,984	4,148	20.2%	7,167	5,897	21.5%
	THESSALONIKI	21,764	22,861	-4.8%	33,543	30,809	8.9%	55,307	53,670	3.1%
	ZAKINTHOS	2,290	2,242	2.1%	10,880	10,133	7.4%	13,170	12,375	6.4%
	TOTAL Cluster A	38,417	39,363	-2.4%	92,679	83,700	10.7%	131,096	123,063	6.5%
Cluster B	KOS	4,655	4,071	14.3%	15,672	13,263	18.2%	20,327	17,334	17.3%
	MITILINI	5,163	4,873	6.0%	994	743	33.8%	6,157	5,616	9.6%
	MIKONOS	7,292	7,830	-6.9%	9,975	7,992	24.8%	17,267	15,822	9.1%
	RODOS	8,290	8,891	-6.8%	30,379	28,175	7.8%	38,669	37,066	4.3%
	SAMOS	3,940	3,787	4.0%	2,263	1,883	20.2%	6,203	5,670	9.4%
	SANTORINI	12,201	10,100	20.8%	8,159	6,934	17.7%	20,360	17,034	19.5%
	SKIATHOS	1,215	1,373	-11.5%	2,956	2,893	2.2%	4,171	4,266	-2.2%
	TOTAL Cluster B	42,756	40,925	4.5%	70,398	61,883	13.8%	113,154	102,808	10.1%
TOTAL Clusters A+B	81,173	80,288	1.1%	163,077	145,583	12.0%	244,250	225,871	8.1%	

FRAPORT GREECE - FULL YEAR 2018										
Passengers	Domestic			International			Total			
	Airport	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ
Cluster A	AKTION	16,232	19,704	-17.6%	567,434	549,378	3.3%	583,666	569,082	2.6%
	CHANIA	646,723	831,324	-22.2%	2,361,964	2,211,085	6.8%	3,008,687	3,042,409	-1.1%
	KERKIRA	340,318	295,745	15.1%	3,023,797	2,622,205	15.3%	3,364,115	2,917,950	15.3%
	KAVALA	75,026	75,284	-0.3%	331,923	262,679	26.4%	406,949	337,963	20.4%
	KEFALLINIA	97,622	82,058	19.0%	664,025	547,613	21.3%	761,647	629,671	21.0%
	THESSALONIKI	2,333,505	2,352,838	-0.8%	4,355,688	3,894,676	11.8%	6,689,193	6,247,514	7.1%
	ZAKINTHOS	90,938	83,334	9.1%	1,709,519	1,576,307	8.5%	1,800,457	1,659,641	8.5%
	TOTAL Cluster A	3,600,364	3,740,287	-3.7%	13,014,350	11,663,943	11.6%	16,614,714	15,404,230	7.9%
Cluster B	KOS	271,725	233,783	16.2%	2,394,582	2,086,248	14.8%	2,666,307	2,320,031	14.9%
	MITILINI	344,257	332,370	3.6%	132,799	103,626	28.2%	477,056	435,996	9.4%
	MIKONOS	508,676	475,578	7.0%	887,111	731,448	21.3%	1,395,787	1,207,026	15.6%
	RODOS	829,475	868,459	-4.5%	4,738,273	4,432,764	6.9%	5,567,748	5,301,223	5.0%
	SAMOS	172,622	161,313	7.0%	290,127	248,972	16.5%	462,749	410,285	12.8%
	SANTORINI	1,186,904	1,022,117	16.1%	1,068,022	908,894	17.5%	2,254,926	1,931,011	16.8%
	SKIATHOS	48,228	43,740	10.3%	389,688	380,366	2.5%	437,916	424,106	3.3%
	TOTAL Cluster B	3,361,887	3,137,360	7.2%	9,900,602	8,892,318	11.3%	13,262,489	12,029,678	10.2%
TOTAL Clusters A+B	6,962,251	6,877,647	1.2%	22,914,952	20,556,261	11.5%	29,877,203	27,433,908	8.9%	

Figure 2. Traffic Data Management in regional airports for 2018 in Greece

Source: V. Katsoni: ICT applications in the hotel industry through..., op. cit.

This is the first time that a Greek regional airport secures a top 5 nomination in the 4 to 20 million passengers category. Thessaloniki's airport will be up against the airports of Budapest, Malta, Oakland and Stuttgart. "Our participation in the final stage of the awards, is a great honor for the Thessaloniki Airport Makedonia and Fraport Greece," Giorgos Vilos, Executive Director of Commercial & Business Development at Fraport Greece, said. "First and foremost because this the first time that a Greek regional airport is being shortlisted in a category with other top airports, but also because the shortlisted airports are being nominated by the airlines, a fact that proves that the industry acknowledges the quality of our work across all levels," he added²⁰. Based on Fraport's statistics, higher traffic volume 1.6% present the 14 regional Fraport's airports the first seven months in 2019 in Greece. Proper marketing tools should be followed to promote the productivity in shipment of goods, services, quality and sustainability in 14 regional Greek airports.

²⁰ Ibidem.

FRAPORT GREECE - FULL YEAR 2018										
Flights	Domestic			International			Total			
	Airport	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ	2018	2017	%Δ
Cluster A	AKTION	1,037	1,215	-14.7%	4,357	4,080	6.8%	5,394	5,295	1.9%
	CHANIA	4,823	5,827	-17.2%	14,781	13,685	8.0%	19,604	19,512	0.5%
	KERKIRA	4,974	3,857	29.0%	21,329	18,624	14.5%	26,303	22,481	17.0%
	KAVALA	1,346	1,612	-16.5%	2,805	2,221	26.3%	4,151	3,833	8.3%
	KEFALLINIA	2,183	1,749	24.8%	4,984	4,148	20.2%	7,167	5,897	21.5%
	THESSALONIKI	21,764	22,861	-4.8%	33,543	30,809	8.9%	55,307	53,670	3.1%
	ZAKINTHOS	2,290	2,242	2.1%	10,880	10,133	7.4%	13,170	12,375	6.4%
	TOTAL Cluster A	38,417	39,363	-2.4%	92,679	83,700	10.7%	131,096	123,063	6.5%
Cluster B	KOS	4,655	4,071	14.3%	15,672	13,263	18.2%	20,327	17,334	17.3%
	MITILINI	5,163	4,873	6.0%	994	743	33.8%	6,157	5,616	9.6%
	MIKONOS	7,292	7,830	-6.9%	9,975	7,992	24.8%	17,267	15,822	9.1%
	RODOS	8,290	8,891	-6.8%	30,379	28,175	7.8%	38,669	37,066	4.3%
	SAMOS	3,940	3,787	4.0%	2,263	1,883	20.2%	6,203	5,670	9.4%
	SANTORINI	12,201	10,100	20.8%	8,159	6,934	17.7%	20,360	17,034	19.5%
	SKIATHOS	1,215	1,373	-11.5%	2,956	2,893	2.2%	4,171	4,266	-2.2%
	TOTAL Cluster B	42,756	40,925	4.5%	70,398	61,883	13.8%	113,154	102,808	10.1%
TOTAL Clusters A+B	81,173	80,288	1.1%	163,077	145,583	12.0%	244,250	225,871	8.1%	

FRAPORT GREECE - FULL YEAR 2017										
Passengers	Domestic			International			Total			
	Airport	2017	2016	%Δ	2017	2016	%Δ	2017	2016	%Δ
Cluster A	AKTION	19,704	21,958	-10.3%	549,545	460,716	19.3%	569,249	482,674	17.9%
	CHANIA	833,877	881,031	-5.4%	2,209,026	2,085,666	5.9%	3,042,903	2,966,697	2.6%
	KERKIRA	295,767	299,483	-1.2%	2,622,667	2,476,030	5.9%	2,918,434	2,775,513	5.1%
	KAVALA	75,290	82,859	-9.1%	262,673	192,449	36.5%	337,963	275,308	22.8%
	KEFALLINIA	82,058	72,197	13.7%	547,613	474,718	15.4%	629,671	546,915	15.1%
	THESSALONIKI	2,442,350	2,423,095	0.8%	3,953,173	3,312,486	19.3%	6,395,523	5,735,581	11.5%
	ZAKINTHOS	83,339	68,570	21.5%	1,576,307	1,351,226	16.7%	1,659,646	1,419,796	16.9%
	TOTAL Cluster A	3,832,385	3,849,193	-0.4%	11,721,004	10,353,291	13.2%	15,553,389	14,202,484	9.5%
Cluster B	KOS	234,023	207,008	13.1%	2,086,567	1,715,214	21.7%	2,320,590	1,922,222	20.7%
	MITILINI	332,429	349,347	-4.8%	103,676	70,623	46.8%	436,105	419,970	3.8%
	MIKONOS	475,605	392,931	21.0%	731,456	624,608	17.1%	1,207,061	1,017,539	18.6%
	RODOS	868,421	849,543	2.2%	4,433,096	4,122,686	7.5%	5,301,517	4,972,229	6.6%
	SAMOS	161,357	155,983	3.4%	248,974	207,330	20.1%	410,331	363,313	12.9%
	SANTORINI	1,019,399	897,770	13.5%	908,896	809,211	12.3%	1,928,295	1,706,981	13.0%
	SKIATHOS	44,918	44,209	1.6%	380,369	360,018	5.7%	425,287	404,227	5.2%
	TOTAL Cluster B	3,136,152	2,896,791	8.3%	8,893,034	7,909,690	12.4%	12,029,186	10,806,481	11.3%
TOTAL Clusters A+B	6,968,537	6,745,984	3.3%	20,614,038	18,262,981	12.9%	27,582,575	25,008,965	10.3%	

Figure 3. Traffic Data Management in regional airports for 2017 in Greece

Source: V. Katsoni: The Strategic Role of Virtual Communities..., op. cit.

Moreover, the main fields focused on targets for sustainability in FG airports are: Sustainable Development; Surface and underground waters; Soil management; Biodiversity; Heritage culture; Quality of atmospheric air; Noise and Waste Management²¹.

²¹ Fraport 2017, First Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island..., op. cit.; Fraport 2017, First Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands..., op. cit.; Fraport 2018, Second Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island..., op. cit.; Fraport 2018, Second Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands..., op. cit.; Fraport 2019, Third Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island..., op. cit.; Fraport 2019, Third Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands..., op. cit.

Greening technologies and sustainable designs are needed for the sustainability of the fourteen Greek regional airports. One of the most important topic in airport infrastructures for sustainable tourism facilities is the waste management that should follow the right engineering designs to promote the sustainability in the associated types of tourism linked with airport transportation infrastructures protecting public health. The quality of a complicate environmental system within airport and associated tourism facilities begins to be problem when is demanded the simultaneously cover of its needs and the environmental effects of such system arise and become an environmental public health risk. Proper geoinformation utilities in engineering simulation tools for public health protection could be used in decision making for monitoring and sustainable designs²². Then the improvement of the monitoring and proper quality management of environmental systems is necessary. In an effort to meet growing environmental awareness, most industrial tourism companies include in their plan investments that are related to the protection of the environment. Environmental technologies for renewable resources from landfill leachate treatment; wastewater units; biogas; for electricity and cleaning water should be preferred more as an investment option as they are economic installations with minimal construction and associated costs considering to other ones i.e. photovoltaics.

Environmental waste management is the discipline that is concerned with resources once society requires them. Sustainable efficient designs are necessary so to recover renewable resources from landfilled solid wastes like biogas for energy exploitation in electricity and heating as well as treated leachates quantities for water resources in irrigation plants or cleaning airport services. In this way is upgraded the environmental quality at open spaces nearby to airport facilities as well as protecting public health at indoors and outdoors spaces minimizing associated hazards for public health²³. Monitoring schemes should be taken into account for the right exploitation of renewable resources minimizing associated risks to public health and tourism infrastructures next to airport facilities²⁴. It is necessary to manage the environmental resources in an sustainable way by minimizing the environmental impacts related to the operation of an environmental system in sustainable tourism facilities²⁵. Moreover, except the energy efficiency from renewable resources also innovation in airports design is demanded following the market trends in the proper application of new efficient construction materials²⁶.

²² T. Koliopoulos: Sulphate concentrations..., op. cit.; T. Koliopoulos, M. Kouoroulout: Biodegradation..., op. cit.; T. Koliopoulos, G. Koliopoulou: Efficient numerical..., op. cit.; T. Koliopoulos et al.: Evaluation..., op. cit.; R. Leung, R. Law: Evaluation..., op. cit.

²³ T. Koliopoulos, M. Kouoroulout: Biodegradation..., op. cit.; T. Koliopoulos, G. Koliopoulou: Efficient numerical..., op. cit.

²⁴ T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools T. Koliopoulos: Sulphate concentrations..., op. cit.; T. Koliopoulos, M. Kouoroulout: Biodegradation..., op. cit.; T. Koliopoulos, G. Koliopoulou: Efficient numerical..., op. cit.; T. Koliopoulos et al.: Evaluation..., op. cit.; R. Leung, R. Law: Evaluation..., op. cit.

²⁵ M. Janić: Greening Airports: Advanced Technology and Operations, Springer-Verlag, London 2011; T. Koliopoulos, V. Katsoni: The Innovative Health..., op. cit.; T. Koliopoulos, V. Katsoni, C. Radu: Information Tools..., op. cit.

²⁶ M. Janić: Greening Airports..., op. cit.

In Figure 4 is presented an integrated sustainable tourism policy for airport facility infrastructures and associated linked types of tourism. The supply chain in renewable resources not only can provide energy efficiency in building infrastructures of airports but also can sell renewable energy resources to stakeholders in other types of tourism (Fig. 4).

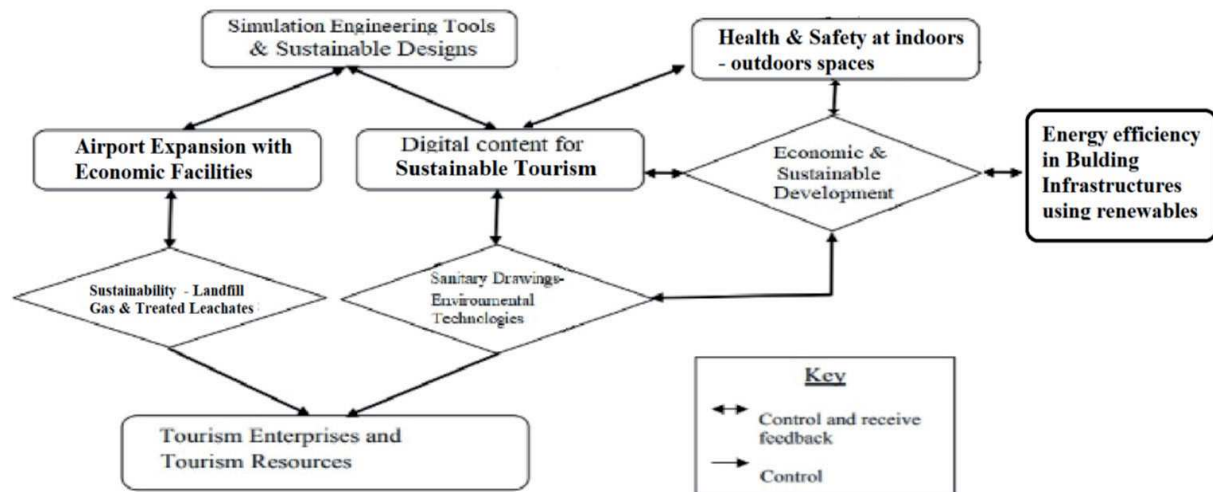


Figure 4. Integrated policy for implementation on sustainable tourism within airport infrastructures

Source: own elaboration.

Following the above presented airport management principles will be achieved:

- airport industry revenues and minimization of operational costs;
- airport operational management profit using renewable resources from landfill waste emissions in collaboration with local authorities and municipalities
- public-private partnerships between stakeholders in sustainable airport designs, services and products (PPPs).

Electricity from biomass assisted by biogas in landfills as well as in wastewater treatment units can be exploited for power for office air conditioning, IT systems, and lighting at airport facilities.

Furthermore, the high level of staff training in associated airport tourism’s facilities is expected to increase satisfaction to tourists in terms of sustainable designs; energy efficiency of building infrastructures; satisfactory in health and safety at indoors, outdoors spaces; recovery of energy by the proper use of renewable resources from landfill gas and treated leachates, wastewater emissions; their public health protection and improve the quality of the associated types of tourism services provided in their travel destination. Operations and maintenance activities at airport facilities should include:

- administrative procedures,
- sustainable site management,
- water efficiency,
- energy and atmosphere,
- materials and resources,

- indoor environmental quality,
- innovation for operations and maintenance,
- education and training at airport facilities.

In this way can be achieved greening regional airports infrastructures in Greece.

Moreover, training of the presented framework in interesting parties is a key factor in increasing the share of sustainable tourism in the company's turnover and boosting staff skills. High class hotels located at nearby airport infrastructures have the ability and the relevant infrastructure to develop similar sustainable infrastructures, supporting sustainability and promoting their services to stakeholders providing the whole through ICT web information for qualitative clean environments for tourists. In this way sustainable designed infrastructures integrate successfully the operational management of sustainable tourism businesses minimizing associated costs and environmental impacts to public health. Cooperation and network creation among all relevant sustainable tourism's stakeholders within airport infrastructures, public and private, is necessary, in order to coordinate efforts for the successful development of the presented framework in an integrated sustainable tourism.

Conclusions

The above analysis reveals that professionals in sustainable tourism and public health ones should be able to use proper web ICT's technology; mobile technology to innovate and utilize applications for efficient services in airport facilities for monitoring associated airport infrastructures that promote associated sustainable tourism's facilities. These applications could be diffused through their profession to other stakeholders, individuals. The trend of information diffusion in new sustainable tourism's facilities for minimizing waste emissions and the recovery of renewable resources for airports will indicate that professionalization and open communication channels will speed up the adoption of particular innovations for airports sustainability. Web technologies are useful not only for stakeholders but also for tourists to select the right qualitative facilities for their tourism vacations combined with associative health tourism facilities and other types of tourism.

Further studies are necessary to determine the effect the adoption of web ICT's; mobile technology by individual professionals in tourism industry that will have on adoption of these web technologies for monitoring waste emissions at nearby airport facilities; energy efficiency of building infrastructures at airports and public health protection. The role the innovators will play in this adoption process also warrants some further investigation. If the trend is followed properly in a right sustainable development way then these innovators will play a major role in identifying the technology and the need for the technology in the airport facilities and associative tourism organizations. Marketing tools are important to promote new travel destinations and airports that are close to sea side Greek natural beauties with modern hotels facilities for all ages and different types of tourism. In that way not only will be secured an integrated sustainable development in airport facilities and links in associated tourism types but also will be protected public health.

References

- Bellos I.: Greece is over-reliant on tourism, ekathimerini, <http://www.ekathimerini.com/241056/article/ekathimerini/business/greece-is-over-reliant-on-tourism> (access: 30.06.2019).
- Buhalis D.: eAirlines: strategic and tactical use of ICTs in the airline industry, *Journal of Information and Management* 2004, vol. 41(7), pp. 805–825. Doi: 10.1016/j.im.2003.08.015.
- Dichter A.: How to serve today's digital traveler, McKinsey & Company Report, New York 2018, <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/how-to-serve-todays-digital-traveler> (access: 10.07.2019).
- Doolin B., Dillon S., Thompson F., Corner J.: Perceived Risk and the Internet Shopping Experience in Online Purchasing Behaviour in New Zealand, 7th annual COLLECTer conference on electronic commerce, Melbourne, 1–2 December, 2002.
- Fraport 2019, 14 Greek Regional Airports – A major investment that boosts the Greek economy and acts as a catalyst for the growth of Greek tourism, Fraport publication, Greece.
- Fraport 2017, First Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A.
- Fraport 2017, First Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B.
- Fraport 2018, Second Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A.
- Fraport 2018, Second Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B.
- Fraport 2019, Third Annual Report of Environmental Strategy for Creta Island, Mainland and Ionian Islands, Fraport's airports module A.
- Fraport 2019, Third Annual Report of Environmental Strategy for Aegean Islands, Fraport's airports module B.
- FG Traffic Data Management in Greece, Traffic statistics, 2018.
- FG Traffic Data Management in Greece, Traffic statistics, 2017.
- Flisi M.: Smart handheld devices: The emergence of convergence, *Mobile Trends*, April 2, 2001.
- Greenspan Risk and Uncertainty in Monetary Policy, *American Economic Reviews* 2004, no 94, pp. 33–40.
- GTP: Thessaloniki Airport Shortlisted for World Routes Marketing Award, GTP electronic web news, 2019, <https://news.gtp.gr/2019/08/13/thessaloniki-airport-shortlisted-world-routes-marketing-award/> (access: 13.08.2019).
- Janić M.: *Greening Airports: Advanced Technology and Operations*, Springer-Verlag, London 2011.
- Katsoni V.: The Strategic Role of Virtual Communities and Social Network Sites on Tourism Destination Marketing, *e-Journal of Science & Technology* 2014, vol. 9(5), pp. 107–117.
- Katsoni V.: ICT applications in the hotel industry through an e-CRM systems theory approach, *Academica turistica (Spletna izd.)* 2015, vol. 8, no 1, pp. 15–23 <https://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:doc-VES5GDHR> (access: 10.07.2019).
- Katsoni V.: The effects of ICTs on tourism distribution channels and DMOs marketing strategies, [in:] *New media, entrepreneurship and sustainable tourism development*, Z. Andreopoulou, N. Leandros, G. Quaranta & R. Salvia (Eds), Francoangeli, Mediolan, 2017, pp. 58–66
- Koliopoulos T., Katsoni V.: The Innovative Health Tourism's Environmental Management Sustainable Design Facilities Assessment Capability, [in:] *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability*. Fifth International Conference IACuDiT, V. Katsoni, M. Segarra-Oña (Eds), Springer, Athens 2018, pp. 79–87, Doi: 10.1007/978-3-030-03910-3_6.

- Koliopoulos T., Katsoni V., Radu C.: Information Tools for Health Tourism's Sustainability and Safe Mobility, *Journal of Emerging Environmental Technologies and Health Protection* 2018, vol. 1, pp. 138–146.
- Koliopoulos T., Sulphate concentrations at mid auchencarroch experimental site – Image processing and environmental quality assurance of leachate pond treatment units on displaced geological surfaces, *International Journal of ChemTech Research* 2009, vol. 1, no. 2, pp. 126–134.
- Koliopoulos T., Kouoroulout M.: Biodegradation of iso-valeric acid in relation to other chemical indexes and spatial liner risk assessment at landfill topographies – mid auchencarroch experimental site, *Asian Journal of Chemistry* 2009, vol. 21, no. 4, pp. 2989–3000.
- Koliopoulos T., Koliopoulou G.: Efficient numerical solution schemes combined with spatial analysis simulation models – Diffusion and heat transfer problem, *AIP Conference Proceedings of 33rd International Conference on Applications of Mathematics in Engineering and Economics*. American Institute of Physics, Maryland 2007. Doi: 10.1063/1.2806052EID: 2-s2.0-36849042987
- Koliopoulos T., Kollias V., Kollias P., Koliopoulou G., Kollias S.: Evaluation of geotechnical parameters for effective landfill design and risk assessment *Geotechnical and Environmental Aspects of Waste Disposal Sites*, *Proceedings of Green4 International Symposium on Geotechnics Related to the Environment*, conference-paper. Taylor & Francis, Abingdon 2007, pp. 49–57.
- Leung R., Law R.: Evaluation of Hotel Information Technologies and EDI Adoption: The Perspective of Hotel IT Managers in Hong Kong *Cornell Hospitality Quarterly* 2013, vol. 54, issue 1. Doi:10.1177/1938965512454594
- Milović B.: Social Media and eCRM as a Prerequisite for Hotel Success, *Management Information Systems* 2012, vol. 7, no 3, pp. 26–31.
- Morosan C.: Toward an integrated model of adoption of mobile phones for purchasing ancillary services in air travel, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 2014, vol. 27, no 2, pp. 246–271.

Alina Katunian✉, **Lina Zirnele**, **Jolita Variakojiene**

Vilniaus Kolegija, University of Applied Sciences

Theoretical and practical assumptions of the business travel organization. Lithuanian case

Summary: The aim of this article is to analyse the theoretical and practical assumptions of the business travel organization. Development of the business tourism and growth of the business trips was mainly influenced by the development of the international business. Nowadays business tourism is in a great request, business travellers book a lot of tourism services, for instance: accommodation, transportation, insurance and other services. Different companies have different approach and capabilities towards organization of the business trips: organizing through tour operators, self-organizing by the employees, organizing by the tourism professionals employed in the company. The article reviews the tendencies and represents the Lithuanian case of the business travel organization.

Key words: business trips, business tourism, MICE, Lithuania

Introduction

The world is constantly changing and it is becoming a smaller and more connected place. There are more people traveling for business than ever before. The business travel industry continues to grow, the experts say that global business travel spend will reach USD 1.9 trillion by 2022 and most employees nowadays see corporate travel as an opportunity rather than an obligation. According to the newest studies, international business travellers consider travel as a valuable activity for both professional and personal growth.

Due to the growth of the international business in the international area tendentially, the business tourism is growing as well. Business tourism as a type of tourism mainly is concentrated on the trips related to the professional activities. The aim of this article is to analyse the theoretical and practical assumptions of the business travel organization. The Lithuanian case of the business travel organization in the companies: preferences, habits, tendencies, is analysed in the article. The data mentioned above was collected using the survey method, respondents were representing different economic business fields.

✉ a.katunian@vfv.viko.lt

Theoretical Assumptions of Business Tourism

In the past decades, due to the growth of the international business and related activities, there was a growth of the business tourism sector. Business tourism by R. Davidson was defined as: “Business tourism is concerned with people travelling for purposes which are related to their work”¹. Business trips can be very different, depending on the purpose of the trip. In the International Recommendations for Tourism Statistics a definition of a business and professional purpose of a tourism trip is provided: “The business and professional purpose of a tourism trip includes the activities of the self-employee relationship with a resident producer in the country or place visited, those of investors, businessmen, etc.”². Variety of the business trips also depends on the form of the main activities during the trip: meetings, conferences etc. Related concepts in the context of the business tourism are, “Meetings industry” and MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events)³. All mentioned above definitions and concepts represent the diverse nature of the business tourism. Existence of different tourism services such as accommodation, transportation, insurance services etc., is necessary in Business tourism. Business tourism became an important economic sector in many regions around the globe, it can be stated, that business tourism is supportive towards other business sectors⁴. Business tourists tend to spend three times more comparing to the leisure tourists, which can be explained in a way, that business tourists usually are funded by their employers, whereas leisure travellers use their own financial resources. At the same time business tourists are more inclined to purchase the luxury, more comfortable, time saving services at the destination⁵. Business tourism has a direct influence on the tourism development and indirect influence on the promotion of investment, trade, communications, technology, education and professional development of the local community⁶.

Theoretical Assumptions of Business Travel Organisation

Creation of the trips, including the business trips, is a prerogative of the tour operators. It is stated in Lithuanian tourism law, that tour operator is a legal person or individual person organizing and selling the tourist trips. Tour operators together with the travel agencies and wholesalers belong to the group of intermediaries. Intermediaries play an important role in the tourism system. Tourist trip, which can also be defined as a tourism product, shall consist of at least two tourism services as accommodation

¹ Swarbrooke J., Horner S.: Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford 2001, p. 4

² UN: International Recommendations for Tourism Statistics 2008, New York 2010., p. 25.

³ Buhalis D., Costa C.: Tourism business frontiers: Consumers, products and industry, Elsevier, Oxford 2005, p. 57

⁴ Kumar J., Hussain K.: Estimating the economic impact of business tourism: a review of issues and method, Researchgate, [in:] 12th APacCHRIE Conference 2014, https://www.researchgate.net/publication/273317642_Estimating_the_Economic_Impact_of_Business_Tourism_A_Review_of_Issues_and_Methods (access: 28.03.2020)

⁵ Inkson C., Minnaert L.: Tourism management, second edition, Sage Publications Ltd, London 2018.

⁶ UNWTO: Report on the Meetings Industry, 2014, https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3_UNWTO_Global+Report+on+Mtgs+Industry (access: 05.04.2020).

and transportation⁷. The mentioned tourism services and tourism products can be purchased together or separately, through the tour operators, travel agencies or individually.

Tour operators offer a number of benefits to tourists and suppliers of the tourism services. Benefits for the tourists can be as mentioned below:

1. Easier and more organized access to information about the destination and suppliers within it;
2. Advice and guidance;
3. Possibly obtaining lower prices;
4. In some generating regions (for example EU) financial protection for customers' payments to agencies and operator in the event of the intermediary's insolvency;
5. Advice and assistance during the trip⁸.

It can be stated, that a business trip differs from other tourism product (leisure, medical etc.) in its purpose and need for comfortable and fast services.

Methodology

In order to analyse the business travel organization process in Lithuania, a survey method was chosen. In the period of April–June 2019, in 87 companies operating in Lithuania took part in the survey: 18 big companies (more than 250 employees), 16 medium size companies (less than 250 employees), 33 small companies (less than 50 employees), 20 very small size companies (less than 10 employees). Respondents represented the companies from all the groups of Classification of Economic Activities⁹.

Organizing the Business Trips in Lithuania

The majority of the respondents (67.8% from the 87) answered, that they regularly go on business trips, 10.3% answered that they do not go, but are planning to go in the future, and 21.8% answered, that they do not go and do not plan to go in the future.

It shows that the majority of the Lithuanian enterprises can be real customers of the tourism enterprises and use their services to simplify planning of the business trips.

There is an obvious tendency, that companies do see the potential growth and the related additional travelling of the employees, which creates possibility for the tour operators and travel agencies to gain the clients (Fig. 1).

Big companies have more than 100 business trips per year, 4.6% of the respondents in the survey chose this answer. However, the majority of the respondents (58.6%) answered that their companies employees have 1 to 25 trips per year (Fig. 2).

It can be assumed that the majority of the companies' employees have business trips more than one time per year.

⁷ Lithuanian Tourism Law, 2018, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/3c3504d2804011e89188e16a6495e98c> (access: 30.03.2020)

⁸ Inkson C., Minnaert L Tourism management, op. cit.

⁹ Classification of Economic Activities of Republic of Lithuania

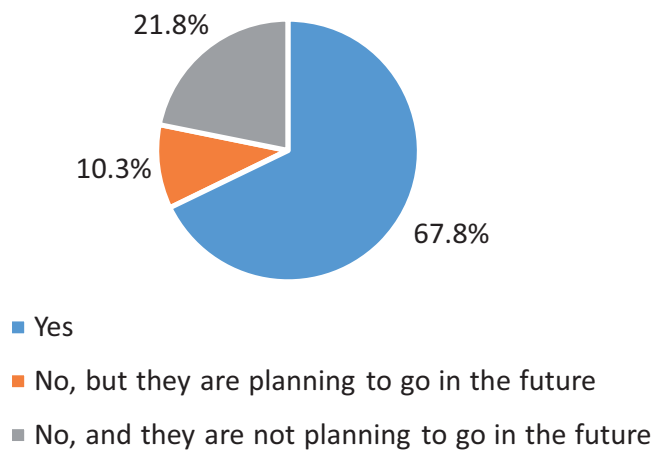


Figure 1. Do your company's employees go on business trips?

Source: own research.

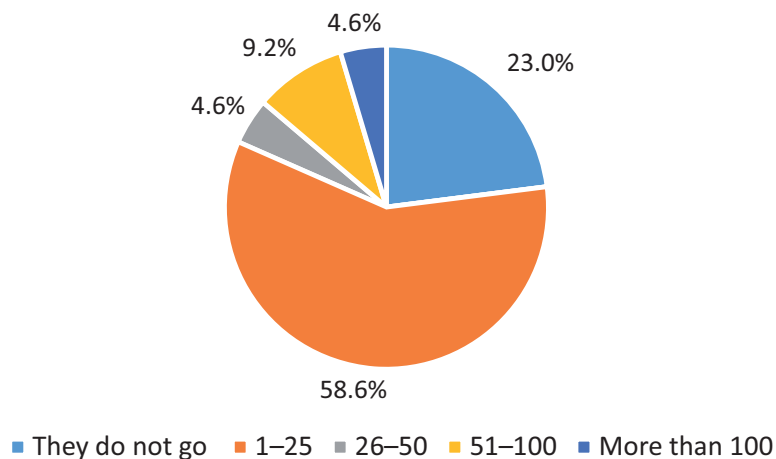


Figure 2. How many times per year do your employees go on business trips?

Source: own research.

Over 1/5 of the respondents (21.8%) confirmed, that the budget for the business trips exists in the companies they work for. In quite many cases (24.1%) funds are allocated on request (Fig. 3).

It shows that only one-third of the companies have budget for the business trips, that means they are planning trips in advance. The other one-third of the companies allocate funds to business travellers only on request. And the last one-third has no funds and still does not think about such possibility.

In the majority of the cases (49.4%) companies do not have a person responsible for the business trips planning. It can be assumed, that employees usually plan the business trip and book the tourism services on their own (Fig. 4).

It can be assumed that travel companies are able to present their services to other companies, providing an explanation that it is much easier to book plane tickets, ac-

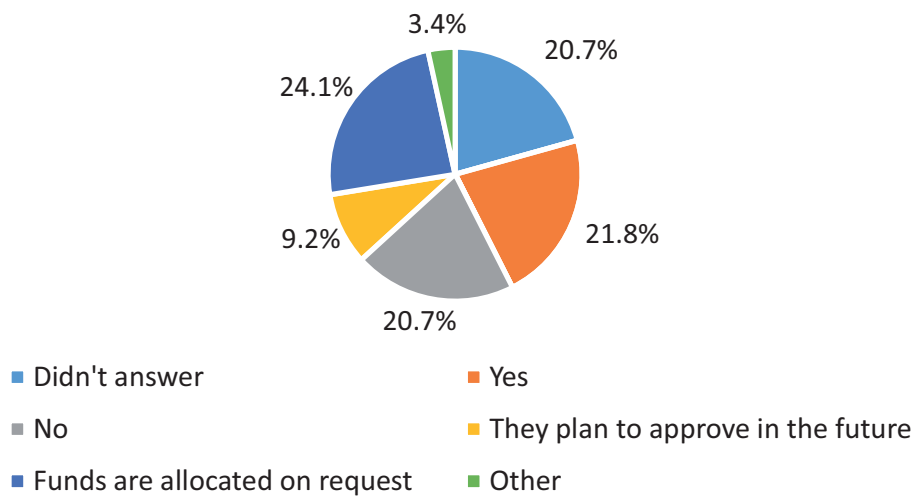


Figure 3. Is business trip budget approved in your company?

Source: own research.

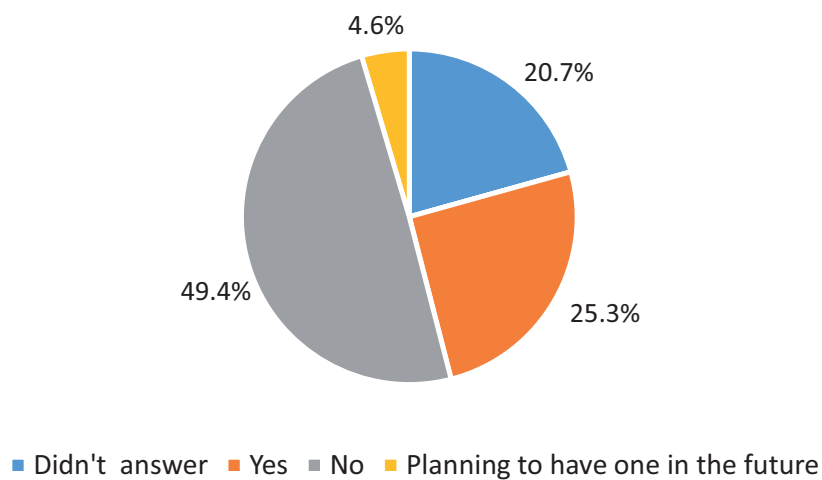


Figure 4. Is there a person in your company responsible for business trip planning?

Source: own research.

commodation, transport, conference halls and etc. for business trips by concluding long term cooperation agreements with them.

The main regional destinations for the business trips are Europe (87%) and Asia (7.8%) (Fig. 5).

As Europe is the main destination, it can be explained why the business travel bookings are done individually. It is easier to find information and the majority of flights are direct. Companies can use cheap flights, which means less expenses for business travels and a possibility for the company to save.

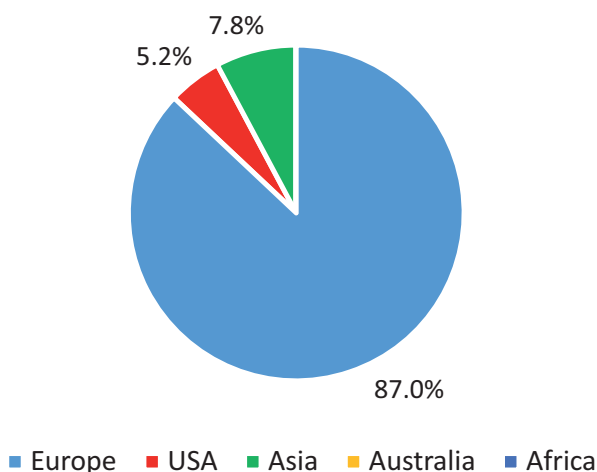


Figure 5. Destinations Frequencies

Source: own research.

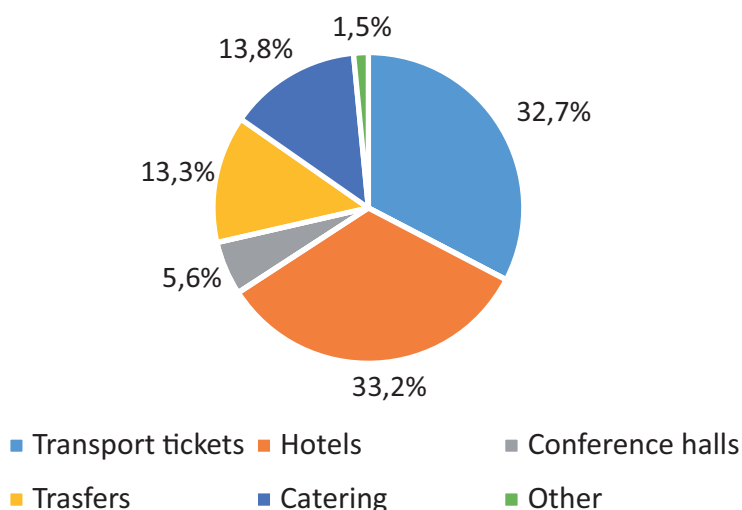


Figure 6. Tourism services frequencies

Source: own research.

The main tourism services, mentioned by the respondents, which are most frequently booked, were accommodation services (33.2%) and transportation services (32.7%) (Fig. 6).

Respondents stated that the current situation of business travel organisation is satisfactory (49.4%), and 27.6% would like to improve the current situation. Respondents mentioned the following aspects to be improved:

- often the cheapest options are chosen, giving less attention to the quality;
- organizing the business trip takes a lot of time;
- the person responsible for the business trip organisation is needed;
- it is difficult to have a person, responsible for business trip organisation, in case of the big companies;

- often trips are organized last minute, so instead of being cheaper it becomes more expensive;
- the faster reaction and flexibility from the tour operator and travel agency is needed; Sometimes it takes longer to organize a business trip through the travel agent than individually;
- organizing trips through the travel agents is time consuming.

According to the survey can be seen that employees of the companies go on business trips regularly, but the majority has no funds, nor a responsible person to organise a business trip. The main destination for business travel is Europe and the services they are looking for are accommodation and transportation. It can be a big opportunity for travel companies to present their services. It can be done by meeting companies' representatives in their office, at the client's office or anywhere else. Travel companies have to explain that they can book accommodation, transport, catering, conference halls quicker, more efficiently and they can offer a better price – the majority have agreements with hotels, restaurants or conferences halls and can offer more favourable prices.

Conclusions

As the number of people traveling for business is increasing every year, the business travel industry continues to grow. Therefore, there is a need for a company to have a responsible person or travel organisation, which could help to organize business trips for employees. Business trips differ from other tourism products in its purpose and need for comfortable and fast services.

The survey of the companies in Lithuania showed that most of the employees go on business trips at least once per year. Only one-third of the companies which participated in the survey plan their budget for business trips in advance. Almost half of the companies stated that they do not have a responsible person who organises business trips. Therefore, most of the business travellers plan their trips individually.

If companies decided to contact travel agencies in order to arrange services related to business trips (accommodation, transportation, conference venues etc.), they could get the services at a more favourable price, more quickly and efficiently.

References

- Buhalis D., Costa C.: *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*, Elsevier, Oxford 2005.
- Classification of Economic Activities of Republic of Lithuania, <https://osp.stat.gov.lt/600> (access: 05.04.2020).
- Inkson C., Minnaert L.: *Tourism management*, second edition, Sage Publications Ltd, London 2018.
- Kumar J., Hussain K.: *Estimating the Economic Impact of Business Tourism: A Review of Issues and Methods*, Researchgate, [in:] 12th APacCHRIE Conference 2014, https://www.researchgate.net/publication/273317642_Estimating_the_Economic_Impact_of_Business_Tourism_A_Review_of_Issues_and_Methods (access: 28.03.2020).

Lithuanian Tourism Law, 2018, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/3c3504d2804011e89188e16a6495e98c> (access: 30.03.2020)

Swarbrooke J., Horner S.: Business Travel and Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2001.

UN: International Recommendations for Tourism Statistics 2008, New York 2010.

UNWTO: Report on the Meetings Industry, 2014, https://www.themeetingsindustry.org/storage/industry_news/14.3_UNWTO_Global+Report+on+Mtgs+Industry (access: 05.04.2020).

Joanna Krupa✉

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Uwarunkowania infrastrukturalne rozwoju fanoturystyki na przykładzie obszaru województwa dolnośląskiego

Streszczenie. Niniejsze opracowanie dotyczy problematyki uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju fanoturystyki na obszarze województwa dolnośląskiego w odniesieniu do wydarzeń sportowych. Aktywność turystyczna połączona z zainteresowaniem sportem nabiera coraz większego znaczenia na całym świecie. Partycypowanie w wielkich wydarzeniach staje się coraz popularniejsze wśród zarówno młodych, jak i starszych biernych turystów sportowych. Zainteresowanie takim rodzajem aktywności turystycznej ma na celu przeżywanie ekstremalnych doznań, a wszechobecne popularyzowanie zdrowego oraz sportowego stylu życia staje się podstawą do codziennej egzystencji. W tym przypadku zostanie dokonany pewien rekonesans luki badawczej poznawczej oraz empirycznej w zakresie postrzegania uwarunkowań infrastrukturalnych dla rozwoju fanoturystyki w perspektywie obszaru Dolnego Śląska. Dokonano kwerendy literatury i analizy danych wtórnych, przede wszystkim na podstawie Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego. Została wykorzystana metoda analizy statystycznej. Celem badań była identyfikacja i charakterystyka uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju fanoturystyki w województwie dolnośląskim w odniesieniu do wydarzeń sportowych. Zaprezentowano obraz tego zjawiska na podstawie wyliczonych wskaźników funkcji turystycznej i funkcji fanoturystycznej.

Słowa kluczowe: rozwój, fanoturystyka, wydarzenia sportowe, województwo dolnośląskie

Wstęp

Fanoturystyka jest coraz szerzej omawianym zjawiskiem na gruncie literatury naukowej¹. Na gruncie literatury polskiej fanoturystyka odnosi się do turystyki sportowej i polega na wyjazdach turystycznych za wydarzeniami sportowym². Fanoturystyka jest pewnym mianownikiem dla turystyki sportowej oraz turystyki eventowej³. W turystyce sportowej wyodrębnia się fanoturystykę, wskazując wprost na jej istotę biernego uczestnictwa w eventach sportowych. Można rozpatrywać fanoturystykę również przez

¹ K. Brumm, Fanoturystyka. Kibice sportowi w pozytywnym świetle, K&AK.M.A. Karasiak, Poznań 2012, s. 15–20.

² K. Brumm: Fanoturystyka..., op cit.

³ J. Standeven, P. DeKnop: Sport tourism, Human Kinetics, Champaign 1999, za: J. Mokras-Grabowska, Turystyka sportowa – dyskusja terminologiczna, Turyzm 2016, nr 26(1), s. 13–19.

✉ joanna.krupa@ue.wroc.pl

pryzmat jej członu fan, jednak w niniejszym artykule zostaje przyjęta klasyczna definicja fanoturystyki odnosząca się wyłącznie do sportu.

Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja i charakterystyka uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju fanoturystyki na obszarze województwa dolnośląskiego w odniesieniu do wydarzeń sportowych. Zaprezentowano dane statystyczne pochodzące głównie z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego, które pozwoliły na eksplorację pewnych luk badawczych w zakresie postrzegania fanoturystyki. Metodą, jaką posłużyła się autorka to analiza danych wtórnych. W efekcie zaprezentowano obraz rozwoju fanoturystyki z punktu widzenia wydarzeń sportowych odbywających się na terenie województwa dolnośląskiego, które stanowi destynację fanoturystów. W ostateczności zostanie przedstawiona autorska koncepcja wskaźnika funkcji fanoturystycznej.

Ludność województwa dolnośląskiego

Województwo dolnośląskie zajmuje obszar 19 947 km². Zamieszkuje je 2 903 710 osób w 26 powiatach, 169 gminach i 91 miastach⁴. W tabeli 1 została zaprezentowana liczba ludności w latach: 1997, 2003, 2010, 2018 w opozycji do ogółu ludności zamieszkującej Polskę. Zaprezentowana tabela z danymi posłuży w dalszej części opracowania do wyliczeń wskaźników.

Tabela 1. Liczba ludności w Polsce i województwie dolnośląskim na przestrzeni lat 1997–2018

Liczba ludności	Lata			
	1997	2003	2010	2018
Polska	38 659 979	38 190 608	38 529 866	38 411 148
Województwo dolnośląskie	2 985 381	2 898 313	2 917 242	2 901 225

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego.

Na przestrzeni lat można zauważyć różnicę w liczbie ludności Polski na poziomie kilkudziesięciu tysięcy. Zarówno w przypadku Polski, jak i województwa dolnośląskiego jest wyraźnie zauważalna tendencja spadkowa liczby ludności w 2003 roku, by następnie liczba ludności wzrosła w 2010 roku. W 2018 roku znów zauważalne jest zmniejszenie się liczby ludności w Polsce i w województwie dolnośląskim. Niemniej jednak Dolny Śląsk plasuje się powyżej średniej krajowej liczby mieszkańców dla wszystkich województw w Polsce (tj. 2 400 696,75 dla 2018 roku).

Uwarunkowania infrastrukturalne rozwoju fanoturystyki na obszarze województwa dolnośląskiego w świetle wydarzeń sportowych

Niniejsza część dotyczy zagadnień rozwoju fanoturystyki w województwie dolnośląskim. Ważnym elementem jest zaprezentowanie liczby uczestników wydarzeń sportowych, liczby hal i stadionów oraz liczby odbywających się sportowych wydarzeń masowych na Dolnym Śląsku. Wyszczególnienie zaprezentowanych czynników to pewien

⁴ Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Dolnośląski Ośrodek Badań Regionalnych: Rocznik Statystyczny Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2018, s. 32.

klucz kategoryzacyjny dla identyfikacji i charakterystyki uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju fanoturystyki. Jest on istotny w celu obliczenia wskaźników funkcji turystycznej oraz fanoturystycznej. Dane statystyczne pochodzą z Bazy Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego, a także byłego Ministerstwa Sportu i Turystyki.

Ówczesne Ministerstwo Sportu i Turystyki odnotowało w 2016 roku na terenie Polski 119 dużych hal sportowo-widowiskowych. Największe hale widowiskowo-sportowe mają pojemność powyżej 4999 miejsc. Najwięcej hal znajduje się w województwie śląskim. Największe hale widowiskowo-sportowe są zlokalizowane również w województwach: pomorskim, kujawsko-pomorskim, mazowieckim i łódzkim. Województwo dolnośląskie może pochwalić się jedną z największych hal sportowo-widowiskowych w Polsce, w której jest 6374 miejsc. Hala Stulecia jest wpisana na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Na terenie województw: opolskiego, warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego oraz podkarpackiego nie ma żadnej hali⁵.

Na terenie Polski funkcjonuje w sumie 119 dużych hal sportowo-widowiskowych. W województwie dolnośląskim znajduje się ich dziesięć (tab. 2), dzięki czemu lokalizuje je powyżej średniej krajowej spośród wszystkich dużych hal sportowo-widowiskowych w Polsce.

W zestawieniu zaprezentowanym w tabeli 2 nie pojawiły się dwa miasta o liczbie mieszkańców powyżej 50 tysięcy. W Jeleniej Górze jest zlokalizowana tylko średnia hala dla widowni liczącej 835 miejsc, a dla widowni w Świdnicy jest przeznaczonych tylko 560 miejsc⁶.

Tabela 2. Zestawienie największych hal sportowo-widowiskowych w województwie dolnośląskim

Hale widowiskowo-sportowa w województwie dolnośląskim	Pojemność całkowita miejsc
Hala Stulecia we Wrocławiu	6 374
PGE Turów Arena w Zgorzelcu	4 550
HWS RCS Lubin	3 722
ORBITA we Wrocławiu	3 000
HWS Aqua Zdrój we Wałbrzychu	2 000
HWS im. Dolnośląskich Olimpijczyków w Legnicy	1 886
CRS Zgorzelec	1 371
HWS Świebodzice	1 292
Hala widowiskowo-sportowo im. Ryszarda Matuszaka w Głogowie	1 265
Hala CSiR Jelcz – Laskowice	934
Razem	26 394

Źródło: Ministerstwo Sportu

i Turystyki: Duże hale sportowo-widowiskowe w Polsce. Inwentaryzacja bazy sportowej, Warszawa, styczeń 2016, s. 45.

⁵ Ministerstwo Sportu i Turystyki: Duże hale sportowo-widowiskowe w Polsce. Inwentaryzacja bazy sportowej, Warszawa 2016, s. 9.

⁶ Ibidem, s. 45.

Warto zwrócić uwagę na zaplecze sportowe w postaci hal i stadionów sportowych. W tabeli 3 zostały zaprezentowane dane liczbowe dla województwa dolnośląskiego oraz dla Polski, aby móc dokonać obliczeń średniej krajowej.

Tabela 3. Zaplecze sportowe – ilość dostępnych hal i stadionów sportowych w latach 2016, 2017–2018 w województwie dolnośląskim

Obszar/kategoria	Ilość dużych hal sportowo-widowiskowych w 2016 roku	Hale sportowe w latach 2017–2018	Stadiony sportowe w latach 2017–2018
Polska	119	1067	2368
Województwo dolnośląskie	10	97	211

Źródło: Ministerstwo Sportu i Turystyki: Duże hale sportowo-widowiskowe..., op. cit., s. 7 i 45; GUS: Kultura fizyczna w latach 2017 i 2018, Warszawa – Rzeszów 2019, s. 45–48.

W 2016 roku w województwie dolnośląskim funkcjonowało dziesięć hal widowiskowo-sportowych. Średnia krajowa hal wynosiła siedem dla poszczególnych województw, co oznacza, że w województwie dolnośląskim funkcjonowało więcej hal niż dla średniej krajowej.

Województwo dolnośląskie ma liczbę hal przewyższającą średnią krajową dla wszystkich województw w Polsce. W latach 2017–2018 średnia krajowa liczby hal wynosiła 66 hal na województwo. W przypadku stadionów sportowych jest również zauważalny fakt, iż województwo dolnośląskie lokalizuje się ponad średnią krajową dla liczby stadionów sportowych dla całej Polski (148 stadionów sportowych w latach 2017–2018). Z całą pewnością można zauważyć, iż funkcjonująca infrastruktura sportowa pozwala na organizację sportowych wydarzeń masowych. Z roku na rok wzrasta liczba organizowanych wydarzeń dzięki istniejącemu zapleczu sportowemu. Informacje zaprezentowane w tabeli 4 przedstawiają dane liczbowe dotyczące imprez masowych w latach 2013–2018.

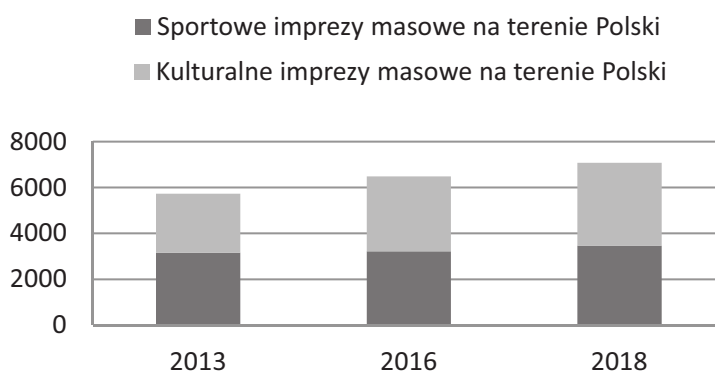
Na niżej wymienionych danych liczbowych można wykonać podstawowe obliczenia matematyczne celem porównania gości imprez masowych wraz ze sportowym imprezami masowymi. Należy przyjąć wzór: $\text{Imprezy masowe (IM)} - \text{Sportowe imprezy masowe (SIM)} = \text{różnica IM, a SIM}$. W 2013 roku różnica między wydarzeniami masowymi

Tabela 4. Liczba imprez masowych, a liczba sportowych imprez masowych w latach 2013–2018

Obszar/kategoria	Imprezy masowe			Sportowe imprezy masowe		
	lata					
	2013	2016	2018	2013	2016	2018
Polska	5730	6480	7074	3164	3223	3468
Województwo dolnośląskie	613	576	667	400	294	348

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych, GUS: Kultura i sztuka, organizacja imprez masowych, Imprezy artystyczno-rozrywkowe, interdyscyplinarne i sportowe.

a sportowymi wydarzeniami masowymi wyniosła 2566 wydarzeń. W 2016 roku ta sama różnica wyniosła 3257 imprez masowych. W 2018 roku natomiast różnica wyniosła 3606. Na podstawie powyżej wyliczonych różnic można zauważyć, iż w 2013 roku odbyło się więcej sportowych imprez masowych na terenie Polski niż innych (kulturalnych, artystycznych etc.). W 2016 roku różnica wyniosła wartość przybliżoną obu rodzajów imprez masowych, gdyż odbyło się jedynie o 37 sportowych imprez masowych mniej niż kulturalnych na terenie Polski. W 2018 roku różnica zwiększyła się, dając przewagę kulturalnym imprezom masowym nad sportowymi. Obliczone dane zostały zaprezentowane graficznie na rysunku 1.



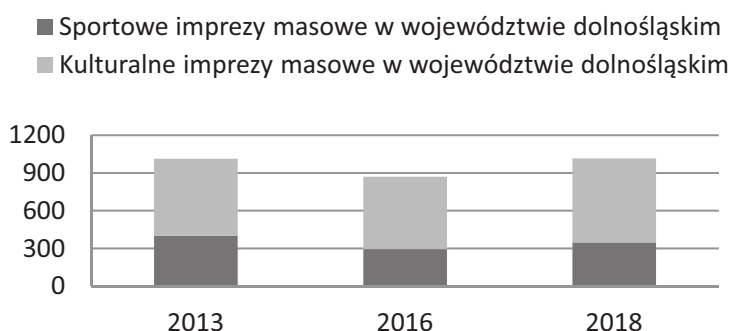
Rysunek 1. Różnica w liczbie kulturalnych imprez masowych a sportowych imprez masowych na terenie Polski w latach 2013–2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych, GUS: Kultura i sztuka, organizacja..., op. cit.

Zostały również wyliczone różnice w imprezach masowych i sportowych imprezach masowych dla województwa dolnośląskiego. W 2013 roku różnica wyniosła 213 wydarzeń. W 2016 roku osiągnęła wartość 282 imprez, a w 2018 roku różnica wyniosła 319 wydarzeń. Z roku na rok różnica wzrasta. Wzrost liczby organizowanych wydarzeń jest większy dla kulturalnych imprez masowych niż dla sportowych wydarzeń. Na rysunku 2 zostały zaprezentowane wyliczone rozbieżności.

Kolejną istotną kwestią jest liczba uczestników w imprezach masowych oraz w wyszczególnionych sportowych imprezach masowych na terenie Polski i województwa dolnośląskiego. Z danych przedstawionych w tabeli 5 wynika, iż z roku na rok coraz większa liczba uczestników bierze udział w wydarzeniach masowych.

W tabeli 5 zostały zaprezentowane dane z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego, które dotyczą liczby uczestników imprez masowych oraz uczestników imprez sportowych dla lat 2013, 2016 oraz 2018. W ciągu pięciu lat wzrost liczby uczestników imprez masowych wyniósł ponad sześć mln widzów. W przypadku uczestników imprez sportowych nastąpił wzrost o blisko ponad dwa mln widzów. Najbardziej interesującym faktem dla dalszych analiz jest wzrost liczby uczestników imprez masowych i sportowych na terenie województwa dolnośląskiego. W obu przypadkach wzrost nastąpił o kilkaset tysięcy widzów w ciągu pięciu lat. Powyższe dane posłużą do obli-



Rysunek 2. Różnica w liczbie kulturalnych imprez masowych a sportowych imprez masowych na terenie województwa dolnośląskiego w latach 2013–2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych, GUS: Kultura i sztuka, organizacja..., op. cit.

Tabela 5. Liczba uczestników imprez masowych oraz sportowych w latach 2013–2018

Wyszczególnienie	Uczestnicy imprez masowych			Uczestnicy imprez sportowych		
	lata					
	2013	2016	2018	2013	2016	2018
Polska	21 133 415	24 435 646	27 615 218	12 640 991	13 700 792	14 791 684
Województwo dolnośląskie	1 938 618	2 176 216	2 503 188	1 316 682	1 223 584	1 653 390

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS: Kultura i sztuka, organizacja..., op. cit.

czenia wskaźników funkcji turystycznej oraz fanoturystycznej, które mają niewątpliwie wpływ na rozwój fanoturystyki w województwie dolnośląskim z punktu widzenia wydarzeń sportowych i zagospodarowania sportowego.

Wskaźniki funkcji turystycznej jako ocena uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju turystycznego województwa dolnośląskiego z punktu widzenia wydarzeń sportowych – wyniki analizy danych statystycznych

W niniejszym podrozdziale zostaje poddana próbie ocena uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju turystycznego na przykładzie wybranych wskaźników funkcji turystycznej, które po modyfikacjach zostały nazwane wskaźnikami funkcji fanoturystycznej. Pozwala to na identyfikację i charakterystykę rozwoju fanoturystyki w odniesieniu do wydarzeń sportowych na terenie Dolnego Śląska. Funkcja turystyczna jest rozumiana jako działalność społeczno-ekonomiczna świadczona przez określony region lub miejscowość (w niniejszym opracowaniu – województwo dolnośląskie) oraz mieszkańców celem przywrócenia odwiedzającym turystom zdolności psycho-

fizycznych organizmu wynikających ze zmęczenia, dzięki wykorzystaniu naturalnych właściwości destynacji⁷. W dostępnej literaturze przedmiotu istnieje pięć wskaźników funkcji turystycznej (tab. 6).

Tabela 6. Wskaźniki funkcji turystycznej

Wskaźnik	Zastosowanie wskaźnika
Wskaźnik Baretje'a-Deferta (wskaźnik funkcji turystycznej miejscowości)	liczba turystycznych miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców stałych
Wskaźnik Deferta (wskaźnik funkcji turystycznej)	liczba korzystających z noclegów turystów przypadających na 1 km ² obszaru
Wskaźnik Schneidera (wskaźnik intensywności ruchu turystycznego)	liczba turystów korzystających z noclegów przypadającą na 100 mieszkańców obszaru
Wskaźnik Charvata (wskaźnik nasycenia bazą turystyczną)	liczba udzielonych noclegów przypadających na 100 mieszkańców obszaru
Wskaźnik gęstości bazy noclegowej	liczba miejsc noclegowych oferowanych turystom przypadających na 1 km ² obszaru

Źródło: opracowanie własne na podstawie: M. Hendel (2016): Przydatność wskaźników funkcji turystycznej w ocenie rozwoju turystycznego obszaru na przykładzie Gminy Ustroń, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej Organizacja i Zarządzanie z. 87, s. 159.

Autorka dokonała wyboru trzech wskaźników funkcji turystycznej, aby wykonać ich modyfikacje. Pozwoli to na osiągnięcie postawionego we wstępie celu. W tabeli 7 zostały pokazane wybrane wskaźniki wraz z ich nowym brzmieniem.

Tabela 7. Wskaźniki funkcji turystycznej i fanoturystycznej

Wskaźniki funkcji turystycznej	Wskaźniki funkcji fanoturystycznej	
Wskaźnik Deferta (wskaźnik funkcji turystycznej)	wskaźnik funkcji fanoturystycznej	liczba miejsc w dużych halach sportowych w województwie dolnośląskim przypadających na 100 mieszkańców stałych
Wskaźnik Schneidera (wskaźnik intensywności ruchu turystycznego)	wskaźnik intensywności ruchu fanoturystycznego	liczba uczestników wydarzeń sportowych przypadających na 100 mieszkańców obszaru
Wskaźnik gęstości bazy noclegowej	wskaźnik gęstości bazy fanoturystycznej	liczba miejsc dużych hal sportowych w województwie dolnośląskim oferowanych fanoturystom i rekreantom przypadających na 1 km ² obszaru

Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Hendel: Przydatność wskaźników funkcji ..., op. cit., s. 159.

⁷ A. Matczak: Funkcja wypoczynkowa strefy podmiejskiej Łodzi, Zakład Geografii Miast i Turyzmu, UŁ, Łódź 1982 (maszynopis niepublikowany).

Po wykonaniu obliczeń wskaźników funkcji turystycznej uwzględniających dane statystyczne dotyczące liczby mieszkańców obszaru, powierzchni obszaru i wartości liczby turystów oraz liczby udzielonych noclegów, zostały wykonane obliczenia funkcji fanoturystycznej, które również uwzględniają dane statystyczne województwa dolnośląskiego. W efekcie wartości wskaźników zostały zaprezentowane w tabeli 8.

Tabela 8. Porównanie wskaźników dla ruchu turystycznego oraz ruchu sportowego

Wskaźnik/ruch	Ruch turystyczny			Ruch fanoturystyczny	
	Polska	województwo dolnośląskie		Polska	województwo dolnośląskie
Wskaźnik funkcji turystycznej	2,08	2,41	wskaźnik funkcji fanoturystycznej	0,37	0,91
Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego	48,42	125,97	wskaźnik intensywności ruchu fanoturystycznego	38,51	56,98
Wskaźnik gęstości bazy noclegowej	2,55	3,51	wskaźnik gęstości bazy fanoturystycznej	0,46	1,32

Źródło: opracowanie własne.

Wartości wskaźników przedstawione w tabeli 8 mają charakter poglądowy. Wobec tego należy przyjąć pewną interpretację wskaźników funkcji turystycznej i fanoturystycznej.

Wartość wskaźnika funkcji turystycznej wynosząca 100 oznacza, iż funkcja turystyczna jest wysoko rozwinięta i liczba miejsc noclegowych jest równa liczbie mieszkańców obszaru⁸. W przypadku wskaźnika intensywności ruchu turystycznego obszar dobrze rozwinięty turystycznie to ten, dla którego wartość wynosi 500⁹. Warszzyńska dostosowała wskaźniki funkcji turystycznej do obszarów Polski. Obszar o dobrze rozwiniętej funkcji turystycznej osiąga wartości ok. 50¹⁰. W niniejszym opracowaniu zostały przyjęte takie same zasady dla wskaźników funkcji fanoturystycznej. W przypadku wskaźników funkcji turystycznej/fanoturystycznej oraz wskaźnika gęstości bazy turystycznej/sportowej, wartości dla Polski i województwa dolnośląskiego są zbliżone. Przy czym dla województwa dolnośląskiego jest dwukrotnie większy niż dla Polski w przypadku wskaźnika funkcji fanoturystycznej.

Wskaźniki funkcji turystycznej i fanoturystycznej wskazują, iż na Dolnym Śląsku obie funkcje są słabo rozwinięte. Do obliczenia funkcji sportowej zostały dobrane największe hale sportowo-widowiskowe na Dolnym Śląsku, gdyż zachodzi wątpliwość co do małych boisk i małych obiektów, na których mogą odbywać się lokalne wydarzenia dla mieszkańców i turystów. Choć fanoturystyka nie wyklucza uczestnictwa w wydarzeniach

⁸ W. Kurek, M. Mika: Turystyka jako przedmiot badań naukowych, [w:] Turystyka, W. Kurek (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

⁹ J. Warszzyńska: Funkcja turystyczna Karpat Polskich, Folia Geographica, Series Geographica – Oeconomia 1985, nr 18.

¹⁰ Ibidem.

lokalnych, to warto pamiętać, iż dane statystyczne uczestników wydarzeń sportowych mogą wprowadzać w błąd. Wartości wskaźników gęstości bazy turystycznej i fanoturystycznej pokazują, iż województwo dolnośląskie ma również tę funkcję słabo rozwiniętą, niemniej jednak lepiej niż średnia w Polsce. Tylko jedna hala z województwa dolnośląskiego jest klasyfikowana do grupy największych w Polsce, tj. Hala Stulecia we Wrocławiu. Tu również można zauważyć, iż wiele imprez odbywa się w plenerze i nie zostają ujęte w wybranym wskaźniku. Baza sportowa bowiem obejmuje boiska, stadiony i hale. W tym przypadku imprezy w plenerze mogą odbywać się na terenie miasta (BikePlanet Townhill w Karpaczu), czy w lasach (jak w przypadku maratonów, czy rowerowych sportów ekstremalnych).

Podsumowanie

Wydarzenia sportowe, ich uczestnicy oraz baza sportowa są ważnymi elementami rozwoju fanoturystyki w województwie dolnośląskim. Na podstawie danych statystycznych z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego można zauważyć, iż wydarzenia sportowe o masowym charakterze przyciągają z roku na rok coraz większą liczbę uczestników. Na terenie województwa dolnośląskiego odbywają się imprezy sportowe w wielu dyscyplinach sportowych często uwarunkowane walorami turystycznymi. Liczba istniejących hal sportowo-widowiskowych jest na poziomie wyższym niż średnia krajowa, co pozwala stwierdzić, iż Dolny Śląsk nie może narzekać na złą sytuację fanoturystyki na swoim obszarze.

Jednak wskaźniki funkcji fanoturystycznej pokazują obraz jej rozwoju nieco w innym świetle. Warto zwrócić uwagę, iż dane wykorzystane w celu obliczenia wskaźników funkcji fanoturystycznej obejmują wszystkich uczestników wydarzeń sportowych. Brak w nich rozróżnienia na osoby podejmujące aktywność fanoturystyczną i osoby, które nie zmieniają miejsca codziennej egzystencji, aby uczestniczyć w wydarzeniu sportowym. Ten fakt sygnalizuje dużą potrzebę weryfikacji uczestnictwa w wydarzeniach sportowych, aby móc dokonać opisu zjawiska fanoturystyki w szerszej perspektywie. Wobec powyższego należałoby się zastanowić jaki jest udział wyjazdów indywidualnych i wyjazdów organizowanych przez organizatorów turystyki na wydarzenia sportowe. Opierając się na dostępnych danych, zostały wyliczone wskaźniki funkcji fanoturystycznej. Wskaźniki pokazują pewne rozbieżności, które budzą kontrowersyjne wątpliwości: czy zastosowanie takich miar ma słuszność w prezentacji rozwoju fanoturystyki na konkretnym obszarze. Można obliczyć wskaźniki dla zagospodarowania sportowego i bazy sportowej, jednak sport to nie tylko dyscypliny uprawiane w halach sportowych. Jest on również uprawiany i prezentowany fanoturystom na terenach miast, lasów, jezior, czy poligonach wojskowych. Zatem tu pojawia się pewna problematyczna kwestia dla autorki.

Wyżej poczynione wysiłki pokazują jak bardzo należałoby skonstruować rozwinięte badania naukowe celem poznania pełnego zjawiska fanoturystyki. Brak danych statystycznych może prowadzić do pewnych błędnych założeń, jednak na podstawie wyżej przywołanych danych liczbowych można dokonać pewnej wstępnej identyfikacji i cha-

rakterystyki uwarunkowań infrastrukturalnych rozwoju fanoturystyki na obszarze Dolnego Śląska. Ostatecznie można stwierdzić, że:

- fanoturystyka ma duże możliwości rozwoju na terenie województwa dolnośląskiego dzięki dużej liczbie wydarzeń sportowych, które odbywają się na atrakcyjnym turystycznie obszarze;
- obecnie baza sportowa, tj. hale sportowo-widowiskowe i stadiony sportowe jest na dobrym poziomie. Świadczy o tym ich poziom liczebności wyższy niż średnia krajowa dla wszystkich województw;
- rozwój fanoturystyki jest determinowany coraz większą liczbą uczestników wydarzeń sportowych. Warto przeprowadzić dalsze badania, aby ustalić konkretną liczbę fanoturystów i rekreantów uczestniczących w widowiskach;
- wskaźniki funkcji fanoturystycznej pokazują, iż uwarunkowania infrastrukturalne rozwoju fanoturystyki przy przyjętych danych statystycznych są na niskim poziomie.

Pomimo wysokiego poziomu ruchu turystycznego, dużej liczby turystów odwiedzających region, fanoturystyka jest słabo rozwinięta. Może o tym również świadczyć pewien brak świadomości fanów, którzy biernie uczestniczą w widowiskach sportowych.

Literatura

- Bank Danych Lokalnych, GUS: Kultura i sztuka, organizacja imprez masowych, Imprezy artystyczno-rozrywkowe, interdyscyplinarne i sportowe.
- Brumm K.: Fanoturystyka. Kibice sportowi w pozytywnym świetle, K&AK.M.A. Karasiak, Poznań 2012.
- Geraghty L., Passing through: popular media tourism, pilgrimage and narratives of being a fan, [w:] The Routledge Handbook of Popular Culture and Tourism, C. Lundberg, V. Ziakas (red.), Taylor & Francis Group, Nowy Jork 2018.
- Gibson H., Sport tourism: a critical analysis of research, Sport Management Review 1998, nr 1(1), s. 45–76.
- Hendel M.: Przydatność wskaźników funkcji turystycznej w ocenie rozwoju turystycznego obszaru na przykładzie Gminy Ustroń, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie 2016, z. 87, s. 157–170.
- Kowalczyk A.: Geografia turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Kurek W., Mika M.: Turystyka jako przedmiot badań naukowych, [w:] Turystyka W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Kurek W. (red.): Turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Malchrowicz-Mośko E., Pozytywne oraz negatywne implikacje turystyki olimpijskiej, Turystyka Kulturowa 2015, nr 8, s. 57–74 .
- Matczak A.: Funkcja wypoczynkowa strefy podmiejskiej Łodzi. Zakład Geografii Miast i Turystyki, UŁ, Łódź 1982 (maszynopis niepublikowany).
- Mikos von Rohrscheid A., Turystyka Kulturowa – wokół definicji, Turystyka Kulturowa 2008, nr 1, s. 4–21.
- Ministerstwo Sportu i Turystyki: Duże hale sportowo-widowiskowe w Polsce. Inwentaryzacja bazy sportowej, Warszawa 2016.
- Mokras-Grabowska J., Turystyka sportowa – dyskusja terminologiczna, Turystyka 2016, nr 26(1), s. 13–19.
- Standeven J., DeKnop P.: Sport tourism, Human Kinetics, Champaign 1999.

- Stasiak A., Włodarczyk B., Czy turystyka może nie być aktywna? O potrzebie podziałów i klasyfikacji turystyki za: A. Stasiak, J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Wczoraj, dziś i jutro turystyki aktywnej i specjalistycznej*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa 2015, s. 39–52.
- Tomik R.: Turystyka sportowa – czym jest i kto jest jej uczestnikiem?, „*Bibliotheca Nostra*” Śląski Kwartalnik Naukowy 2013, nr 1(1), s. 140–143.
- Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Dolnośląski Ośrodek Badań Regionalnych: *Rocznik statystyczny Województwa dolnośląskiego*, Wrocław 2018.
- Ustawa o bezpieczeństwie imprez masowych z 20 marca 2009 r. (Dz.U. z 2009 r. nr 62, poz. 504).
- Ustawa z 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. z 2017 r. poz. 2361).
- Warszyńska J., Funkcja turystyczna Karpat Polskich, *Folia Geographica, Series Geographica – Oeconomica* 1985, nr 18, s. 79–104.
- Williams R., *Fan Tourism and Pilgrimage*, [w:] *The Routledge Companion to Media Fandom*, A.M. Click, S. Scott (red.), Routledge, Nowy Jork 2017.

Infrastructural conditions for the development of fanotourism on the example of the area of Dolnośląskie voivodship

Summary. This chapter of the monograph deals with the issue of infrastructural conditions for the development of fanotourism in the area of Lower Silesia from the point of view of sports events. Tourism activity combined with interest in sport is becoming increasingly important around the world. Participation in great events is becoming increasingly popular among both young and older sports tourists. The interest in this kind of tourist activity is aimed at experiencing extreme sensations, and the ubiquitous popularization of a healthy and sporty lifestyle becomes the basis for everyday existence. In this case, there will be some reconnaissance of the research gap: cognitive and empirical in terms of perception of infrastructural conditions for development of fanotourism in the perspective of the Lower Silesia area. Literature queries and analysis of secondary data were carried out, mainly on the basis of the Central Statistical Office Local Data Bank. The method of statistical analysis was used. The aim of the research was to identify and characterise the infrastructural conditions for the development of fanotourism in the area of the Lower Silesian Voivodship in relation to sports events. A picture of this phenomenon is presented on the basis of calculated indicators of the tourist and fanotourism function.

Key words: development, fanotourism, sports events, Dolnośląskie voivodship

Krystyna Krzyżanowska✉, Sławomir Wawrzyniak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Tendencje zmian w zakresie aktywności fizycznej mieszkańców Polski

Streszczenie. Celem badań było rozpoznanie zakresu i powodów oraz tendencji zmian w aktywności fizycznej podejmowanej przez Polaków w latach 2013–2018. Z przeprowadzonej analizy wynika, że w 2018 roku 61% respondentów deklarowało uprawianie sportu i odsetek ten był mniejszy o 5 p.p. w stosunku do 2013 roku. Najważniejszym motywem podejmowania aktywności fizycznej przez badanych zarówno w 2013 roku, jak i w 2018 roku była troska o zdrowie, na drugim miejscu znalazła się przyjemność i zabawa, a trzecim miejscu lepsze samopoczucie i możliwość odreagowania stresu. Wśród ankietowanych lepiej wykształconych, bardziej zadowolonych z warunków materialnych swoich gospodarstw domowych, mieszkających w większych miejscowościach odsetki tych, którzy uprawiali sport, były większe. Z przeprowadzonych badań wynika, że większość najpopularniejszych dyscyplin sportowych była uprawiana z powodów zdrowotnych. Były jednak wyjątki, do których należały: taniec, sporty zimowe, turystyka piesza, piłka nożna i siatkówka. Te aktywności fizyczne uprawiane były głównie dla przyjemności.

Słowa kluczowe: ruch, zdrowie, aktywność fizyczna, sport

Wstęp

Ruch jest naturalną potrzebą ludzkiego organizmu. W zależności od fazy rozwoju człowieka aktywność ruchowa spełnia różne cele, a mianowicie najpierw wspomaga rozwój fizyczny, następnie podtrzymuje osiągnięty stan, a w wieku podeszłym przeciwdziała niekorzystnym zmianom. Aktualnie można zauważyć wzrost zainteresowania różnych gremiów problematyką aktywności fizycznej. Jedną z przyczyn jest wzrastająca świadomość istnienia problemów zdrowotnych na świecie z powodu pojawienia się w krajach uprzemysłowionych tzw. chorób cywilizacyjnych, drugą może być wzrost liczby chorób powstających na tle braku ruchu wynikającego z postępu technicznego. W sytuacji, gdy wskutek stałego wzrostu ułatwień cywilizacyjnych drastycznie zmniejsza się poziom obciążeń zarówno w pracy zawodowej, jak i w codziennym życiu systematyczne uprawianie ćwiczeń ruchowych ma ogromne znaczenie profilaktyczne. W znaczący sposób pozytywnie wpływa na stan zdrowia, jakość życia, jak i przeciw-

✉ krystyna_krzyzanowska@sggw.edu.pl

działa procesowi starzenia się. Ograniczenie aktywności ruchowej nasila się więc wraz z rozwojem cywilizacji i stanowi realne zagrożenie dla zdrowia człowieka¹.

Znaczenie aktywności fizycznej w zachowaniu fizycznego i psychicznego dobrostanu człowieka

Dobre zdrowie i sprawność fizyczna w życiu współczesnego człowieka traktowane są jako warunek podstawowych kompetencji zawodowych i społecznych, a także środek do osiągnięcia lepszej jakości życia. Postęp w naukach medycznych sprawił, że wydłużyła się średnia długość życia, ale z badań naukowych wynika równocześnie, że procesy starzenia zaczynają się wcześniej i postępują zdecydowanie szybciej niż w poprzednich pokoleniach, a symptomy schorzeń cywilizacyjnych zaczynają się pojawiać w coraz młodszym wieku. Rola aktywności fizycznej jest więc wyjątkowo istotna w prewencji chorób cywilizacyjnych. Brak regularnych ćwiczeń fizycznych jest przyczyną rozwoju 20 chorób przewlekłych. Z przeprowadzonych badań epidemiologicznych i klinicznych wynika, że choroby te powszechniej występują u osób, które w małym stopniu podejmują aktywność fizyczną albo nie podejmują jej w ogóle. Hipokinezyja, tzw. beczynność ruchowa uznawana jest za jedno ze źródeł epidemii otyłości i towarzyszącego jej zespołu metabolicznego, może być jedną z przyczyn powstawania chorób niedokrwiennych, czy chorób nowotworowych. Z kolei odpowiednia dawka aktywności fizycznej przynosi wiele korzyści zdrowotnych, m.in. poprawia wydolność układu krążenia i oddychania oraz opóźnia pojawienie się objawów tych schorzeń. Wysiłek fizyczny powoduje również korzystne zmiany w układzie ruchu: zwiększa masę i siłę mięśniową, wzmacnia i stabilizuje stawy, podtrzymuje prawidłową mineralizację kości, zapobiega i koryguje wady postawy. Regularna aktywność fizyczna pozytywnie wpływa również na funkcjonowanie układu nerwowego, m.in. wspomaga sprawność intelektualną, zmniejsza napięcia nerwowe, stany depresyjne i lękowe, poprawia jakość snu oraz samopoczucie. W starszym wieku wysiłek fizyczny opóźnia procesy demencji i postępowanie choroby Alzheimera, a osoby uprawiające sport deklarują lepsze samopoczucie fizyczne i psychiczne oraz cieszą się lepszą jakością życia².

Aktywność fizyczna jest niezbędną do prawidłowego działania procesów metabolicznych i fizjologicznych. Rezygnacja z aktywności ruchowej może prowadzić do cukrzycy, otyłości, chorób serca i układu krążenia, a także zmian w obrębie stawów i kręgosłupa. Według wskazań WHO dzieci i nastolatki powinny na aktywność fizyczną poświęcić minimum jedną godzinę dziennie, a dorośli minimum 30 minut³. Aktywność ruchowa jest ważnym elementem profilaktyki chorób cywilizacyjnych. Ruch, który jest nieodłączną cechą życia, ograniczany jest poprzez rozwój naukowo-techniczny i generowany musi

¹ M. Zapała, B. Kowalczyk, B. Lubińska-Żądło: Aktywność fizyczna a styl życia kobiet w wieku produkcyjnym, *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu* 2015, nr 4, s. 391.

² E. Biernat: Aktywność fizyczna w życiu współczesnego człowieka, e-Wydawnictwo Narodowego Centrum Badania Kondycji Fizycznej, 2014, s. 1–2. <https://demo.ncbkf.pl> (dostęp: 27.11.2019).

³ M. Olejniczak: Aktywność fizyczna jest zdrowa! Czy wiesz dlaczego? http://zdrowie.gazeta.pl/Zdrowie/1,107103,16813075,Aktywnosc_fizyczna_jest_zdrowa_Czy_wiesz_dlaczego_html (dostęp: 21.12.2018).

być w sposób sztuczny (np. poprzez aktywne uczestnictwo w rekreacji fizycznej), aby zapewnić zdrowie⁴. Zgodnie z definicją przedstawioną przez M. Tyszkową⁵ „aktywność ruchowa to wszelkie funkcjonowanie organizmu zarówno fizjologiczne, jak i psychiczne”. Z kolei Z. Drozdowski określił jako „całokształt zachowań i możliwości ruchowych ludzkiego organizmu związany z różnymi sposobami i formami przemieszczania się osobnika w przestrzeni bądź też przemieszczania się w stosunku do siebie różnych części ciała”. Autor wymienia pięć rodzajów aktywności ruchowej: zawodową, rekreacyjną, samoobsługową, rehabilitacyjną i sportową⁶. Według C.J. Caspersen aktywność fizyczna „jest pracą mięśni charakteryzującą się ponadspoczynkowym wydatkiem energii”⁷. Aktywność fizyczna według J. Drabik uznawana jest za jeden z pozytywnych mierników zdrowia człowieka, zazwyczaj im wyższy jej poziom, tym lepsze zdrowie⁸. Jest determinantem rozwoju sprawności i wydolności fizycznej, których określony poziom jest niezbędny do tego, aby radzić sobie w codziennym życiu. W ostatnich latach można dostrzec zmianę w sposobie myślenia dotyczącego aktywności fizycznej i reorientacji w podejmowaniu sprawności fizycznej. W Stanach Zjednoczonych powstała koncepcja Health-Related Fitness⁹, w której zwraca się uwagę na komponenty sprawności fizycznej związane ze zdrowiem. Jest to nowe podejście do stylu życia warunkujące poprawę funkcjonowania organizmu w zakresie siły, wytrzymałości, a także elastyczności ciała. Zmiana ogólnej koncepcji sprawności fizycznej z orientacji sportowej w kierunku Health-Related Fitness sprawia, że musi być położony większy nacisk na funkcję krążeniowo-naczyniową, skład ciała (szczupłość/otyłość), siłę, wytrzymałość oraz gibkość dolnej części grzbietu, a więc na cechy wskazywane przez badaczy medycznych i wychowania fizycznego jako najważniejsze dla promocji zdrowia oraz redukcji czynników ryzyka. Według E.T. Howley i B.D. Franks celem sprawności fizycznej jest pozytywne zdrowie fizyczne, które warunkuje niskie ryzyko wystąpienia problemów zdrowotnych. Według najbardziej aktualnych trendów tak rozumiana sprawność fizyczna ma być źródłem i warunkiem satysfakcjonującego życia, a nie tylko celem samym w sobie – osiągniętym w działaniu ruchowym¹⁰.

⁴ Por. A.M. Krzyżanowska: Formy aktywności ruchowej preferowane przez studentów uczelni warszawskich, [w:] Kierunki i wyzwania rozwoju regionalnego, K. Krzyżanowska, J. Zawadka (red.), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2018, s. 44.

⁵ M. Tyszkowa: Aktywność i działalność dzieci i młodzieży, WSiP, Warszawa 1977, s. 13.

⁶ Z. Drozdowski: W sprawie podziału motoryczności i człowieka uwag kilka, *Kultura Fizyczna* 1992, nr 9–10, s. 29.

⁷ C.J. Caspersen: Physical activity and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research, *Public Health Reports* 1985, nr 2, s. 126–131.

⁸ J. Drabik: Aktywność, sprawność i wydolność fizyczna jako mierniki zdrowia człowieka, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1997, s. 36.

⁹ Health-Related Fitness odnosi się do tych komponentów sprawności, które są efektem korzystnego i niekorzystnego wpływu zwykłej aktywności fizycznej, i które mają związek z poziomem stanu zdrowia. Komponenty te określane są zdolnością do podejmowania codziennej aktywności żwawo i z wigorem oraz takim stanem cech i zdolności, który wskazuje na niskie ryzyko przedwczesnego rozwoju chorób i osłabienia sił w wyniku aktywności.

¹⁰ T. Forołowicz: Ku edukacji zdrowotnej: Karta sprawności i zdrowia, [w:] *Zdrowie: istota, diagnostyka i strategię zdrowotne*, I. Murawow (red.), Wydawnictwo ITE, Radom 2001, s. 11.

Aktywność ruchowa jest niezbędnym warunkiem utrzymania zdrowia, stymuluje prawidłowy rozwój fizyczny, psychiczny, społeczny i duchowy każdego człowieka¹¹. Jest wykorzystywana w profilaktyce zdrowia, profilaktyce leczniczej, stanowi podstawę zajęć wychowania fizycznego, rekreacji, turystyki, korekcji wad postawy i kinezyterapii¹².

Systematycznie podejmowana aktywność ruchowa jest dowodem na dbałość o zdrowie, jego zachowanie i przywracanie, a także ułatwia człowiekowi osiągnięcie życiowych priorytetów. Wszelkie ćwiczenia, uprawiane z właściwą intensywnością są dla człowieka w każdym wieku swoistym dobrodziejstwem. Pomagają zapewnić dobre zdrowie, umocnić więzi rodzinne, dostarczyć poczucie szczęścia (dzięki tzw. endorfinom, nazywanym „hormonem szczęścia”, które uwalniają się w organizmie pod wpływem wysiłku fizycznego). Aktywność fizyczna pozwala rozładować stres, sprawia, że lepiej śpimy, a także efektywniej odpoczywamy. Osoby podejmujące aktywność fizyczną żyją dłużej i cieszą się lepszą jakością życia¹³.

W Polsce badania dotyczące aktywności fizycznej ludności prowadzono głównie w wybranych miastach bądź regionach kraju. Badań, które dotyczyłyby całego społeczeństwa, dotychczas zrealizowano niewiele (CBOS, GUS). W wymienionych badaniach zajmowano się jedynie aktywnością sportową, uczestnictwem w zajęciach sportowo-rekreacyjnych oraz podejmowanymi formami rekreacji. Nie oceniono w nich poziomu aktywności fizycznej. Na podstawie czasu i częstotliwości trwania analizowano poziom uczestnictwa Polaków w sporcie i rekreacji. Należy podkreślić wyraźne różnice metodologiczne. W niektórych badaniach brano pod uwagę podejmowane formy (bez względu na intensywność wysiłku), a w innych pytano o czas, częstotliwość i intensywność wysiłku. W dodatku różne ośrodki oceniały te parametry na różne sposoby.

Pierwszym badaniem oceniającym poziom aktywności Polaków było Wielkośrodkowe Badanie Stanu Zdrowia Ludności (WOBASZ). Badanie przeprowadzono w latach 2002–2004 wśród 13545 osób w wieku 20–74 lata. Pytania dotyczące aktywności fizycznej w pracy zawodowej i w czasie wolnym oraz aktywności związanej z przemieszczaniem się. Pod uwagę brano rodzaj, częstość, jak i czas trwania wysiłku. Małą aktywność fizyczną określono jako brak jakichkolwiek ćwiczeń fizycznych, trwających przynajmniej 30 minut, lub wykonywanie ich bardzo rzadko (raz w tygodniu, kilka razy w miesiącu). Przez umiarkowaną aktywność fizyczną rozumiano wykonywanie ćwiczeń fizycznych dwa–trzy razy w tygodniu, przez dużą aktywność – wykonywanie ćwiczeń codziennie lub sześć

¹¹ Por. D. Umiastowska, E. Szczepanowska: Opinie studentów wychowania fizycznego i fizjoterapii o podejmowaniu udziału w różnych formach aktywności ruchowej (doniesienie z badań), Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Prace Instytutu Kultury Fizycznej 2005, nr 424(22), s. 110; M. Wolicki: Aktywność ruchowa i jej znaczenie dla zdrowia fizycznego, psychicznego, społecznego i duchowego, https://www.kul.pl/files/803/biblioteczka_cyfra/Wolicki_Aktywnosc_ruchowa_jest_tak_wazna.html (dostęp: 20.12.2018).

¹² K. Kasperska, E. Smolis-Bąk, D. Białoszewski: Metodyka nauczania ruchu. Usprawnienia pacjentów na zajęciach grupowych, Oficyna Wydawnicza Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, Warszawa 2014, s. 11.

¹³ J. Derbich: Aktywność ruchowa dla zdrowie w każdym wieku, [w:] Aktywność ruchowa ludzi w każdym wieku D. Umiastowska (red.), Wydawnictwo Promocyjne „Albatros”, Szczecin 2016, s. 7–8.

razy w tygodniu, zadowalającą – wykonywanie ćwiczeń fizycznych przynajmniej 30 minut przez większość dni w tygodniu. Z wyników badań wynika, że 30% badanych wykonywało ćwiczenia trwające, co najmniej 30 minut przez większość dni tygodnia, a zatem spełniało zalecenia międzynarodowych komitetów ekspertów. Duża systematyczna aktywność fizyczna w czasie wolnym charakteryzowała 25% respondentów, zadowalająca i umiarkowana – 11–13%, a mała ponad 50%¹⁴. Zagadnienie aktywności fizycznej jest ważne i aktualne. Wymaga permanentnego monitorowania. W opracowaniu przedstawiono aktualne wyniki badań dotyczące aktywności fizycznej Polaków.

Cel i metodyka badań

Celem badań było rozpoznanie zakresu i powodów podejmowania aktywności fizycznej wśród Polaków, tendencji zmian w obrębie form uprawianego sportu i ćwiczeń oraz zróżnicowania preferencji respondentów w zależności od takich cech społeczno-demograficznych, jak: płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, status społeczny. Analizę przeprowadzono na podstawie wyników badań sondażowych z wykorzystaniem techniki wywiadów bezpośrednich zrealizowanych przez CBOS w dniach 1–12 sierpnia 2013 roku na liczącej 904 osoby reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski oraz w dniach 16–23 sierpnia 2018 roku na próbie 1066 dorosłych mieszkańców Polski. W opracowaniu wykorzystano również literaturę przedmiotu z zakresu aktywności ruchowej i strony internetowej.

Wyniki badań

Z przeprowadzonych badań wynika, że w 2018 roku sześciu na dziesięciu badanych (61%) uprawiało sport i odsetek ten był mniejszy o 5 p.p. w stosunku do 2013 roku. Spośród analizowanych zmiennych społeczno-demograficznych podejmowanie aktywności fizycznej najsilniej zależało od wieku. Ogromna większość młodych osób mających od 18 do 34 lat i 2/3 respondentów w wieku 35–54 lata uprawiało sport w ciągu ostatniego roku. Mniej niż połowa osób powyżej 55. roku życia decydowała się na podejmowanie takiej aktywności. Wśród ankietowanych lepiej wykształconych, bardziej zadowolonych z warunków materialnych swoich gospodarstw domowych, mieszkających w większych miejscowościach odsetki tych, którzy uprawiali sport, były większe. Podejmowanie aktywności fizycznej w ciągu ostatniego roku najczęściej deklarowali: studenci (91%), dla których zajęcia wychowania fizycznego są często obowiązkowe, średni personel i technicy (86%), kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem (85%) oraz pracujący na własny rachunek (84%). Wielkość miejscowości zamieszkania różnicowała podejmowanie aktywności fizycznej. Uprawianie sportu czy ćwiczeń w 2018 roku deklarowało 76% mieszkańców miast powyżej 500 tysięcy i tylko 53% mieszkańców wsi. Zajęcia grupowe fitness, ćwiczenia na siłowni plenerowej i sporty zimowe były bardziej popularne wśród mieszkańców dużych i największych miast niż wśród pozostałych, pływanie

¹⁴ W. Siwiński, R. Rasińska: Aktywność fizyczna jako zasadniczy cel stylu życia i zdrowia człowieka, *Pielęgniarstwo Polskie* 2015, nr 2(56) s. 183–184.

natomiast zdecydowanie częściej wybierali mieszkańcy miast niż wsi. Prawdopodobnie o wyborach form sportu czy ćwiczeń decydowała ich dostępność w najbliższej okolicy. W badaniach empirycznych podjęto próbę rozpoznania powodów podejmowania aktywności fizycznej przez Polaków. Wyniki analiz przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Powody uprawiania sportu, ćwiczeń [%]

Powody uprawiania sportu	2013 N = 593	2018 N = 654
Dla zdrowia	70,0	69,0
Dla przyjemności	61,0	55,0
Dla lepszego samopoczucia, aby odreagować stres	47,0	44,0
Jest to sposób spędzania czasu wolnego ze znajomymi, przyjaciółmi, rodziną	34,0	27,0
Żeby dobrze wyglądać, mieć ładną sylwetkę	24,0	25,0
Z konieczności, np. rower jako środek komunikacji, zajęcia WF	15,0	11,0
W dzisiejszych czasach wypada uprawiać jakiś sport	1,0	1,0

*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2013, s. 5; CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2018, s. 6.

Zarówno w 2013, jak i 2018 roku najważniejszym motywem podejmowania aktywności fizycznej przez badanych była troska o zdrowie (ponad 2/3 wskazań), na drugim miejscu znalazła się przyjemność i zabawa (ponad połowa wskazań), a trzecie zajęło lepsze samopoczucie i możliwość odreagowania stresu. Co czwarty respondent wskazał jako ważną przesłankę: dobry wygląd i modelowanie sylwetki oraz możliwość wspólnego spędzania czasu wolnego ze znajomymi, przyjaciółmi i rodziną. Z kolei najmniej istotnym powodem podejmowania aktywności fizycznej była konieczność wynikająca z potrzeby przemieszczania się, czy realizacji zajęć z wychowania fizycznego.

Powody uprawiania sportu, czy ćwiczeń skorelowane były z wiekiem i płcią badanych. We wszystkich grupach wiekowych i bez względu na płeć respondenci najczęściej deklaruwali, że uprawiają sport ze względów zdrowotnych. Jednak mężczyźni częściej niż kobiety podejmowali aktywność fizyczną dla przyjemności (61% wobec 50%), natomiast kobiety, żeby dobrze wyglądać, mieć ładną sylwetkę (30% wobec 19%). Z analiz wynika również, że osoby młodsze ponadprzeciętnie często podejmowały aktywność fizyczną dla urody, dobrego samopoczucia, odreagowania stresu, dla przyjemności. Ponadto sport dla młodszej grupy respondentów był również sposobem wspólnego spędzania czasu wolnego z innymi osobami. Z kolei starsi respondenci w większym stopniu kierowali się motywacjami zdrowotnymi. Powody uprawiania aktywności fizycznej zależały od dyscypliny sportowej. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli 2.

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość najpopularniejszych dyscyplin sportowych była uprawiana z powodów zdrowotnych. Były jednak wyjątki, do których należały: taniec, sporty zimowe, turystyka piesza, piłka nożna i siatkówka. Te aktywności fizyczne uprawiane były głównie dla przyjemności. W przypadku sportów

Tabela 2. Powody uprawiania aktywności fizycznej w zależności od dyscypliny sportowej [%]

Dyscypliny sportowe	Powody uprawiania sportu					
	dobrze zdrowie	dobry wygląd, ładna sylwetka	lepsze samopoczucie, odreagowanie stresu	sposób na wspólne spędzanie czasu wolnego	przyjemność	konieczność (np. WF)
Ćwiczenia rehabilitacyjne	97,0	4,0	17,0	–	2,0	9,0
Bieganie, jogging	74,0	29,0	39,0	1,0	24,0	1,0
Nordic walking	74,0	22,0	26,0	10,0	25,0	–
Samodzielne ćwiczenia w domu	72,0	42,0	33,0	1,0	14,0	2,0
Ćwiczenia na siłowni w pomieszczeniu	68,0	45,0	24,0	7,0	20,0	4,0
Ćwiczenia na siłowni plenerowej	65,0	34,0	26,0	5,0	31,0	5,0
Pływanie	62,0	13,0	32,0	13,0	43,0	2,0
Zajęcia grupowe fitness	60,0	41,0	33,0	10,0	24,0	2,0
Jazda na rowerze	56,0	9,0	31,0	14,0	40,0	13,0
Turystyka piesza	46,0	2,0	31,0	27,0	60,0	2,0
Sporty zimowe	37,0	4,0	23,0	25,0	76,0	–
Piłka nożna	34,0	4,0	23,0	44,0	56,0	–
Siatkówka	28,0	4,0	21,0	45,0	50,0	3,0
Taniec	15,0	7,0	27,0	21,0	77,0	–

*Respondenci mogli wybrać dwa powody. W tabeli umieszczono dyscypliny sportowe uprawiane przez więcej niż 5% ankietowanych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2018, s. 7.

zespołowych (siatkówki i piłki nożnej) ważny był wymiar społeczny. Sporty te częściej niż pozostałe traktowane były jako forma spędzania czasu wolnego z innymi. Z kolei, aby utrzymać dobrą sylwetkę czy poprawić wygląd, badani głównie korzystali z siłowni w pomieszczeniu, samodzielnie ćwiczyli w domu lub uczęszczali na zajęcia grupowe fitness. W celu poprawy samopoczucia, czy odreagowania stresu respondenci najczęściej biegali, w dalszej kolejności chodzili na zajęcia fitness, pływali, jeździli na rowerze oraz uprawiali turystykę pieszą.

Należy zauważyć, że do najpopularniejszych form aktywności fizycznej zarówno w 2013, jak i w 2018 roku należały: jazda na rowerze (51,0 i 44,0%), na drugim miejscu pływanie (odpowiednio 28,0 i 20,0%) i turystyka piesza, chodzenie po górach, wędrowanie po szlakach turystycznych (16,0 i 14,0%). Najrzadziej podejmowane były takie aktywności jak: jazda konna, joga, sporty lub sztuki walki, czy koszykówka. Porównując wyniki badań przeprowadzonych w 2018 roku z tymi sprzed pięciu lat, można zauważyć, że o 5,0% wzrósł odsetek badanych w ogóle nieuprawiających sportu, co

Tabela 3. Rodzaje uprawianego sportu, ćwiczeń [%]

Sporty, ćwiczenia	Lata	
	2013	2018
Jazda na rowerze	51,0	44,0
Pływanie	28,0	20,0
Turystyka piesza	16,0	14,0
Ćwiczenia na siłowni w pomieszczeniu	10,0	12,0
Ćwiczenia samodzielne w domu	–	12,0
Bieganie, jogging	18,0	11,0
Piłka nożna	14,0	9,0
Sporty zimowe	11,0	6,0
Ćwiczenia rehabilitacyjne	6,0	7,0
Zajęcia grupowe fitness	13,0	6,0
Siatkówka	14,0	6,0
Nordic walking	5,0	6,0
Taniec	10,0	6,0
Sporty wodne	5,0	5,0
Jazda na rolkach, hulajnodze	4,0	5,0
Tenis	10,0	3,0
Koszykówka	5,0	3,0
Sporty lub sztuki walki	2,0	2,0
Joga	1,0	2,0
Jazda konna	1,0	1,0

*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź

Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2013, s. 3; CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2018, s. 3.

może wiązać się z procesem starzenia się polskiego społeczeństwa. Na popularności straciły takie dyscypliny jak: pływanie (spadek o 8 p.p.), siatkówka (spadek o 8 p.p.), jazda na rowerze (spadek o 7 p.p.), bieganie (spadek o 7 p.p.) i piłka nożna (spadek o 5 p.p.). W 2018 roku więcej badanych niż w 2013 roku ćwiczyło na siłowni w pomieszczeniu (wzrost o 2 p.p.).

Z przeprowadzonych badań wynika, że kobiety preferowały inne dyscypliny sportowe niż mężczyźni. W 2018 roku kobiety znacznie częściej uczęszczały na grupowe zajęcia fitness (10% wobec 1%), częściej jeździły na rolkach, hulajnodze, deskorolce lub wrotkach (6% wobec 3%), częściej też uczestniczyły w zajęciach tanecznych (9% wobec 3%), uprawiały nordic walking (9% wobec 2%), częściej wykonywały ćwiczenia rehabilitacyjne (9% wobec 6%) oraz samodzielnie ćwiczyły w domu z własnej inicjatywy (15% wobec 9%). Z kolei zdecydowanie więcej mężczyzn niż kobiet grało w piłkę nożną (17% wobec 2%), a trochę więcej pływało (23% wobec 18%).

Tabela 4. Rodzaje uprawianego sportu w 2018 roku w zależności od płci [%]

Rodzaj sportu lub ćwiczeń	Płeć	
	kobieta	mężczyzna
Pływanie	18,0	23,0
Samodzielne ćwiczenia w domu	15,0	9,0
Grupowe zajęcia fitness	10,0	1,0
Taniec	9,0	3,0
Nordic walking	9,0	2,0
Ćwiczenia rehabilitacyjne	9,0	6,0
Jazda na rolkach, hulajnodze	6,0	3,0
Piłka nożna	2,0	17,0

*Badany mógł podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowanie własne na podstawie CBOS: Komunikat z badań Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2018, s. 4.

W badaniach poszukiwano odpowiedzi na pytanie, z jaką częstotliwością badani uprawiali poszczególne sporty. Otóż okazało się, że w grupie najbardziej popularnych form aktywności fizycznej z największą regularnością badani uczęszczali na zajęcia grupowe fitness i ćwiczyli na siłowni w pomieszczeniu, czyli takie zajęcia, w których uczestnictwo często wiąże się z koniecznością zakupu karnetu.

Podsumowanie i wnioski

Z przeprowadzonej analizy wynika, że w 2018 roku 61% respondentów deklaroowało uprawianie sportu i odsetek ten był mniejszy o 5 p.p. w stosunku do 2013 roku. Większość najpopularniejszych dyscyplin sportowych była uprawiana z powodów zdrowotnych. Były jednak wyjątki, do których należały: taniec, sporty zimowe, turystyka piesza, piłka nożna i siatkówka. Te aktywności fizyczne uprawiane były głównie dla przyjemności. W przypadku sportów zespołowych (siatkówki i piłki nożnej), ważny był wymiar społeczny. Sporty te częściej niż pozostałe traktowane były jako forma spędzania czasu wolnego z innymi. Z kolei, aby utrzymać dobrą sylwetkę, czy poprawić wygląd badani głównie korzystali z siłowni w pomieszczeniu, samodzielnie ćwiczyli w domu lub uczęszczali na zajęcia grupowe fitness.

Powody uprawiania sportu czy ćwiczeń skorelowane były z wiekiem i płcią badanych. We wszystkich grupach wiekowych i bez względu na płeć respondenci najczęściej deklarowali, że uprawiają sport ze względów zdrowotnych. Jednak mężczyźni częściej niż kobiety podejmowali aktywność fizyczną dla przyjemności (61% wobec 50%), a kobiety, żeby dobrze wyglądać, mieć ładną sylwetkę (30% wobec 19%). Z analiz wynika również, że osoby młodsze ponadprzeciętnie często podejmowały aktywność fizyczną dla urody, dobrego samopoczucia, odreagowania stresu, dla przyjemności. Ponadto sport dla młodszej grupy respondentów był również sposobem wspólnego spędzania czasu wolnego z innymi osobami. Z kolei starsi respondenci w większym stopniu kierowali się motywacjami prozdrowotnymi.

Do najpopularniejszych form aktywności fizycznej zarówno w 2013, jak i w 2018 roku należały: jazda na rowerze, na drugim miejscu uplasowało się pływanie i turystyka piesza, chodzenie po górach, wędrowanie po szlakach turystycznych. Najrzadziej podejmowane były takie aktywności jak: jazda konna, joga, sporty lub sztuki walki czy koszykówka.

Podejmowanie aktywności ruchowej w 2018 roku deklarowało 3/4 mieszkańców dużych miast i tylko połowa badanych mieszkańców wsi. Zajęcia grupowe fitness, ćwiczenia na siłowni plenerowej i sporty zimowe były bardziej popularne wśród mieszkańców dużych i największych miast niż wśród pozostałych, a pływanie zdecydowanie częściej wybierali mieszkańcy miast niż wsi. Prawdopodobnie o wyborach form sportu, czy ćwiczeń decydowała ich dostępność w najbliższej okolicy.

Mając na uwadze ogromne znaczenie aktywności fizycznej w utrzymaniu dobrej kondycji fizycznej i zdrowia, należy prowadzić działania edukacyjne w różnych grupach wiekowych, a więc wśród dzieci, młodzieży i dorosłych. Ważne jest kształtowanie świadomości i prawidłowych nawyków zachowań, uwzględniających aktywne formy spędzania czasu wolnego.

Literatura

- Biernat E.: Aktywność fizyczna w życiu współczesnego człowieka, e-Wydawnictwo Narodowego Centrum Badania Kondycji Fizycznej, 2014, s.1–2. <https://demo.ncbkf.pl> (dostęp: 27.11.2019).
- Caspersen C.J.: Physical activity and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research, *Public Health Reports* 1985, nr 2, s. 126–131.
- CBOS: Komunikat z badań. Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2013.
- CBOS: Komunikat z badań. Aktywność fizyczna Polaków, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2018.
- Derbich J.: Aktywność ruchowa dla zdrowie w każdym wieku, [w:] Aktywność ruchowa ludzi w każdym wieku D. Umiastowska (red.), Wydawnictwo Promocyjne „Albatros”, Szczecin 2016, s. 7–8.
- Drabik J.: Aktywność, sprawność i wydolność fizyczna jako mierniki zdrowia człowieka, Wydawnictwo AWF, Warszawa 1997.
- Drozdowski Z.: W sprawie podziału motoryczności i człowieka uwag kilka, *Kultura Fizyczna* 1992, nr 9–10, s. 29.
- Forołowicz T.: Ku edukacji zdrowotnej: Karta sprawności i zdrowia, [w:] *Zdrowie: istota, diagnostyka i strategię zdrowotne*, I. Murawow (red.), Wydawnictwo ITE, Radom 2001.
- Kasperska K., Smolis-Bąk E., Białoszewski D.: *Metodyka nauczania ruchu. Usprawnienia pacjentów na zajęciach grupowych*, Oficyna Wydawnicza Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, Warszawa 2014.
- Krzyżanowska A.M.: *Formy aktywności ruchowej preferowane przez studentów uczelni warszawskich*, [w:] *Kierunki i wyzwania rozwoju regionalnego*, K. Krzyżanowska, J. Zawadka (red.), Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2018.
- Olejniczak M.: Aktywność fizyczna jest zdrowa! Czy wiesz dlaczego? http://zdrowie.gazeta.pl/Zdrowie/1,107103,16813075,Aktywnosc_fizyczna_jest_zdrowa_Czy_wiesz_dlaczego_.html (dostęp: 21.12.2018).
- Siwiński W., RASIŃSKA R.: Aktywność fizyczna jako zasadniczy cel stylu życia i zdrowia człowieka, *Pielęgniarstwo Polskie* 2015, nr 2(56) s. 181–188.

Tyszkowa M.: Aktywność i działalność dzieci i młodzieży, WSiP, Warszawa 1977.

Umiastowska D., Szczepanowska E.: Opinie studentów wychowania fizycznego i fizjoterapii o podejmowaniu udziału w różnych formach aktywności ruchowej (doniesienie z badań), Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Prace Instytutu Kultury Fizycznej 2005, nr 424(22), s. 109–119.

Wolicki M.: Aktywność ruchowa i jej znaczenie dla zdrowia fizycznego, psychicznego, społecznego i duchowego, https://www.kul.pl/files/803/biblioteczka_cyfra/Wolicki_Aktywnosc_ruchowa_jest_tak_wazna.html (dostęp: 20.12.2018).

Zapała M., Kowalczyk B., Lubińska-Żądło B.: Aktywność fizyczna a styl życia kobiet w wieku produkcyjnym, Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu 2015, nr 4, s. 391–397.

Trends in carrying out physical activities over the years among Poles

Summary. The aim of these studies was to indicate the reasons, why people in Poland do sport, in what areas they are physically active and if there are any changes in their way of doing sport over the years. The analysis showed that 61% of respondents declared in 2018 they did sport and it was 5 p.p. points less than in 2013. Not only in 2013 but also in 2018 the most important reason to work out was to take care of one's health. Further reasons for that were as follows: working out for fun and pleasure, for better mood and relieving stress. The researches distinguished also some trends among different social groups. Well-educated and materially satisfied people living in big cities were more likely to do sport. Moreover, some of the most common sport areas were practiced only because of health reasons. Dancing, winter sports, walking, playing football, playing volleyball were exceptions, that people did only for fun.

Key words: physical activity, sport, working out, health

Arkadiusz Niedziółka✉

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

Współpraca instytucjonalno-sieciowa w rozwoju turystyki na wybranych obszarach przyrodniczo cennych w Małopolsce

Streszczenie. W artykule przedstawiono formy współpracy sieciowej oraz sieciowo-instytucjonalnej w rozwoju turystyki na obszarach przyrodniczo cennych. Na podstawie literatury zaprezentowano rodzaje kooperacji stowarzyszeń agroturystycznych, lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania oraz władz samorządowych z różnymi podmiotami w zakresie rozwoju usług turystycznych. Materiał badawczy obejmował analizę wyników badań przeprowadzonych z prezesami pięciu stowarzyszeń agroturystycznych oraz analizę badań zrealizowanych w 16 gminach województwa małopolskiego.

Słowa kluczowe: organizacja sieciowa, turystyka wiejska, stowarzyszenie agroturystyczne, lokalna organizacja turystyczna, obszary cenne przyrodniczo

Wstęp

Regionem Polski charakteryzującym się wysokim odsetkiem obszarów chronionych (67% powierzchni) jest województwo małopolskie¹. W jego obrębie funkcjonuje sześć parków narodowych, 10 obszarów chronionego krajobrazu, 11 parków krajobrazowych, 83 rezerваты przyrody oraz ponad 2200 pomników przyrody². Do najpopularniejszych parków narodowych zaliczają się Tatrzański oraz Pieniński. Jest jeszcze Gorczański, Babogórski, Ojcowski oraz część Magurskiego (większość tego parku narodowego położona jest w województwie podkarpackim). W najbliższym sąsiedztwie tych parków działają liczne i różnego typu obiekty hotelarskie i noclegowe. Część z nich funkcjonuje nawet w obrębie parków obok wielu różnych zakładów gastronomicznych oraz punktów sprzedaży pamiątek turystycznych.

Rozwój turystyki na obszarach wiejskich Małopolski nie tylko ustawowo chronionych uwarunkowany jest ponadto działalnością różnych organizacji i instytucji. Wśród tych pierwszych można wyróżnić organizacje sieciowe, np. stowarzyszenia agroturystyczne, lokalne organizacje turystyczne oraz lokalne grupy działania. Wśród instytucji rozwój

¹ Małopolska, Ochrona przyrody <https://www.malopolska.pl/dla-mieszkanca/srodowisko/ochrona-przyrody> (dostęp: 17.05.2020).

² Ibidem

✉ arkadiusz.niedziolka@urk.edu.pl

turystyki wiejskiej wspierają najczęściej władze samorządowe w gminach wiejskich lub miejsko-wiejskich oraz ośrodki doradztwa rolniczego.

Celem artykułu jest określenie form i zakresu współpracy małopolskich stowarzyszeń agroturystycznych z innymi sieciami np. lokalnymi organizacjami turystycznymi oraz z innymi podmiotami, a także poznanie rodzajów kooperacji i kooperantów wybranych urzędów gmin w zakresie rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo. Obszary te wybrano do badań ze względu na ich duży potencjał krajobrazowy, który jest podstawą rozwoju turystyki wiejskiej.

Metody badań

Chcąc zrealizować postawiony cel, zastosowano dwie metody badawcze. Pierwsza to metoda analizy i krytyki piśmiennictwa. Na podstawie literatury poddano krytycznej analizie działalność turystycznych organizacji sieciowych i innych podmiotów oraz formy ich współpracy w rozwoju turystyki wiejskiej. Opisano również zadania stowarzyszeń agroturystycznych, lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania i władz samorządowych w rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo. Drugą metodę badawczą stanowił sondaż diagnostyczny z wykorzystaniem narzędzi badawczych w formie dwóch ankiet kwestionariusza. Jeden kwestionariusz skierowano do 16 urzędów gmin położonych w obrębie czterech powiatów województwa małopolskiego charakteryzujących się największą liczbą zarejestrowanych gospodarstw agroturystycznych, mianowicie: nowotarskiego, tatrzańskiego, nowosądeckiego i limanowskiego. W każdym z tych powiatów, w urzędach czterech gmin cechujących się tym razem największą liczbą rolników zajmujących się agroturystyką w danym powiecie, przeprowadzono ankietę na temat współpracy władz lokalnych z różnymi organizacjami w zakresie rozwoju turystyki. Drugi kwestionariusz ankiety został wypełniony przez prezesów pięciu stowarzyszeń agroturystycznych funkcjonujących w województwie małopolskim. Również i ta ankieta miała na celu określenie form kooperacji z różnymi podmiotami w rozwoju turystyki wiejskiej. Wszystkie badania empiryczne zostały przeprowadzone w okresie letnio-jesiennym 2019 roku.

Działalność organizacji sieciowych i innych w zakresie rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo województwa małopolskiego

Na obszarach cennych przyrodniczo prężnie rozwija się turystyka, której rozwój uwarunkowany jest m.in. działalnością różnych podmiotów i organizacji. Do najważniejszych z nich można zaliczyć urzędy gmin, których zadania w zakresie rozwoju turystyki dotyczą głównie³:

- utrzymania, remontu albo przebudowy i rozbudowy obiektów oraz urządzeń sportowych i turystycznych na terenie gminy;
- tworzenia korzystnych warunków podejmowania działalności gospodarczej w sferze turystyki;

³ Ministerstwo Sportu i Turystyki: Kierunki rozwoju turystyki do roku 2015, Warszawa 2008, s. 43–44.

- wspierania organizacyjnego i finansowego stowarzyszeń, np. stowarzyszeń agroturystycznych i innych organizacji turystycznych, np. lokalnych organizacji turystycznych działających na terenie gminy;
- działań na rzecz ochrony środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego.

Liczni autorzy m.in. R. Pawlusiński⁴, I. Sikorska-Wolak⁵, J. Sikora⁶ uważają, że władze samorządowe w gminach wiejskich najczęściej wspierają rozwój lokalnej turystyki w działalności promocyjnej. Promują walory turystyczne swojej gminy oraz oferty wypoczynko-turystyczne obiektów hotelarskich i noclegowych funkcjonujących na jej terenie.

W rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki ważne znaczenie mają także ośrodki doradztwa rolniczego. Głównym ich zadaniem jest organizacja szkoleń agroturystycznych, nierzadko wspólnie z władzami samorządowymi lub/oraz ze stowarzyszeniami agroturystycznymi. Przedsięwzięcia takie mogą być skierowane do właścicieli działających gospodarstw agroturystycznych nawet od wielu lat, jak i dla rolników, którzy dopiero planują założenie gospodarstwa agroturystycznego.

W wielu krajach w rozwoju turystyki na obszarach przyrodniczo cennych ważną funkcję pełnią turystyczne organizacje sieciowe. Liczni autorzy m.in. J.N. Albrecht⁷, D. Dredge⁸, A. Presenza i I. Cippolina⁹, I. March i I. Wilkinson¹⁰ podkreślają ich rolę w rozwoju turystyki, przede wszystkim w działalności marketingowej. Autorzy ci zwracają ponadto uwagę na znaczenie współpracy sieciowej w tych procesach. W Polsce również funkcjonują różne sieci turystyczne, które szczególnie na obszarach cennych przyrodniczo wspierają rozwój turystyki wiejskiej. Najstarsze z nich to stowarzyszenia agroturystyczne, które zaczęły powstawać w pierwszych latach 90. XX w.¹¹. Innym przykładem sieci turystycznych są lokalne organizacje turystyczne (LOT-y).

Każda organizacja sieciowa jest specyficznym przykładem organizacji, w której podstawą jest brak hierarchiczności członków sieci, nazywanych aktorami oraz ich udział w sieci na zasadach rynkowych w układzie kooperacji¹². Według M. Bratnickiego orga-

⁴ R. Pawlusiński: Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 23.

⁵ I. Sikorska-Wolak: Instytucjonalne czynniki rozwoju agroturystyki, [w:] Agroturystyka – moda czy potrzeba?, G.A. Ciepiela, J. Sosnowski (red.), Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2007, s. 427.

⁶ J. Sikora: Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A., Warszawa 2009, s. 238.

⁷ J.N. Albrecht: Networking for sustainable tourism – towards a research agenda, *Journal of Sustainable Tourism* 2013, nr 21(5), s. 639–657.

⁸ D. Dredge: Policy networks and the local organisation of tourism, *Tourism Management* 2006, nr 27(2), s. 269–280.

⁹ A. Presenza, I. Cippolina: Analysing tourism stakeholders networks, *Tourism Review* 2010, nr 65(4), s. 17–30.

¹⁰ I. March, I. Wilkinson: Conceptual tools for evaluating tourism partnerships, *Tourism Management* 2009, nr 30(3), 455–462.

¹¹ J. Wojciechowska: Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009, s. 93.

¹² P. Dwojacki, B. Nogalski: Tworzenie struktur sieciowych jako wynik restrukturyzacji scentralizowanych przedsiębiorstw, *Przegląd Organizacji* 1998, nr 4, s. 8–11.

nizacja sieciowa jest „wiązką odrębnych przedsiębiorstw, koordynowanych za pomocą mechanizmów rynkowych”¹³. Podobną definicję przedstawia A. Jewtuchowicz, który definiuje sieć jako „zbiór wyselekcjonowanych związków z wybranymi partnerami wpi-sującymi się w relacje rynkowe przedsiębiorstwa”¹⁴. W opinii natomiast K. Perechudy do najważniejszych cech organizacji sieciowej zalicza się¹⁵: dobrowolność przystąpienia do sieci, równoległą realizację różnorodnych projektów i przedsięwzięć gospodarczych, coraz krótsze cykle życia produktów i usług, przenikanie się z innymi sieciami oraz duży potencjał organizacyjnego uczenia się.

Stowarzyszenia agroturystyczne to klasyczny przykład turystycznej organizacji sieciowej. Określa się je jako dobrowolne, samorządne i trwałe zrzeszenia o celach niezarobkowych. Stowarzyszenia te są przykładem organizacji pozarządowych, których głównym celem jest rozwój i promocja turystyki wiejskiej, w tym usług agroturystycznych oferowanych przez rolników. Najczęściej to właśnie rolnicy prowadzący gospodarstwa agroturystyczne są członkami stowarzyszeń. Obecnie minimalna liczba osób potrzebna do założenia jakiegokolwiek stowarzyszenia wynosi siedem.

Lokalne organizacje turystyczne powołuje się natomiast do życia najczęściej na obszarach cennych przyrodniczo, posiadających wybitne walory środowiska przyrodniczego, ale także i walory kulturowe¹⁶. Przewiduje się, że członkami LOT-ów powinny być: urzędy miast i gmin, na których terenie funkcjonuje dany LOT, lokalne organizacje branżowe np. stowarzyszenia i fundacje oraz wszystkie podmioty gospodarcze prowadzące działalność w zakresie usług turystyczno-rekreacyjnych¹⁷.

W tabeli 1 wymieniono aktualnie działające na terenie województwa małopolskiego stowarzyszenia agroturystyczne oraz LOT-y.

Wymienione w tabeli 1 stowarzyszenia agroturystyczne oraz LOT-y często ze sobą współpracują, głównie w kształtowaniu wspólnych ofert turystycznych na wsi oraz w działalności promocyjnej.

Trzecim przykładem organizacji sieciowych, bardzo często wspierających rozwój turystyki na obszarach wiejskich, są lokalne grupy działania (LGD). Stanowią one przykład kooperacji osób reprezentujących lokalną społeczność zaangażowaną w społeczno-eko-

¹³ M. Bratnicki: Zaproszenie do medytacji o granicach przedsiębiorstwa, [w:] Kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem – ciągłość i zmiana, J. Lichtarski, H. Jagoda (red.), Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu 2000, nr 851, s. 275.

¹⁴ A. Jewtuchowicz: Terytorium i jego rozwój w warunkach globalizacji, [w:] Globalizacja i regionalizacja we współczesnym świecie. Księga jubileuszowa dedykowana Profesor Irenie Pietrzyk, E. Kolendowski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, s. 13.

¹⁵ K. Perechuda: Dyfuzja wiedzy w przedsiębiorstwie sieciowym. Wizualizacja i kompozycja, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 55–56.

¹⁶ J. Borzyszkowski: Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2012, s. 82.

¹⁷ M. Migdał: ROT i LOT jako instrumenty polityki turystycznej – wstęp do analizy struktury formalno-prawnej oraz zasad zwyczajowych funkcjonowania ROT i LOT, Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie 2007, nr 6, s. 27.

Tabela 1. Lokalne organizacje turystyczne i stowarzyszenia agroturystyczne działające w województwie małopolskim w 2020 roku

Nazwa lokalnej organizacji turystycznej	Siedziba	Nazwa stowarzyszenia agroturystycznego	Siedziba
Krynicka Organizacja Turystyczna	Krynica	Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne	Kraków
Sądecka Lokalna Organizacja Turystyczna	Nowy Sącz	Stowarzyszenie Turystyki i Agroturystyki Ziem Górskich	Nowy Sącz
Wielicka Lokalna Organizacja Turystyczna	Wieliczka	Stowarzyszenie Agroturystyczne Powiatu Limanowskiego	Limanowa
Lokalna Organizacja Turystyczna Gorlice „Beskid Zielony”	Gorlice	Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	Maniowy
Tarnowska Organizacja Turystyczna	Tarnów	Agroturystyka w gminie Uście Gorlickie	Wysowa Zdrój
Gorczańska Organizacja Turystyczna	Kamienica	Małopolskie Stowarzyszenie Promocji Agroturystyki	Sucha Beskidzka
Lokalna Organizacja Turystyczna w Zawoi	Zawoja	Małopolskie Stowarzyszenie Turystyki „Gościnny Rożnów”	Rożnów
Lokalna Organizacja Turystyczna „Pieniny Kraina Niezwykła”	Szczawnica	Polska Fundacja Parlamentarna Rozwoju Wsi i Rolnictwa	Nowy Sącz
Krakowska Organizacja Turystyczna	Kraków	Regionalne Centrum Turystyki i Dziedzictwa Kulturowego w Zakliczynie	Zakliczyn
Piwniczańska Organizacja Turystyczna	Piwniczna-Zdrój	Skierbieszowskie Stowarzyszenie Kwaterodawców	Skierbieszów
Lokalna Organizacja Turystyczna Chochołowski	Chochołów	Stowarzyszenie Turystyczna Wieś Retro zs. w Nawojowej	Nawojowa
Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna Zakopane	Zakopane	Stowarzyszenie Turystyczne „Agro-Eko-Gorce” Gorczański Park Narodowy	Mszana Dolna
Lokalna Organizacja Turystyczna Made in Zakopane	Zakopane		

Źródło: opracowanie własne na podstawie:

Wykaz stowarzyszeń agroturystycznych w Polsce, http://cdr112.e-kei.pl/agroturystyka/images/Baza_stowarzyszen_at.pdf (dostęp: 20.05.2020); Wykaz lokalnych organizacji turystycznych w Polsce, https://www.pot.gov.pl/attachments/article/1732/LOKALNE%20Organizacje%20Turystyczne_1.05.2020.pdf (dostęp: 20.05.2020).

nomiczny rozwój danego regionu. Lokalne grupy działania są jedną z form współpracy i partnerstwa ich członków w procesach decyzyjnych w zakresie kształtowania oferty turystycznej na obszarach wiejskich¹⁸.

Do najważniejszych działań LGD M. Jalinik zaliczył m.in.¹⁹:

¹⁸ L. Leśniak: Rola lokalnych grup działania w tworzeniu wiejskiego produktu turystycznego, [w:] Wiejski produkt turystyczny, Doświadczenia i wyzwania, J. Majewski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2012.

¹⁹ M. Jalinik: Doradztwo w działalności turystycznej, Zamiejscowy Wydział Leśny Politechniki Białostockiej w Hajnówce, Białystok 2016, s. 81.

- aktywizację gospodarczą regionu wraz z poprawą poziomu życia jego mieszkańców,
 - budowę systemu zagospodarowania turystycznego regionu,
 - organizację szkoleń w ramach działalności nierolniczej, np. w agroturystyce,
 - promocję regionu przy zachowaniu jego wartości przyrodniczych oraz kulturowych,
- Wszystkich zarejestrowanych obecnie lokalnych grup działania w województwie małopolskim jest 42²⁰. Członkowie LGD, którzy nastawieni są głównie na działalność turystyczną współpracują ze sobą w zakresie marketingu usług turystycznych, przede wszystkim opracowują wspólne oferty turystyczno-wypoczynkowe oraz współdziałają w zakresie promocji.

Obszary cenne przyrodniczo stanowią najważniejszy cel przyjazdów turystów na wieś. Znajduje to potwierdzenie w licznych opracowaniach autorów zajmujących się problematyką rozwoju turystyki wiejskiej m.in. w pracach J. Sikory²¹, M. Jalinika²², J. Wojciechowskiej²³.

Obszary cenne przyrodniczo nie są dotychczas precyzyjnie zdefiniowane. Stwarza to problem w jasnym opracowaniu kryteriów wydzielenia obszarów, które określa się tym pojęciem²⁴. W jednej z ich definicji D. Guza-Dec stwierdza, że za obszary te uważa się „obszary, których różnorodność biologiczna stanowi lub może stanowić (przy doborze właściwych kierunków i metod) dominujący, istotny czynnik działalności gospodarczej lub w istotny sposób ogranicza formy gospodarowania sprzeczne z podstawowym celem istnienia obszarów przyrodniczo cennych – zachowaniem różnorodności biologicznej”²⁵. Z kolei według W. Radeckiego, obszary cenne przyrodniczo „to takie, które przedstawiają wartości dane przez przyrodę, przydatne do prowadzenia jakiegokolwiek działalności gospodarczej”²⁶.

Wyniki badań

W okresie letnio-jesiennym 2019 roku przeprowadzono badania z prezesami pięciu stowarzyszeń agroturystycznych z województwa małopolskiego. Ankiety wypełnili prezesi czterech stowarzyszeń zrzeszonych w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”: Galicyjskich Gospodarstw Gościnnych, Stowarzyszenia Turystyki i Agroturystyki Ziem Górskich, Góralskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego oraz

²⁰ Lista Małopolskich LGD <http://www.spisz.org/node/49> (dostęp: 20.05.2020)

²¹ J. Sikora: Agroturystyczny biznes, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego sp. z o.o., Bydgoszcz 1995, s. 13.

²² M. Jalinik: Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002, s. 41.

²³ J. Wojciechowska: Agroturystyka. Signum turystyki i obszarów wiejskich, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2018, s. 67.

²⁴ M. Jalinik: Agroturystyka na obszarach... op. cit., s. 56.

²⁵ D. Guza-Dec: Cooperation for the Development of Tourism in a Region Based on the Example of Local Governments of Municipalities within the Valuable Natural Areas of the Lublin Province, *Economic and Regional Studies* 2017, nr 10(3), s. 65–66.

²⁶ W. Radecki: Ochrona prawna obszarów przyrodniczo cennych, Oddział Akademicki PTTK, Kraków 1987, s. 18.

Stowarzyszenia Agroturystycznego Powiatu Limanowskiego. Ankiety wypełnił również prezes Stowarzyszenia Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda nienależącego do federacji. Badania miały na celu określenie form współpracy stowarzyszeń z różnymi podmiotami w zakresie rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki. Drugie badania przeprowadzono w okresie letnim 2019 roku w 16 urzędach gmin. Miało ono na celu określenie współpracy badanych gmin z różnymi podmiotami w rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo.

Poddane badaniom stowarzyszenia agroturystyczne są przedstawione w tabeli 2. Zamieszczono w niej także podmioty współpracujące ze stowarzyszeniami w zakresie działań promocyjnych, które są najważniejszym celem działalności stowarzyszeń. Najczęściej chodzi o organizacje wspólnych wyjazdów na giełdy agroturystyczne.

Tabela 2. Wykaz badanych stowarzyszeń agroturystycznych (rok założenia i liczba aktualnych członków) wraz z podmiotami współpracującymi z nimi w działalności promocyjnej

Stowarzyszenie	Rok założenia	Liczba członków	Podmioty współpracujące w zakresie promocji
Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne	1993	56	Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, gminy,
Stowarzyszenie Turystyki i Agroturystyki Ziem Górskich	1997	40	Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”,
Stowarzyszenie Agroturystyczne Powiatu Limanowskiego	1998	15	Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, Lokalna Grupa Działania „Przyjazna Ziemia Limanowska”, Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej, Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Limanowej
Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	2009	43	Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”,
Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystyczne Gazda	2003	26	urzędy gmin, Małopolska Organizacja Turystyczna, Centrum Doradztwa Rolniczego, uczelnie: Uniwersytet Rolniczy i Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Stowarzyszenie Flisaków Pienińskich

Źródło: badania własne.

Wszystkie badane stowarzyszenia agroturystyczne organizowały w przeszłości kursy agroturystyczne dla swoich członków. Trzy z nich, mianowicie: Stowarzyszenie Turystyki i Agroturystyki Ziem Górskich, Stowarzyszenie Agroturystyczne Powiatu Limanowskiego oraz Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystycznych Gazda przeprowadzały dodatkowo szkolenia agroturystyczne dla rolników planujących założenie działalności agroturystycznej. Oprócz Galicyjskich Gospodarstw Gościnnych pozostałe stowarzyszenia w organizacji kursów agroturystycznych współpracowały z różnymi podmiotami (tab. 3).

Drugie badania przeprowadzono w urzędach gmin położonych w czterech powiatach województwa małopolskiego (limanowskiego, nowosądeckiego, nowotarskiego i tatrzańskiego). Do badań wybrano po cztery gminy z każdego powiatu z największą liczbą rolników zajmujących się agroturystyką (tab. 4).

Tabela 3. Podmioty współpracujące ze stowarzyszeniami agroturystycznymi w organizacji i przeprowadzaniu kursów agroturystycznych

Stowarzyszenie	Kooperant
Stowarzyszenie Turystyki i Agroturystyki Ziemi Górskich	Małopolska Izba Rolnicza, Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego
Stowarzyszenie Agroturystyczne Powiatu Limanowskiego	Urząd Gminy Limanowa, Powiatowy Zespół Doradztwa Rolniczego w Limanowej
Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	urząd skarbowy, Sanepid.
Stowarzyszenie Gospodarstw Eko- i Agroturystyczne Gazda	Powiatowy Zespół Doradztwa Rolniczego w Limanowej, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Lokalna Grupa Działania Piękna Ziemia Gorczańska, zarząd Gorczańskiego Parku Narodowego

Źródło: badania własne.

Tabela 4. Liczba gospodarstw agroturystycznych w każdej gminie należącej do powiatów: tatrzańskiego, nowotarskiego, limanowskiego i nowosądeckiego w 2019 roku (dane z urzędów gmin)

Nazwa powiatu i łączna liczba gospodarstw agroturystycznych	Nazwa gmin i liczba gospodarstw agroturystycznych zarejestrowanych na ich terenie
Nowotarski – 555	Czorsztyn – 180, Łapsze Niżne – 96, Krościenko nad Dunajcem – 93, Czarny Dunajec – 54, Nowy Targ – 21, Szaflary – 21, Jabłonka – 20, Ochotnica Dolna – 20, Rabka-Zdrój – 13, Lipnica Wielka – 12, Raba Wyżna – 11, Szczawnica – 8, Szytkowice – 6.
Tatrzański – 462	Biały Dunajec – 159, Poronin – 134, Bukowina Tatrzańska – 87, Kościelisko – 82.
Nowosądecki – 162	Muszyna – 45, Krynica-Zdrój 33, Gródek nad Dunajcem – 31, Kamionka Wielka – 11, Łososina Dolna – 9, Łącko – 6. Stary Sącz – 6, Korzenna – 5, Rytro – 5, Piwniczna-Zdrój – 3, Podegrodzie – 3, Chełmiec – 2, Grybów- 1, Łabowa - 1, Nawojowa -1.
Limanowski – 123	Niedźwiedź – 25, Dobra – 23, Limanowa – 20, Mszana Dolna – 18, Kamienica – 10, Łaskowa – 10, Łukowica – 10, Jodłownik – 3, Tymbark – 3, Słupnice – 1.

Źródło: badania własne.

Wszystkie badane gminy mają aktualne strategie rozwoju, najczęściej opracowane na lata 2014–2020. W strategiach są zapisane różne działania wspierające sektor turystyki, w tym rozwój turystyki na obszarach cennych przyrodniczo. Dotyczy to głównie gmin: Niedźwiedź i Mszana Dolna (Gorczański Park Narodowy), gmin: Czorsztyn, Krościenko nad Dunajcem i Łapsze Niżne (Pieniński Park Narodowy) oraz gmin Bukowina Tatrzańska, Kościelisko oraz Poronin (Tatrzański Park Narodowy).

Ankietowani pracownicy urzędów gmin wyszczególnili następnie podmioty, z którymi władze samorządowe współpracują w zakresie rozwoju turystyki (tab. 5).

Z tabeli 5 wynika, że zakres współpracy badanych urzędów gmin z różnymi podmiotami dotyczy w szczególności działalności promocyjnej. W sześciu gminach natomiast przeprowadzono do tej pory szkolenia agroturystyczne, w pięciu przypadkach z ośrod-

Tabela 5. Podmioty współpracujące z badanymi urządami gmin w zakresie rozwoju turystyki

Powiat	Gmina	Podmiot współpracujący	Zakres współpracy w turystyce
Limanowski	Dobra	ośrodek doradztwa rolniczego	szkolenia agroturystyczne
		koło gospodyń wiejskich	promocja gminy
	Limanowa	Stowarzyszenie agroturystyczne	promocja gminy
		inne gminy powiatu	promocja gminy
	Mszana Dolna	ośrodek doradztwa rolniczego	szkolenia agroturystyczne
		inne gminy powiatu	promocja gminy
Niedźwiedź	Gorczański Park Narodowy	promocja turystyki w gminie	
Nowosądecki	Gródek nad Dunajcem	ośrodek doradztwa rolniczego	szkolenia agroturystyczne
	Krynica-Zdrój	Krynicka Organizacja Turystyczna	promocja turystyki w gminie
		Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych	promocja turystyki w gminie
		Związek Gmin Krynicko-Popradzkich	promocja turystyki w gminie
	Muszyna	lokalni przedsiębiorcy	promocja turystyki w gminie
		różne stowarzyszenia	promocja turystyki w gminie
Kamionka Wielka	ochotnicze straże pożarne i Lokalna Grupa Działania „Korona Sądecka”	promocja turystyki w gminie	
Nowotarski	Czarny Dunajec	ośrodek doradztwa rolniczego	szkolenia agroturystyczne
		Euroregion Tatry	promocja turystyki w gminie
		Lokalna Organizacja Turystyczna Chochołowski	promocja turystyki w gminie
	Czorsztyn	Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	rozwój agroturystyki
	Krościenko nad Dunajcem	Góralskie Stowarzyszenie Agroturystyczne	rozwój agroturystyki
	Łapsze Niżne	lokalna grupa działania, Fundacja „Mila”	szkolenia agroturystyczne
Tatrzański	Biały Dunajec		
	Bukowina Tatrzańska	Tatrzańska Agencja Rozwoju	promocja turystyki w gminie
		ośrodek doradztwa rolniczego	szkolenia agroturystyczne
	Kościelisko	Lokalna Organizacja Turystyczna Made in Zakopane	promocja turystyki w gminie
Poronin	wieś słowacka o nazwie Východná	Współpraca w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Interreg Polska-Słowacja 2014-2020	

Źródło: badania własne.

kiem doradztwa rolniczego oraz w jednym z wespół z LGD i fundacją. Dotyczyły one – jak stwierdzili ankietowani – szkoleń skierowanych do rolników planujących założenie gospodarstwa agroturystycznego.

Podsumowanie

Rozwój turystyki na obszarach cennych przyrodniczo uwarunkowany jest przede wszystkim występowaniem atrakcyjnych walorów krajobrazowych oraz odpowiedniej infrastruktury turystycznej. Ważna w tym procesie jest także działalność stowarzyszeń agroturystycznych, LOT-ów, LGD, urzędów gmin czy ośrodków doradztwa rolniczego. Organizacje te często współpracują ze sobą, przeważnie w promocji turystyki i organizacji kursów agroturystycznych.

Najważniejsze wnioski wynikające z wyników badań nad współpracą instytucjonalno-sieciową w rozwoju turystyki na obszarach cennych przyrodniczo w województwie małopolskim to:

- głównym celem działalności lokalnych organizacji turystycznych i stowarzyszeń agroturystycznych jest promocja turystyki,
- stowarzyszenia agroturystyczne organizowały w przeszłości kursy agroturystyczne, zarówno dla swoich członków, jak i dla innych osób a w ich organizacji najczęściej współpracowały z ośrodkami doradztwa rolniczego,
- zrzeszone w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” cztery stowarzyszenia współpracują z nią przede wszystkim w zakresie działalności promocyjnej,
- małopolskie stowarzyszenia agroturystyczne współpracują z różnymi podmiotami w zakresie działań promocyjnych, przede wszystkim kooperantami są ośrodki doradztwa rolniczego,
- w obrębie badanych gmin znajdują się obszary należące do trzech parków narodowych: Gorczańskiego, Pienińskiego oraz Tatrańskiego,
- część gmin współorganizowała głównie z ośrodkami doradztwa rolniczego szkolenia agroturystyczne dla rolników planujących założenie gospodarstwa agroturystyczne,
- badane gminy kooperują z różnymi podmiotami przede wszystkim w działalności promocyjnej.

Literatura:

- Albrecht J.N.: Networking for sustainable tourism – towards a research agenda, *Journal of Sustainable Tourism* 2013, nr 21(5), s. 639–657.
- Borzyszkowski J.: Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2012.
- Bratnicki M.: Zaproszenie do medytacji o granicach przedsiębiorstwa, [w:] Kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem – ciągłość i zmiana, J. Lichtarski, H. Jagoda (red.), *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu* 2000, nr 851, s. 271–280.
- Dredge D.: Policy networks and the local organisation of tourism, *Tourism Management* 2006, nr 27(2), s. 269–280.
- Dwojacki P., Nogalski B.: Tworzenie struktur sieciowych jako wynik restrukturyzacji scentralizowanych przedsiębiorstw, *Przegląd Organizacji* 1998, nr 4, s. 8–11.
- Guzal-Dec D.: Cooperation for the Development of Tourism in a Region Based on the Example of Local Governments of Municipalities within the Valuable Natural Areas of the Lublin Province, *Economic and Regional Studies* 2017, nr 10(3), s. 63–73.
- Jalinik M.: Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002.

- Jalinik M.: Doradztwo w działalności turystycznej, Zamiejscowy Wydział Leśny Politechniki Białostockiej w Hajnówce, Białystok 2016.
- Jewtuchowicz A.: Terytorium i jego rozwój w warunkach globalizacji, [w:] Globalizacja i regionalizacja we współczesnym świecie. Księga jubileuszowa dedykowana Profesor Irenie Pietrzyk, E. Kolenowski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.
- Leśniak L.: Rola lokalnych grup działania w tworzeniu wiejskiego produktu turystycznego, [w:] Wiejski produkt turystyczny. Doświadczenia i wyzwania, J. Majewski (red.), Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2012.
- Lista Małopolskich LGD, <http://www.spisz.org/node/49> (dostęp: 20.05.2020)
- Małopolska, Ochrona przyrody, <https://www.malopolska.pl/dla-mieszkanca/srodowisko/ochrona-przyrody> (dostęp: 17.05.2020)
- March I., Wilkinson I.: Conceptual tools for evaluating tourism partnerships, *Tourism Management* 2009, nr 30(3), 455–462.
- Migdał M.: ROT i LOT jako instrumenty polityki turystycznej – wstęp do analizy struktury formalno-prawnej oraz zasad zwyczajowych funkcjonowania ROT i LOT, *Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie* 2007, nr 6, s. 27.
- Ministerstwo Sportu i Turystyki: Kierunki rozwoju turystyki do roku 2015, Warszawa 2008.
- Pawlusiński R.: Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- Perechuda K.: Dyfuzja wiedzy w przedsiębiorstwie sieciowym. Wizualizacja i kompozycja, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2007.
- Presenza A., Cippolina I.: Analysing tourism stakeholders networks, *Tourism Review* 2010, nr 65(4), s. 17–30.
- Radecki W.: Ochrona prawna obszarów przyrodniczo cennych, Oddział Akademicki PTTK, Kraków 1987.
- Sikora J.: Agroturystyczny biznes, Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego sp. z o.o., Bydgoszcz 1995.
- Sikora J.: Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A., Warszawa 2009.
- Sikorska-Wolak I.: Instytucjonalne czynniki rozwoju agroturystyki, [w:] Agroturystyka – moda czy potrzeba?, G.A. Ciepiela, J. Sosnowski (red.), Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2007.
- Wojciechowska J.: Agroturystyka. Signum turystyki i obszarów wiejskich, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2018.
- Wojciechowska J.: Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2009.
- Wykaz lokalnych organizacji turystycznych w Polsce, https://www.pot.gov.pl/attachments/article/1732/LOKALNE%20Organizacje%20Turystyczne_1.05.2020.pdf (dostęp: 20.05.2020).
- Wykaz stowarzyszeń agroturystycznych w Polsce, http://cdr112.e-kei.pl/agroturystyka/images/Baza_stowarzyszen_at.pdf (dostęp: 20.05.2020).

Institutional and network cooperation in the development of tourism in selected valuable natural areas in Malopolska

Summary: The article presents forms of network and network-institutional cooperation in the development of tourism in valuable natural areas. Based on the literature, the types of cooperation of agritourism associations, local tourist organizations, local action groups and

local authorities with various entities were presented in the field of development of tourist services. The research material included an analysis of the results of research conducted with the presidents of five agritourism associations and an analysis of research carried out in 16 communes of the Lesser Poland Voivodeship.

Key words: network organization, rural tourism, agritouristic association, local tourist organization, valuable natural areas

Czesław Nowak✉

Uniwersytet Rolniczy im. H. Kołłątaja w Krakowie

Produkty regionalne i tradycyjne w promocji rozwoju ekonomicznego i zachowaniu dziedzictwa kulturowego wsi

Streszczenie. Produkty regionalne i tradycyjne w Unii Europejskiej rejestrowane są w wykazie ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych DOOR (Database of Origin and Registration), co zapewnia im ochronę prawną. Produkty pochodzące z ekoregionów 160 państw, a zagrożone wyginięciem znajdują się w katalogu „Arka Smaku Slow Food”. Polskie produkty rejestrowane są przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi i publikowane na liście produktów tradycyjnych. Na stronach internetowych DOOR Unii Europejskiej produkty podzielone są na trzy grupy i trzy etapy rejestracji, co może komplikować czytelność wykazu. Celem pracy jest ukazanie różnych aspektów kształtujących współczesny rynek produktów regionalnych i tradycyjnych, w tym działań podejmowanych w różnych państwach, w celu obniżenia konkurencyjności towarów importowanych. W pracy przedstawiono wyniki badań, gdzie narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety przeprowadzonej wśród specjalistów pracujących w sektorze rolnictwa województw świętokrzyskiego i małopolskiego, na temat znaczenia produktów regionalnych i tradycyjnych w rozwoju turystyki wiejskiej i inicjatyw wspierających ich udział w rynku rolno-spożywczym.

Słowa kluczowe: produkty regionalne, produkty tradycyjne, turystyka wiejska

Wstęp

Trendy, jakie można zauważyć na rynkach rolno-spożywczych to z jednej strony stały proces globalizacji, a z drugiej tendencje do praktyk protekcyjnych, nawet w obrębie Unii Europejskiej, w której wspólny rynek jest konsekwencją dwóch zasad wspólnej polityki rolnej: zasady jedności rynku; zasady preferencji wspólnoty. Zasada jedności rynku oznacza wspólny rynek produktów rolnych i swobodny przepływ produktów rolnych pomiędzy państwami, likwidację zarówno ceł, jak i ograniczeń ilościowych. Można jednak obecnie zauważyć próby erozji zasady preferencji wspólnoty Unii Europejskiej na rzecz preferencji produktów rolno-spożywczych poszczególnych państw. Przykłady można zauważyć m.in. na Słowacji, w Czechach, w Bułgarii i w Polsce.

Celem pracy jest ukazanie różnych aspektów kształtujących współczesny rynek produktów regionalnych i tradycyjnych, w tym działań podejmowanych w różnych państwach w celu obniżenia konkurencyjności towarów importowanych nawet z innych państw członkowskich Unii Europejskiej, a także różnej budowy systemów rejestracji produktów tej grupy, w tym ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej DOOR oraz powstałej w ramach Slow Food International Arki Smaku i polskiej

✉ czeslaw.nowak@urk.edu.pl

listy produktów tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W dalszej części pracy przedstawiono wyniki badań przeprowadzonych w województwach świętokrzyskim i małopolskim, które dotyczyły poznania opinii specjalistów w dziedzinie rozwoju obszarów wiejskich na temat obecnego stanu i form wspierania szans rynkowych takich produktów. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety. Badania miały charakter celowy. Przeprowadzone zostały w 2019 roku.

Międzynarodowy kontekst funkcjonowania rynku produktów lokalnych i tradycyjnych

Na Słowacji Kaufland promuje logo: „We love Slovakia”, skierowane do patriotycznie nastawionych konsumentów, poszukujących żywności dobrej jakości, przekonanych o wysokiej wartości produktów krajowych. Wzrasta także zainteresowanie żywnością od lokalnych producentów. Lokalna żywność jest silnie promowana, co jest poważnym wyzwaniem dla podmiotów zagranicznych. Warto jednak tu zaznaczyć, że pomimo hasła „We love Slovakia” Kauflandu, spośród pięciu największych sieci handlowych tylko jedna jest słowacka: COOP Jednota. Największa „5” to: 1 – Tesco Stores SR, 2 – Lidl SR, 3 – Kaufland SR, 4 – COOP Jednota, 5 – Billa. Produkty lokalne cieszą się uznaniem szczególnie w Bratysławie i wśród osób o ponad średnim poziomie dochodów¹.

W Czechach parlamentarzyści zawarli „porozumienie ponad podziałami”, że czeskie sklepy spożywcze będą zobowiązane już w 2021 roku do sprzedaży co najmniej 55% lokalnych produktów, a do 2027 roku ma to być 85%. Podobne plany ma Bułgaria, wprowadzając wymagania dotyczące rynku nabiału: 90% skupowanego mleka ma pochodzić od krajowych producentów. Komisja Europejska już powiadomiła rząd Bułgarii, że prawo Unii Europejskiej zabrania dyskryminacji produktów z innych państw, gdyż jest to zaprzeczeniem reguł wspólnego rynku Unii Europejskiej².

Oprócz przekonania w potrzebie wspierania krajowych i lokalnych produktów jako formy wsparcia własnych rolników kolejnym argumentem mającym wpływ na zwiększone zainteresowanie produktami lokalnymi jest demografia, a dokładniej starzenie się społeczeństw, w całej Unii Europejskiej. O ile obecnie osoby w wieku 65 lat lub więcej stanowią 20,5% (2020 rok), o tyle w 2009 roku było to 17,3% populacji Unii Europejskiej. W Niemczech, a więc najludniejszym państwie członkowskim osób w wieku 65 lat lub więcej było 20,3% populacji (2010 rok), a 10 lat później już 22,99% (2020 rok). Jeszcze większy wzrost w tym przedziale wiekowym nastąpił w Polsce: z 13,4% w 2010 roku do 18,7% w 2020 roku³.

Biorąc pod uwagę rynek żywności, należy zauważyć, że to, co dzieje się na rynku Niemiec, jest ważne także dla polskich przedsiębiorców sektora rolno-spożywczego. Niemcy są bowiem trzecim co do wielkości importerem żywności na świecie, po USA

¹ M. Hlavackova: Exporter Guide 2019, USDA Foreign Agricultural Service GAIN, Slovakia 2020.

² A. Zahová: PRAGUE – Czech food in Czech markets, Euractiv, https://www.euractiv.com/section/all/short_news/prague-czech-food-in-czech-markets/ (dostęp: 25.05.2020).

³ Central Intelligence Agency: The World Factbook, USA, 2020, 2012, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html> (dostęp: 25.05.2020).

i Chinach i głównym kierunkiem naszego eksportu tej branży. Jak wynika z analiz USDA Foreign Agricultural Service, coraz więcej starszych ludzi poświęca dużo uwagi temu, co je. Ponadto w krajach zamożnych Unii Europejskiej wielu emerytów nie musi przede wszystkim oszczędzać, a ich emerytury wystarczają, aby preferencje zakupu żywności nie wynikały przede wszystkim z niskiej ceny. Przykładowo starzejące się społeczeństwo Niemiec cechuje wzrost świadomości potrzeby troski o zdrowie, w tym zakupu żywności dobrej jakości i produkowanej lokalnie. Rośnie także w populacji udział ludzi, dla których decyzja o zakupie wynika z powodów politycznych i preferowanego stylu życia. Często wybierają oni produkty bez GMO, jaja tylko od kur z wolnego wybiegu, a także lokalne⁴. W tym miejscu można dodać, że podobne kryteria wyboru wspierane są przez menadżerów restauracji działających przy Izbie Reprezentantów i Senatu USA (podejmowanie starań o promocję żywności ekologicznej, produkowanej lokalnie)⁵. W Stanach Zjednoczonych definicja produktu lokalnego zawarta jest w aktach prawnych Kongresu. Według niej produkty lokalne i regionalne to takie, które zostały wyprodukowane w danym stanie lub sprzedawane do 400 mil (644 km) od miejsca produkcji⁶.

W systemie ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej DOOR jest obecnie zarejestrowanych 1460 produktów regionalnych łącznie (chroniona nazwa pochodzenia – ChNP, chronione oznaczenie geograficzne – ChOG i gwarantowana tradycyjna specjalność – TSG; stan 30.05.2020). System ten jest przykładem działań wynikających z realizacji wspólnej polityki rolnej Unii Europejskiej, realizowanych w celu zwiększenia możliwości lokalnego zatrudnienia i dywersyfikacji dochodów mieszkańców wsi, w tym rozwoju agroturystyki. Za wprowadzeniem takiego rozwiązania prawnego przemawiały zarówno potrzeby społeczne, jak i ekonomiczne. Zwłaszcza że Francja, a więc jedno z państw wiodących w sektorze rolnictwa Unii Europejskiej, miała już istniejący od drugiej połowy XIX wieku, sprawdzony w tym zakresie model prawny, czyli Francuski system apelacyjny (AOC)⁷.

Warto tu zaznaczyć, że rejestracja w systemie DOOR nie jest ograniczona do państw członkowskich Unii. Przykładowo Chińska Republika Ludowa ma zarejestrowanych 10 produktów, w tym: cztery ChNP i sześć ChOG, Wietnam: jeden ChNP, Turcja: dwa ChNP i jeden ChOG. Bardziej skomplikowane są na tej płaszczyźnie relacje ze Stanami Zjednoczonymi. Głównym powodem kontrowersji jest stosunek Stanów Zjednoczonych do prawa własności intelektualnej, w szczególności do takich produktów jak sery feta i parmezan oraz szynka parmeńska, które są według prawa Unii Europejskiej zastrzeżone dla konkretnych regionów i państw, a w Stanach Zjednoczonych są uważane w za nazwy ogólne, rodzajowe⁸.

⁴ H. Zahova Khan, L. Jessica: Trade Show Overview Germany, USDA, Foreign Agricultural Service GAIN, Berlin. 2019.

⁵ S.J. Eckman: House and Senate Restaurants: Current Operations and Issues for Congress, Congressional Research Service, USA 2019.

⁶ Food, Conservation, and Energy Act of 2008, Public Law 110–234, 110th Congress, US Congress 2008.

⁷ J. Modrzyńska: System ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, seria: Organizacja i zarządzanie 2018, z. 129, s. 281–295.

⁸ S. Bolla: Food and Agricultural Import Regulations and Standards, USDA, Foreign Agricultural Service 2020: Global Agricultural Information Network, CIA, The World Factbook 2000, 2020.

Polska ma w DOOR zarejestrowanych 41 produktów, w tym osiem to ChNP, 23 ChOG i 10 GTS⁹. W grupie produktów najbardziej związanych z konkretnym regionem, czyli ChNP, na osiem produktów pięć jest z województwa małopolskiego i jeden z województwa świętokrzyskiego, czyli wiśnia sokowa nadwiślanka. Są to (województwo małopolskie) fasola „Piękny Jaś” z Doliny Dunajca, karp zatorski, redykołka, oscypek (po sporze i wyjaśnieniach ze Słowacją) i pierwszy zarejestrowany polski produkt w Unii Europejskiej – bryndza podhalańska (w czerwcu 2007 roku) oraz zarejestrowana w 2009 roku wiśnia sokowa nadwiślanka.

Patrząc na system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej DOOR z punktu widzenia konsumenta, można zauważyć, że jest on dość skomplikowany i nie zawsze zrozumiały. Składa się na to m.in. podział na trzy grupy produktów (ChNP, ChOG i GTS). Ponadto w katalogu publikowane są trzy kolejne etapy rejestracji, czyli: produkt jest złożony, opublikowany, zarejestrowany, co daje łącznie dziewięć kombinacji. Tak więc przykładowo obecnie w wykazie jest ogółem 1713 produktów, z tego zarejestrowanych 1460¹⁰. Z punktu widzenia przejrzystości procedury rejestracji jest to uzasadnione, ale z perspektywy konsumenta ważny jest w zasadzie tylko etap trzeci.

„Arka Smaku” jest inicjatywą fundacji na rzecz bioróżnorodności w ramach Slow Food International. To międzynarodowy katalog żywności zagrożonej wyginięciem, a postrzeganym jako część dziedzictwa kulturowego ekoregionów całego świata. Zawiera jednak nie tylko listę potraw, ale także zagrożone wyginięciem lokalne rasy zwierząt hodowlanych oraz odmiany roślin występujące już tylko lokalnie i wypierane przez bardziej wydajne, preferowane przez rolnictwo towarowe, dużej skali produkcji.

Według szacunków FAO w historii ludzkości wykorzystywano do spożycia ponad 6000 gatunków roślin. W 2014 roku zaledwie dziewięć odmian roślin uprawnych stanowiło 2/3 całej produkcji żywności dla populacji świata. Liczbę ras zwierząt hodowlanych FAO ocenia na 8803, z tego 7745 jako rasy lokalne, czyli występujące tylko w jednym państwie. Ponad ¼ z nich (26%) jest zagrożonych wyginięciem, 67% określa się jako status niepewny, a zaledwie 7% nie jest zagrożone¹¹. Ten trend zmniejszania bioróżnorodności w produkcji rolniczej, roślinnej i zwierzęcej ma charakter trwały i prowadzi do biodegradacji i jest zagrożeniem dla całego środowiska, a szczególnie dla lokalnych ekosystemów.

W tym kontekście inicjatywa Slow Food organizacji, której celem jest promocja zasady: jedzenie ma być dobre czyste, uczciwe. Czyli: dobre – smaczne, świeże, czyste – wyprodukowane bez obciążenia środowiska, uczciwe – a więc z poszanowaniem zasad sprawiedliwości społecznej, w całym łańcuchu rolno-spożywczym, począwszy od rolnika do konsumenta¹². Zasada uczciwości w łańcuchu żywnościowym jest interpretowana

⁹ European Commission: DOOR, <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=pl> (dostęp: 30.05.2020).

¹⁰ Ibidem.

¹¹ J. Bélanger, D. Pilling (red.): The State of The World's Biodiversity for Food and Agriculture, FAO Commission on Genetic Resources for Food and Agriculture Assessments, Rzym 2019.

¹² C. Petrini: Slow Food: Good, Clean and Fair Food for Everyone, Cittaslow International, Orvieto 2014,

jako zapobieganie pełnej dominacji rynku przez duże często o zasięgu globalnym firmy. Slow Food wspiera ochronę prawa do smaku oraz dążenia do zachowania kulinarnej różnorodności. Zachowana jeszcze na ten temat wiedza i doświadczenia minionych pokoleń są ważną częścią światowego i lokalnego dziedzictwa kulturowego¹³.

Celem Arki Smaku jako inicjatywy Slow Food i jej fundacji na rzecz bioróżnorodności jest podtrzymanie kulinarnej tradycji danego regionu. Tradycji, której wszyscy jesteśmy spadkobiercami i dorobkiem, którą powinniśmy się dzielić dla ochrony prawa do smaku i dla zachowania kultury kulinarnej całego świata¹⁴. Katalog „Arki Smaku” to lista produktów z różnych zakątków globu, lokalnych kultur i tradycji. Jest to szczególnie ważne w czasach unifikacji kultury, także tej kulinarnej. „Arka Smaku” zawiera lokalne gatunki i odmiany roślin uprawnych, w tym owoców i warzyw, zbóż, a także rasy zwierząt. Są tam także sery, pieczywo, słodycze, wyroby mięsne.

Do katalogu mogą zostać wpisane także dzikie rośliny, jeśli na przykład są stosowane w lokalnej, tradycyjnej kuchni, np. podczas przyrządzania produktów spożywczych, ich gotowania, pieczenia, czy wędzenia. Są tam też rośliny pozyskiwane w wyniku tradycyjnego zbieractwa jak np. *Radix di mont* zbierana we Włoszech w górach i dodawana do oliwy *vergine*. „Arka Smaku” może zawierać również produkty znajdujące się w systemie rejestracji DOOR Unii Europejskiej. Zabronione jest jednak stosowanie nazw, które sugerowałyby, że są to np. produkty lepsze, dodając określenia sugerujące, jak np. tradycyjny, stary, rzemieślniczy. Nie mogą uzyskać nominacji do katalogu produkty będące własnością podmiotów prywatnych, firm lub produkty opatentowane¹⁵. Z kolei mogą do katalogu być wpisane produkty należące do lokalnych społeczności, czego przykładem jest podhalański oscypek, do którego prawo mają polscy górale wypasający i dojący owce od Istebnej (województwo śląskie) do gmin Piwniczna, Muszyna i Krynica-Zdrój w powiecie nowosądeckim.

Obecnie w katalogu „Arki Smaków” zarejestrowanych jest 5199 produktów, z Polski 52, w tym z województwa małopolskiego 19 i jeden ze świętokrzyskiego¹⁶. Zarejestrowane w „Arce Smaków” produkty z województwa małopolskiego to m.in. fasola „Piękny Jaś”, ser gazdowski gołka (to nie oscypek), chleb prądnicki, a także owca olkowska i krowa polska czerwona. Z województwa świętokrzyskiego w katalogu znajduje się wiśnia nadwiślanka.

Na poziomie krajowym rejestracja produktów tradycyjnych prowadzona jest przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a wpis na listę następuje po ocenie przez właściwego miejscowo marszałka województwa. Na liście produktów tradycyjnych

www.cittaslow.org/news/slow-food-good-clean-and-fair-food-everyone (dostęp: 27.05.2020).

¹³ R. Matysik-Pejas, J. Cieślík, A. Borecka, E. Sowula-Skrzyńska: Lokalne systemy żywnościowe i ich znaczenie dla obszarów wiejskich, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, nr 19(5), s. 143–148.

¹⁴ Slow Food USA 2020: Where Heritage Meets Biodiversity, Ark of Taste in the USA, Brooklyn, NY 11201, <https://slowfoodusa.org/ark-of-taste/> (dostęp 29.05.2020).

¹⁵ Slow Food Foundation for Biodiversity 2020, <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/faqs/> (dostęp 21.05.2020)

¹⁶ Ibidem.

Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi znajdują się 1972 produkty (stan na 30.05.2020 roku). Z tego z województwa świętokrzyskiego zarejestrowane są 93 produkty i z małopolskiego 222¹⁷. Relatywnie duża liczba produktów na liście produktów tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynika z bardzo różnych powodów. Wpisanie na tę listę sprzyja zwiększeniu zainteresowania produktem w danej społeczności (województwa, powiatu, gminy) i wśród turystów. Produkt staje się wówczas swojego rodzaju lokalną, kulinarną wizytówką i zwiększa się zainteresowanie nim klientów/uczestników wielu miejscowych wydarzeń, a zwłaszcza dożynek. Jest także wzbogaceniem oferty lokalnych gospodarstw agroturystycznych i ważnym punktem *menu* lokalnych restauracji.

Ponadto biorąc pod uwagę dłuższą perspektywę czasową, przyczynia się do zachowania kulturowej tożsamości regionu, w tym jego kulinarnej tradycji¹⁸. Ponadto niektóre produkty stwarzają interesującą ofertę szczególnie dla młodzieży, uczestnictwa w zajęciach warsztatowych prowadzonych w zagrodach edukacyjnych i parkach etnograficznych.

Reasumując, system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej zawierający produkty państw wspólnoty i spoza niej, w tym z Chin, Turcji, Wietnamu zawiera 1460 produktów. „Arka Smaku Slow Food” zawiera katalog produktów, lokalnych ras zwierząt i odmian owoców i warzyw ze 160 państw: 5199 pozycji. Polska lista produktów tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi zawiera 1972 produkty (stan na 30.05.2020). Porównując te dane, można zauważyć relatywnie dużą liczbę produktów na obejmującej tylko polskie produkty liście ministerstwa. Dla porównania województwem o największej liczbie zarejestrowanych produktów jest województwo podkarpackie: 244 produkty. W systemie DOOR Unii Europejskiej najwięcej produktów zarejestrowały Włochy: 299 produktów (stan na 03.06.2020).

Działania wspierające rynek produktów regionalnych i tradycyjnych w województwach świętokrzyskim i małopolskim

W województwie świętokrzyskim jest 85,2 tys. gospodarstw, w tym 3/4 (75,2%) to gospodarstwa o powierzchni do 5 ha. Tylko 0.5% gospodarstw ma powierzchnię 50 ha i więcej. Średnia wielkość gospodarstw to 6,6 ha¹⁹. Taka struktura gospodarstw powoduje, że działalność pozarolnicza, w tym dywersyfikacja dochodów rolniczych, stają się dla świętokrzyskich rolniczych gospodarstw domowych szczególnie ważne. Liczba zarejestrowanych produktów w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi wynosi 93.

W katalogu „Arka Smaku Slow Food” raz w DOOR Unii Europejskiej jedynym świętokrzyskim produktem jest wiśnia nadwiślanka. Warto tu zaznaczyć, że promocję rynkową tej wiśni sokowej podjęło Stowarzyszenie Miłośników Wiśni Nadwiślanka w ramach pro-

¹⁷ Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi: Zestawienie produktów wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnych, 18.05.2020.

¹⁸ A. Sieczko: Turystyka kulinarna a smak regionu, [w:] Turystyka szansą wypoczynku i rozwoju regionów, J. Witek, E. Marszałek (red.), Handel Wewnętrzny – numer specjalny 2009, s. 325–332

¹⁹ Urząd Statystyczny w Kielcach: Rocznik Statystyczny Województwa Świętokrzyskiego, Kielce 2019.

jektu „Śladami Wiśni Nadwiślanka” współfinansowanego przez Szwajcarię (czyli państwo spoza Unii Europejskiej, które nie ma żadnego produktu w DOOR) jako część programu *Swiss Contribution* współpracy z nowymi państwami członkowskimi Unii Europejskiej. Mrożonki, koncentraty i przetwory z nadwiślanki oferuje osiem podmiotów²⁰.

Największą obecnie inicjatywą promującą rolniczy handel detaliczny produktów lokalnych oraz ich sprzedaż w gospodarstwach agroturystycznych i restauracjach jest szlak kulinarny „Świętokrzyska Kuźnia Smaków”. Początkiem był projekt współfinansowany przez szwajcarski program współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej *Swiss Contribution* na terenie ograniczonym do powiatów kieleckiego, opatowskiego i sandomierskiego. Etap poszerzający o pozostałe świętokrzyskie powiaty zrealizowano dzięki środkom unijnym w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020. Warto tu zaznaczyć, że w 2018 roku „Świętokrzyska Kuźnia Smaków” zajęła I miejsce w kategorii: oferta szlaków kulinarnych na terenach wiejskich w konkursie „Na wsi najlepiej – 12 dobrych praktyk w turystyce wiejskiej” organizowanym przez Polską Organizację Turystyczną²¹.

Obecnie na szlaku jest 87 obiektów, w tym 18 restauracji i 11 gospodarstw agroturystycznych oferujących potrawy regionalne należące do świętokrzyskiego dziedzictwa kulinarnego regionu. Oferta szlaku jest bardzo zróżnicowana. Są to zarówno produkty lokalne, jak i restauracje oraz gospodarstwa agroturystyczne, piekarnie, winnice sandomierskie, olejarnia, a także sery, chleby, wędliny, naturalne soki, ryby wędzone, sprzedawane w ramach rolniczego handlu detalicznego.

Ciekawe działania w czasie stanu pandemicznego podjęli pracownicy Muzeum Wsi Kieleckiej. Prezentacje kulinarne Etnokuchnia zamieszczone na YouTube stały się formą promocji zamkniętego dla odwiedzających od połowy marca Muzeum Wsi Kieleckiej w Tokarni²². Ma to dla tej instytucji duże znaczenie ekonomiczne i społeczne, zwiększając szansę powrotu liczby odwiedzających do stanu sprzed stanu pandemicznego.

Mając gospodarstwa o przeciętnej wielkości powierzchni użytków rolnych 3,95 ha, województwo małopolskie jest na ostatnim miejscu w tej kategorii (w Polsce średnia to 10,21 ha). Najwięcej gospodarstw (81,9%) małopolskich to gospodarstwa do 5 ha, a tylko 2,2% ma powierzchnię 15 ha i powyżej²³.

Ważne działania podjęte w celu rynkowego istnienia i promocji produktów lokalnych województwa małopolskiego to m.in. sprzedaż na miejscu i wysyłkowa „Paczka od Rolnika” działająca od 2012 roku, a zainicjowana w 2010 roku przez Lokalną grupę działania

²⁰ Stowarzyszenie Miłośników Wiśni Nadwiślanka: Wiśnia Nadwiślanka 2020, <http://www.nadwislan-ka.com.pl/stowarzyszenie-producentow.php> (dostęp: 27.05.2020).

²¹ Świętokrzyski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach: Świętokrzyska Kuźnia Smaków laureatem konkursu „Na wsi najlepiej – 12 dobrych praktyk w turystyce wiejskiej”!, 2018, <https://www.sodr.pl/main/aktualnosci/Swietokrzyska-Kuznia-Smakow-laureatem-konkursu-Na-wsi-najlepiej-12-dobrych-praktyk-w-turystyce-wiejskiej/idn:578> (dostęp: 30.05.2020).

²² Muzeum Wsi Kieleckiej: Etnokuchnia 2020, Park Etnograficzny w Tokarni, <https://www.youtube.com/channel/UCt0ozjwVQzd2d4L4gfgqNBuQ> (dostęp: 30.05.2020).

²³ Urząd Statystyczny w Krakowie: Rolnictwo w województwie małopolskim w 2016 r. Informacje i opracowania statystyczne, Kraków 2017.

„Dunajec-Biała”, z siedzibą w Rzuchowej k. Tarnowa. To stamtąd można nabyć owoce starych odmian, warzywa od konkretnego rolnika i inne lokalne produkty, lub zjeść obiad przygotowany z lokalnych surowców, zorganizować rodzinne lub zawodowe spotkania. Funkcję koordynującą realizuje Stowarzyszenie GRUPA ODROLNIKA. Oferta sprzedaży zawiera warzywa, owoce, jaja, nabiał, miody itd., zawsze od lokalnych rolników.

Pomocne informacje o możliwych miejscach nabywania produktów lokalnych zawiera prowadzony przez Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego z siedzibą w Karniowicach (MODR) serwis eTargowisko, szczególnie pomocny dla rolników i producentów żywności lokalnej²⁴, którzy samodzielnie mieliby problemy z poszarzeniem rynku zbytu swoich produktów.

Publikowana przez MODR internetowo „Baza gospodarstw agroturystycznych w Małopolsce” zawiera opis oferty gospodarstwa, często nie zawiera jednak informacji, czy oferowane są tam posiłki lokalnej kuchni i produkty lokalne.

Największa wartość sprzedaży produktów lokalnych występuje na obszarach metropolitalnych²⁵. Takim obszarem województwa małopolskiego jest Kraków, będący celem podróży licznych turystów z Polski i z zagranicy. Dlatego na uwagę zasługują cykliczne wydarzenia kulinarne, jego place targowe i nowe inicjatywy. Jedną z nich jest „Targ Pietruszkowy”²⁶. Jego działalność ma charakter non profit. Przez lokalnych dostawców rozumiani są tu rolnicy z gospodarstw do 150 km od Krakowa. Sprzedaż jest bezpośrednia, a sprzedawane produkty są weryfikowane – jak zapewniają organizatorzy – pod względem poprawnych zasad i ograniczeń stosowania środków ochrony roślin²⁷.

Wyniki przeprowadzonych badań

Celem badań realizowanych w województwach świętokrzyskim i małopolskim w 2019 roku było poznanie opinii specjalistów zajmujących się turystyką wiejską i produktami lokalnymi tych województw na temat aktualnych form sprzedaży produktów lokalnych, rozpoznawalności systemów rejestracji takich jak ochrona produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej DOOR, „Arki Smaku” i listy Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, ich wpływu na zwiększenie atrakcyjności turystyki wiejskiej. Pytania skierowane były do osób zajmujących się zawodowo tymi zagadnieniami: do doradców Małopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego z siedzib w Karniowicach, Świętokrzyskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach, powiatowych oddziałów Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, izb rolniczych, Muzeum Wsi Kieleckiej, Ośrodek Promowania Przedsiębiorczości Sandomierz.

²⁴ Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego: Baza targowisk, eTargowisko, <https://www.modr.pl/etargowisko> (dostęp: 30.05.2020).

²⁵ A.S. Low, S. Vogel: Direct and Intermediated Marketing of Local Foods in the United States, USDA, Economic Research Service Report 2011, nr 128.

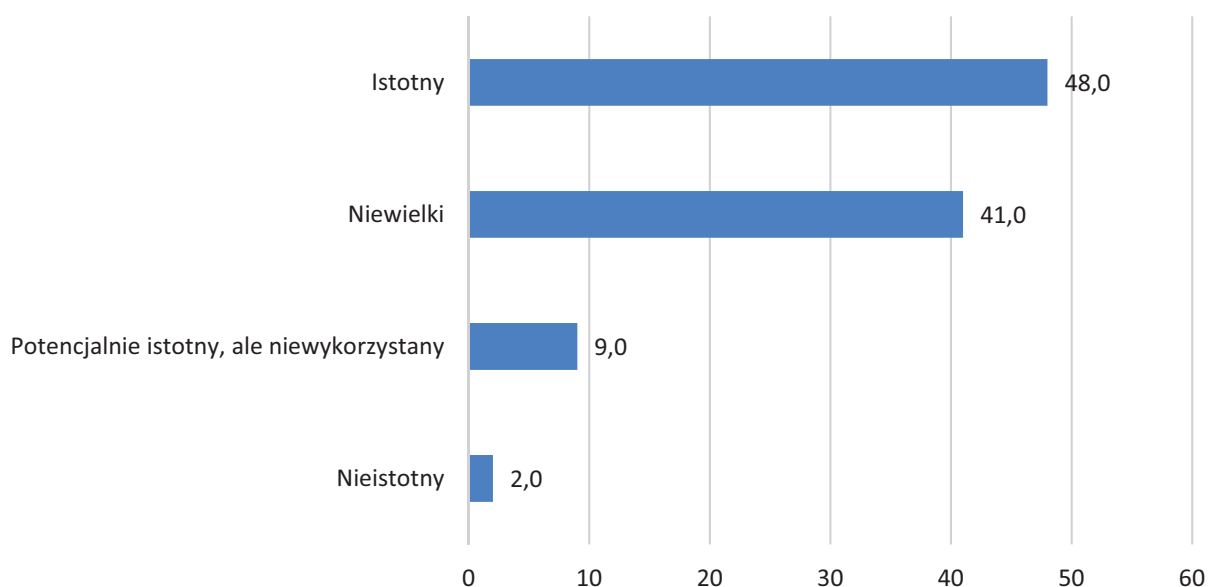
²⁶ M. Wojcieszak, M. Bogusz: Direct sales as an example of a distribution channel within the małopolskie region, *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists* 2020, t. 22, nr 1, s. 351–359.

²⁷ Targ Pietruszkowy, <https://targpietruszkowy.pl> (dostęp: 06.05.2020).

Otrzymano 56 wypełnionych ankiet. Jak wynika z udzielonych odpowiedzi średni czas zatrudnienia ankietowanych w instytucji/instytucjach związanych z rozwojem obszarów to 15 lat i osiem miesięcy. Tak więc są to osoby z relatywnie długim, kierunkowym stażem zawodowym.

Jak wynika z udzielonych odpowiedzi, najlepszą rekomendacją jest zakup produktów regionalnych i tradycyjnych (PRT) w gospodarstwie (86% wskazań). Jeśli natomiast chodzi o rodzaje rejestracji to jako przekonywającą do zakupów na I miejscu wymieniano listę Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi (50%), następnie DOOR Unii Europejskiej (33,3) i jako trzecią „Arkę Smaku” (16,6%)²⁸.

Na pytanie, czy PRT podnoszą atrakcyjność turystyki wiejskiej, najwięcej wskazań miała odpowiedź tak – prawie połowa. Niewiele mniej ankietowanych specjalistów uważa, że jest to jednak nadal niewykorzystana możliwość. Szczegóły na ten temat zaprezentowano na rysunku 1.



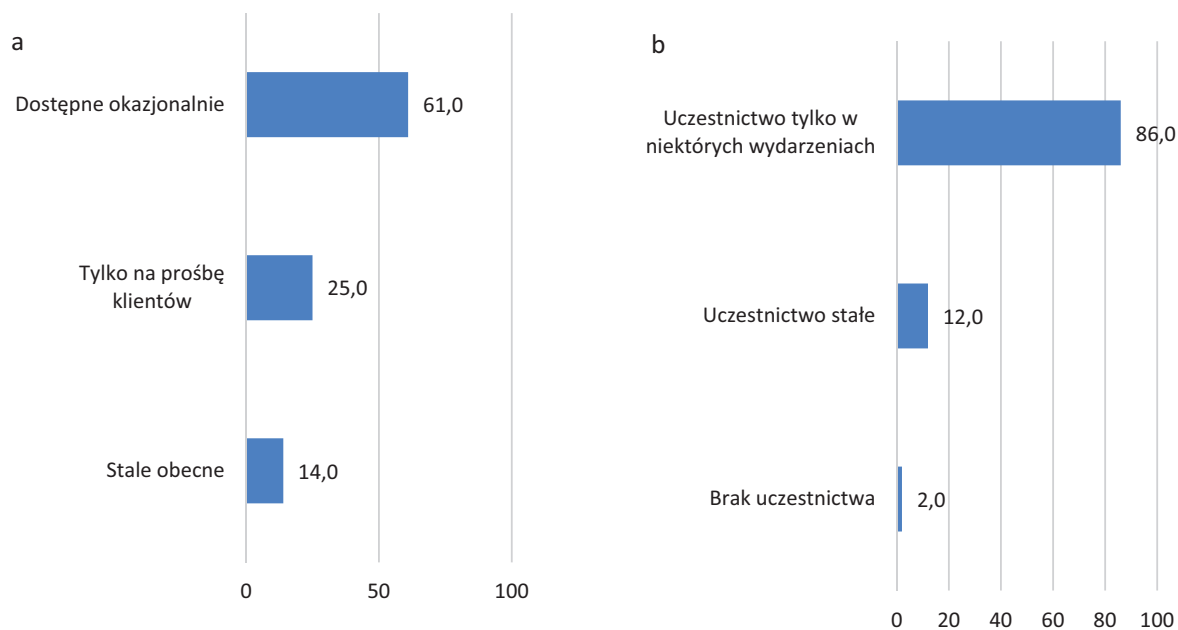
Rysunek 1. Wpływ obecności produktów regionalnych i tradycyjnych na zwiększenie poziomu atrakcyjności turystyki wiejskiej w opinii respondentów

Źródło: badania własne.

Tak więc lokalna kuchnia i lokalna kultura kulinarna, pomimo uznania jej za ważny element atrakcyjności, nadal pozostaje relatywnie słabo wykorzystaną możliwością poprawy oferty gospodarstw agroturystycznych. Dań lokalnych w ogóle nie oferuje 62,5% gospodarstw.

Sytuację w tym zakresie istotnie poprawiają lokalne restauracje, gdyż 3/4 z nich oferuje dania wywodzące się z lokalnej tradycji kulinarnej (rys. 2a) i często należą one do lokalnej sieci kulinarnej (rys. 2b).

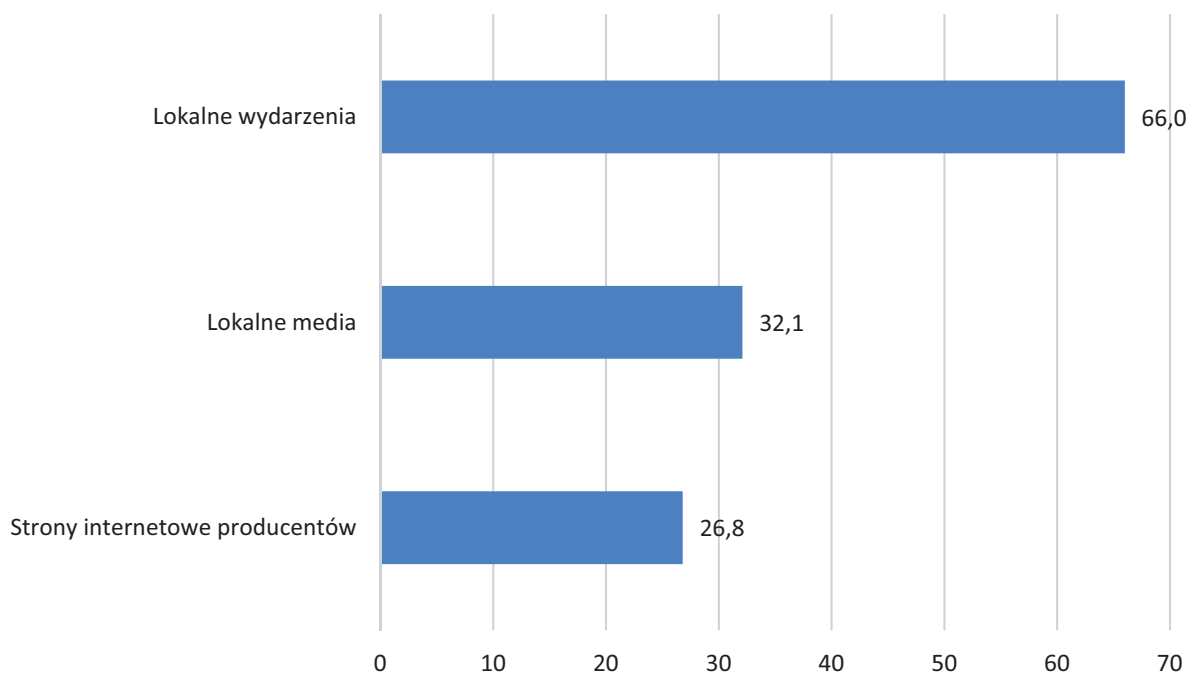
²⁸ Nie sumuje się do 100% ze względu na zaokrąglenia.



Rysunek 2. Produkty i dania lokalne w menu lokalnych restauracji (a) i ich uczestnictwo w lokalnej sieci kulinarnej w opinii respondentów (b)

Źródło: badania własne.

Osoby zainteresowane zwiększeniem rynku produktów regionalnych i tradycyjnych starają się zwiększyć zainteresowanie nimi klientów, wykorzystując różne formy promocji. Informacje na ten temat zaprezentowano na rysunku 3.



* Respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 3. Najbardziej skuteczne formy promocji PRT w opinii respondentów

Źródło: badania własne.

Respondenci za najbardziej skuteczne formy promocji produktów regionalnych i tradycyjnych uznali wydarzenia o charakterze lokalnym. Wymieniano wśród nich m.in. dożynki, Dni Otwartych Drzwi ośrodków doradztwa rolniczego oraz uroczystości gminne. Za dość skuteczne uważano ponadto własne strony internetowe oraz promocję w lokalnych mediach.

Podsumowanie

W opinii osób ankietowanych nadal najbardziej uznaną formą zakupu produktów regionalnych i tradycyjnych są zakupy bezpośrednio w gospodarstwie (86%). Niestety pomimo wiedzy o ich znaczeniu w promocji turystyki wiejskiej produkty te nie zawsze są oferowane zarówno w gospodarstwach agroturystycznych, jak i w lokalnych restauracjach. Dobrą więc praktyką byłoby umieszczanie w katalogach gospodarstw agroturystycznych opracowywanych przez ośrodki doradztwa rolniczego informacji, czy dane gospodarstwo oferuje takie posiłki i produkty, przygotowywane z wykorzystaniem lokalnych składników. Wskazane byłoby także umieszczanie w takich opracowaniach informacji o restauracjach, które oferują kuchnię lokalną, tradycyjną.

Spośród trzech różnych systemów rejestracji produktów (DOOR Unii Europejskiej, „Arka Smaku” i lista Ministerstwa Rolnictwa i Rowzwoju Wsi), najwyżej oceniono listę Ministerstwa, następnie DOOR Unii Europejskiej i najmniej wskazań otrzymał katalog „Arki Smaku”.

Obserwując działania podejmowane w celu zwiększenia rynku towarów lokalnych, należy wysoko ocenić w zasadzie wszystkie z nich, zarówno te realizowane przez ośrodki doradztwa rolniczego, lokalne stowarzyszenia i Muzeum Wsi Kieleckiej.

Literatura

- Bélanger J., Pilling D. (red.): The State of The World's Biodiversity for Food and Agriculture, FAO Commission on Genetic Resources for Food and Agriculture Assessments, Rzym 2019.
- Bolla S.: Food and Agricultural Import Regulations and Standards, USDA, Foreign Agricultural Service 2020: Global Agricultural Information Network, CIA, The World Factbook 2000, 2020.
- Central Intelligence Agency: The World Factbook, USA, 2020, 2012, <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gm.html> (dostęp: 25.05.2020).
- Eckman S.J.: House and Senate Restaurants: Current Operations and Issues for Congress, Congressional Research Service, USA 2019.
- European Commission: DOOR, <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=pl> (dostęp: 30.05.2020).
- Food, Conservation, and Energy Act of 2008, Public Law 110–234, 110th Congress, US Congress 2008.
- Hlavackova M.: Exporter Guide 2019, USDA Foreign Agricultural Service GAIN, Slovakia 2020.
- Khan H., Jessica L., 2019: Trade Show Overview Germany, USDA, Foreign Agricultural Service GAIN, Berlin. 2019.
- Low A.S., Vogel S.: Direct and Intermediated Marketing of Local Foods in the United States, USDA, Economic Research Service Report 2011, nr 128.
- Małopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego: Baza targowisk, eTargowisko, <https://www.modr.pl/etargowisko> (dostęp: 30.05.2020).

- Matysik-Pejas R., Cieślík J., Borecka A., Sowula-Skrzyńska E.: Lokalne systemy żywnościowe i ich znaczenie dla obszarów wiejskich, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2017, nr 19(5), s. 143–148.
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi: Zestawienie produktów wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnych, 18.05.2020.
- Modrzyńska J.: System ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych w Unii Europejskiej, *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, seria: Organizacja i zarządzanie* 2018, z. 129, s. 281–295.
- Muzeum Wsi Kieleckiej: Etnokuchnia 2020, Park Etnograficzny w Tokarni, <https://www.youtube.com/channel/UCt0ozjwVQzd2d4L4gfqNBuQ> (dostęp: 30.05.2020).
- Petrini C. 2016: *Slow Food: Good, Clean and Fair Food for Everyone*, Cittaslow International, Orvieto 2014, www.cittaslow.org/news/slow-food-good-clean-and-fair-food-everyone (dostęp: 27.05.2020).
- Rolnictwo w województwie małopolskim w 2016 r. Informacje i opracowania statystyczne, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2017.
- Sieczko A.: Turystyka kulinarna a smak regionu, [w:] *Turystyka szansą wypoczynku i rozwoju regionów*, J. Witek, E. Marszałek (red.), *Handel Wewnętrzny - numer specjalny* 2009, s. 325–332.
- Slow Food Foundation for Biodiversity 2020, <https://www.fondazioneSlowFood.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/faqs/> (dostęp: 21.05.2020).
- Slow Food Foundation for Biodiversity, *Ark of Taste, 2020: Arca products from around the world*, (dostęp 27.05.2020).
- Slow Food USA 2020: *Where Heritage Meets Biodiversity*, Ark of Taste in the USA, Brooklyn, NY 11201 <https://slowfoodusa.org/ark-of-taste/> (dostęp: 29.05.2020)
- Stowarzyszenie Miłośników Wiśni Nadwiślanka: *Wiśnia Nadwiślanka 2020*, <http://www.nadwislanka.com.pl/stowarzyszenie-producentow.php> (27.05.2020).
- Świętokrzyski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach: *Świętokrzyska Kuźnia Smaków laureatem konkursu „Na wsi najlepiej – 12 dobrych praktyk w turystyce wiejskiej”!*, 2018, <https://www.sodr.pl/main/aktualnosc/Swietokrzyska-Kuznia-Smakow-laureatem-konkursu-Na-wsi-najlepiej-12-dobrych-praktyk-w-turystyce-wiejskiej/idn:578> (dostęp: 30.05.2020).
- Targ Pietruszkowy, <https://targpietruszkowy.pl/> (dostęp: 06.05.2020)
- Urząd Statystyczny w Krakowie: *Rocznik Statystyczny Województwa Świętokrzyskiego*, Kielce 2019.
- Wojcieszak M., Bogusz M.: Direct sales as an example of a distribution channel within the małopolskie region, *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists* 2020, t. 22, nr 1, s. 351–359.
- Zahová A.: PRAGUE – Czech food in Czech markets, Euractiv, https://www.euractiv.com/section/all/short_news/prague-czech-food-in-czech-markets/ (dostęp: 25.05.2020).

Regional and traditional products in economic development promotion and rural cultural heritage protection

Summary. Regional and traditional products in the European Union are registered in the DOOR (Database of Origin and Registration) list of regional and traditional products, what ensures their EU legal protection and promote them also internationally. Distinctive local foods which are threatened with extinction, from the 160 countries ecoregions, can be found in the Ark of Taste Slow Food Foundation for Biodiversity catalog. Polish products are registered by the Ministry of Agriculture and Rural Development and published on the List of traditional products. On DOOR EU websites, products are divided into three groups (Protected Designa-

tion of Origin, Protected Geographical Indication and Traditional Specialty Guaranteed) and three phases of registration process (submitted, published, registered), what can complicate the readability of the list. The aim of the research is to show different factors shaping markets of regional and traditional products, including activities taken in some EU countries to reduce the market competitiveness of the imported foods. The study presents the results of the research, where the research tool was a questionnaire conducted among specialists working in the agricultural sector of the Świętokrzyskie and Małopolskie regions, on the importance of regional and traditional products in the rural tourism development and initiatives supporting their share in the agri-food market.

Key words: regional products, traditional products, rural tourism

Panji S. Pambudi✉, Nurhasan, Nining W. Kusnanik

Surabaya State University

Sustainable development of sport tourism in Banyuwangi

Summary. This research has an aim to examine the role of Sport Tourism through the program of Banyuwangi festival (B-Fest) and the impact of local content and deciding sustainable strategy of Sport Tourism Development. This research uses descriptive associative research method with qualitative and quantitative approach. Data Collection method done by observation, direct interview, questionnaire and collect the data from related instance. The result of this analysis shows that: (1) Banyuwangi Festival Program (B-fest) successfully increase the number of visitor in Kawah Ijen and Pulau Merah within total contribution of 75.9%; (2) The effect of sport tourism toward the change of local community in Kawah Ijen, on economic aspect contribute 100%. On social aspect contribute 11.6%. Environmental aspect, edelweiss flower no longer to be seen, Javan lutung and deer are rarely to be seen. Social Aspect contribute 2.6% toward people prosperity, 0.2% toward local satisfaction, 12.7% toward people participation; (3) Development strategy on sustainable sport tourism using the model of Sport tourism Participation and oriented to tourism characteristic.

Key words: sport tourism role, the effect on local content, sustainable development strategy

Introduction

Sport tourism as a part of Banyuwangi Festival Event already implemented since 2012–2018 and focused on priority tourism place in Banyuwangi, such as Pulau Merah and Kawah Ijen. Promotion activity on both of tourism place is sport championship like International Surfing and bike racing International Tour de Banyuwangi Ijen (ITdBI). Those two activities designed in such a way passing through tourism destination. Thus, through that, expected to introduce tourism destination and gain more interest from traveller.

Generally, tourist destination being known as an effort to improve people prosperity and to help economic development of society¹. A good and consistent cooperation between every stakeholder can cause any positive impact to improve social prosperity through tourist destination and bring the real effect of improving global competitiveness and foreign exchange earnings through community based tourism².

¹ P.J. Damanik: Pariwisata Indonesia Antara Peluang Dan Tantangan, Pustaka Pelajar, Jogjakarta 2013.

² M.T. Astuti: Potensi Wisata Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan, Jurnal Kepariwisata Indonesia 2015, vol. 10, no 1, pp. 31–40.

✉ panji4you@gmail.com

Tourist attraction in district area is a part of regional development which is expected to give positive impact such as working opportunities for people, increase regional income and people income and leads into positive activities for youth generation³.

The contribution of sport tourism being packed through program of 'Banyuwangi Festival' not certainly measured of how much its contribution for economic growth and social condition of local people in tourist area. Related to that matter, there is no relevant information of whether the government program of 'Banyuwangi Festival' consider as suitable for people within continuity, thus, this point considered as an interesting matter to be studied deeply.

Literature Framework

Visiting one place to enjoy certain purpose or activities can be called as tourism activities. Thus, tourism activities is every activities which visiting tourism destination and being supported by every facilities and services provided by people around tourist destination, entrepreneur, government and regional government⁴.

Sport is every systematic activity to support, guide and develop physical potential, spiritual and social⁵. Therefore, what it means by sport tourism is every kind of tourism activities being arranged and planned by traveller itself during certain time and makes a pleasure to enjoy the time or the moment.

Tourism is one of new industry which is able to provide a rapid economic development on employment opportunity, income, living standard and activating other production sectors inside the country of tourism destination⁶. Therefore, the role of participated people and stakeholders should be in one way. Moreover, to introduce various kind of culture of one region, need an interesting point to catch tourist attention, therefore the existence of sport tourism and it competition can be used as an effective way to improve an attractive point of a destination and that will involve on economic development⁷.

Banyuwangi Government held an annual event called Banyuwangi Festival. Banyuwangi Festival is one of promotional system to introduce Banyuwangi and its Tourism Destination. Furthermore, it will help Banyuwangi to increase their Economic-Social Aspect.

³ P. Prasetyo: Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan, E-Journal Ilmu Pemerintahan 2013, vol. 1, no 1, pp. 151–164.

⁴ UU 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataaan>, (access: 02.03.2020).

⁵ Tentang. Undang-Undang Republik Indonesia, no 3, 2005.

⁶ S. Atan, Y. Arslanturk.: Tourism and Economic Growth Nexus: An Input Output Analysis in Turkey, Elsevier Procedia – Social and Behavioral Sciences 2012, vol. 62(24), pp. 952–956. DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.09.162

⁷ J.S. Barandela, Á. Barajas, E. Alén, P. Sánchez-Fernández: Modelling of Sport Events And Their Use to Increase Tourism And Economic Impact, Proceedings: Sport Tourism Conference, Coimbra, Portugal 2014, pp. 114–124.

Sport tourism can be defined as free motion medium of a person on spending his leisure time and enjoying a moment of competition and others. Sport and Tourism is an important point to improve economic aspect for developing and developed country⁸.

Sport as a tourist attraction make a positive impact to state financial condition through domestic sport tourism or sport for Indonesian people outside the place organizing the event in the form of Rupiah for event organizer, consumer, commercial sport, commercial non-sport, voluntary, government sectors⁹.

Standardization system of tourism service and management is significantly important because it makes a benefit for customer, entrepreneur, government, environment and local community. There are some way of standardization on tourism management and service: 1) standard on managing natural tourism place. It includes: ecosystem conservation, preserving tourist attraction object, preserving socio-culture, satisfaction, safety, visitor convenience, economic benefit for people; 2) Standard of service on people and natural tourist destination include a good service for visitor, visitor safety, ecosystem function maintenance, efficiency and energy saving.

The concept of 'sustainable development' is an idea to adjust the current need and did not leave future generation needs; there are three principles on sustainable development: ecology, socio-cultural and economical factor for current era and future era. Sustainable development can be a process of developing the tourism place within the purpose of conserving natural resources for the sake of the future, however socio-cultural and economy as important resources on tourism development¹⁰.

Thus, the concept of sustainable development is a hope for every people who understand the meaning of sustainable itself which involved ecology aspect, social aspect, cultural aspect, and economic aspect. Therefore, it needs a better plan which can be integrated strictly by every stakeholder on its way to create a good sustainable tourism development, especially in sport category.

On the aspect of society, people around tourism destination preparing them to support tourism needs within the guarantee of safety, hygiene, convenience, guide, home stay, café & resto, local culture, souvenir and event. Therefore, if the activities around tourism destination have a good management system and there is a good synergy between people and government, it will cause a positive effect such as the development in economic aspect, income and working opportunities for people around. Thus, the number of jobseeker will be declined and prosperity of local people will be rapidly increased.

⁸ K. Marumo, S. Lubbe, T. Pelsler: Sport Tourism as a Developmental Initiative in The Economy of Mafikeng, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 2015, vol. 4, no 2, https://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/25715/2015Sport_tourism.pdf?sequence=1&isAllowed=y (access: 20.05.2020).

⁹ L.A. Vries: Presentation from the Internasional Seminar on Developing Marine Sport Tourism, 2006.

¹⁰ I.P. Anom: *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pusaran Krisis Global*, Udayana University Press, Denpasar 2010.

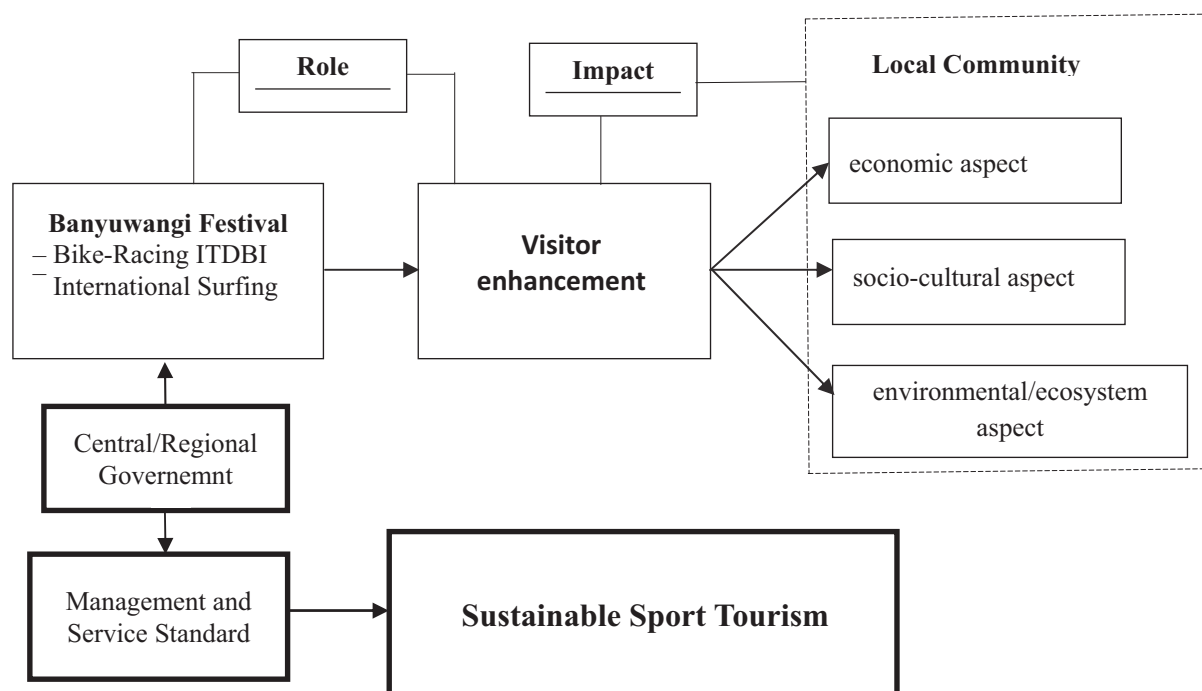


Figure. Schematic Conceptual Framework

Source: own elaboration.

Research Methodology

This research is a descriptive associative research using the combination approach of qualitative and quantitative. Descriptive researcher describes any event and explained it qualitatively. While associative research is a correlational research to analyze the relation between the variable of tourism growth and the change of local community around tourism area of Kawah Ijen and Pulau Merah.

Subject of this research divided into some part: visitor, local people, public figure, tour and travel agency which include Banyuwangi, hotel, restaurant, related official instrument such as: Village Instrument, BPS, DISBUDPAR, BAPPEDA, BKSDA, and KPH South Banyuwangi.

Data Collection Technique within observation, interview, spreading questionnaire, and data archive from some related instance such as: Village Instrument, BPS, DISBUDPAR, BAPPEDA, BKSDA, KPH South Banyuwangi.

To understand how big the contribution of sport tourism program as a way to promote tourist destination. There are four factors of promoting tourist destination (information, satisfaction level, visiting enthusiast, and recommend it to others). Therefore, individually (each factor) done by statistical analysis crosstabulation and chi-square trial, while overall factor (simultaneous) using method of logistic regression analysis. while to understand how much the impact for local content, analysis technique divided into:

- economic aspect using correlation pearson,
- social aspect using crosstabulation and chi square trial
- environmental aspect using qualitative data analysis.

Result

Survey outcome indicates that the program of Banyuwangi Festival (B-Fest) capable to increase the number of visitor in Kawah Ijen and Pulau Merah. There are four factors which has significant role on that success: information, visitor satisfaction, visitor enthusiasm and the ability to recommend any destination simultaneously.

The analysis result of individual correlation between the implementation of sport tourism activities (B-Fest) toward the increase visitor number of each indicator can be seen from Table 1.

Table 1. The result of coefficient correlation (r) (significant correlation of $\alpha = 5\%$)

Indicator	Method		Value	Approximate Significance	Note
Information	interval by interval	Pearson's R	0.623	0,000c	significant
	ordinal by ordinal	Spearman correlation	0.623	0,000c	significant
Visitor Satisfaction	interval by interval	Pearson's R	0.667	0,000c	significant
	ordinal by ordinal	Spearman correlation	0.670	0,000c	significant
Visitor enthusiasm	interval by interval	Pearson's R	0.510	0,000c	significant
	ordinal by ordinal	Spearman correlation	0.521	0,000c	significant
Recommendation	interval by interval	Pearson's R	0.218	0,029c	significant
	ordinal by ordinal	Spearman correlation	0.218	0,029c	significant
N of Valid Cases			100		

Source: own study.

According to the analysis of individual correlation it can be seen that information indicator known as value pearson R and spearman correlation has the same number of 0.623 and significant score of 0.000. It means that the increase number of visitor has significantly explained by information indicator. Satisfaction indicator of visitor known as value pearson R of 0.667 and spearman correlation of 0.670 within the same significant score of 0.000. Enthusiasm indicator of visitor with the value of pearson R of 0.510 and spearman correlation of 0.521 with the same significant number of 0.000. Recommendation indicator known with value of pearson R and spearman correlation of 0.218 and significant value of 0.029.

Simultaneously analysis result can be seen on Table 2.

Table 2. Coefficient Calculation Result (Variables in the Equation)

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Information (×1)	3.004	.882	11.589	1	0.001	20.169
	Satisfaction Level (×2)	4.117	1.194	11.881	1	0.001	61.349
	Visitor Enthusiasm (×3)	2.307	0.650	0.223	1	0.037	1.359
	Recommendation to others (×4)	4.341	1.366	10.091	1	0.001	0.013
	Constant	-13.851	3.709	13.946	1	0.000	0.000

a. Variable(s) entered on step 1: Informasi, Tingkat Kepuasan, Antusias berkunjung, Rekomendasi pada yang lain.

Source: own study.

Based on Table 3 it can be known the total coefficient of each estimator parameters, therefore logistic regression as what written below:

$$\begin{aligned} \ln \frac{p}{1-p} &= a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 \\ &= -13.851 + 3.004 x_1 + 4.117 x_2 + 2.307 x_3 + 4.341 x_4 \end{aligned}$$

or

$$\frac{p}{1-p} = e^{-13.851 + 3.004 x_1 + 4.117 x_2 + 2.307 x_3 + 4.341 x_4}$$

The analysis of logistic regression indicated that those four variable (information, satisfaction level, visitor enthusiasm, and recommendation) are significant on the number of 0.05. That result can be interpreted that log odds increase in number of visitor influenced by variable of information, satisfaction level, visitor enthusiasm and simultaneously recommendation.

Table 3. Hasil output Nilai R² (Model Summary)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²
1	54.349 ^a	0.569	0.759

a. Estimation terminated at iteration number seven because parameter estimates changed by less than 0.001.

Source: own study.

Based on table 4 Nagelkerke R² can be interpreted as R² on multiple regressions. Output result SPSS giving Nagelkerke R Square of 0.759 means that variability of dependent variable can be explained by independent variable of 75.9%. In other world that B-Fest simultaneously contribute 75.9% toward the increase of visitor number.

Economical aspect include three indicators such as: ticketing income, entrepreneur income and the decrease of unemployment number. To understand how much the impact of improvement on the number of tourism can be seen below.

Table 4. Analysis result of correlation and contribution of tourism increase toward economical aspect

Specification		Ticketing Income	UMKM Income	The number of unemployment
Visitor Number	Pearson correlation	1.000	0.657	-0.605
	contribution (R ²)	100%	43%	37%
	sig. (2-tailed)	0.000	0.228	0.279
a Listwise N = 5				

Source: own study.

Based on the Table 4, it can be known that: 1) the increase number of visitor contributing on ticketing income 100%; 2) the increase number of visitor contributing on entrepreneur income around 43%; 3) the increase number of visitor contributing on reduction of unemployment around 34%.

Social Aspect involved three aspects which are: prosperity, local satisfactory, social participation. Here is the result of the effect on visitor change of each indicator.

Table 5. Result of correlation between the amount of visitor and the change of social condition in Kawah Ijen

Specification		Social Aspect Indicator		
		prosperity	local satisfaction	people participation
Visitor Number	Pearson correlation	0.340	0.333	0.666
	contribution (R ²)	11.6%	11.1%	44.40%
	sig. (2-tailed)	0.001	0.001c	0.22

Source: own study.

Based on the Table 5, correlation result of pearson R about 0.340 with significant ($0.001 > 0.05$), and the contribution value of $(R^2) = (0.340^2) = 11.6\%$. It can be said that the increase number of visitor in Kawah Ijen contribute 11.6% toward the prosperity of people in Tamansari village. Correlation result indicates pearsons R of 0.333 within the significant of ($0.001 > 0.05$) and the amount of contribution $(R^2) = (0.333^2) = 11,1\%$. The implementation of sport tourism event positively contribute 11.1% toward local satisfaction of Tamansari village. Pearson correlation of 0.666 within the significant of ($0.22 > 0,05$) an value of R^2 44.4%. Thus, the increase off visitor number contribute 44.4% toward the number of entrepreneur in Tamansari village.

These are the result of local community development on environmental and ecosystem aspect around Kawah Ijen (Tamansari Village):

1. Conservation of Natural Resources.

Conservation of water was done by regularly clean the main resource of water. Conservation on air factors is only a matter of the effect of sulfur fumes. The effort to minimize the fumes prohibited the visitor of being close to the source of sulfur fumes because it contains of toxic and can destroy human respiration system. Besides, around Kawah Ijen there are many people selling mask for protection. Conservation of Flora and Fauna doing by attached warning board on every place to support environment preservation of Flora and Fauna.

2. Impact Restriction

Restriction of impact on liquid waste usually comes from public toilet around the tourism area. To prevent any harm caused by liquid waste, there should be a sewer exists of each public toilet or WC. Restriction of trash impact doing by close the area at certain time and give the cleaning team time to clean tourism area. It is done regularly by Friday of first week. Restriction on the impact of fire hazard doing by providing every

firefighters support for 24 hours to maintain the area, in case there will be a fire happen in unpredictable times.

Calculation result of the influence on decrease of visitor number in Pulau Merah from economic aspect can be seen on indicator Table 6.

Table 6. Total correlation of tourism number toward the change of Pulau Merah’s economic condition

Specification		Ticketing Income	UMKM Income	The amount of unemployment people
The number of tourist	Pearson correlation	0.939	-0.44	0.501
	contribution (R ²)	88.2%	19.4%	25.1%
	sig. (2-tailed)	0.006	0.382	0.312
a Listwise N = 6				

Source: own study.

Based on the table 6, it indicates that: 1) the amount of tourist make an influence on ticketing income around 88.2%, 2) the amount of tourist make an influence on the income of entrepreneur around 19.4% and 3) the amount of tourist make an influence on reduction of unemployment people around 25.1%.

Table 7. The impact of the change on the number of visitors

Specification		Social Aspect Indicator		
		prosperity	local satisfaction	people participation
Number of visitor	Pearson correlation	-0.161	0.04	0.356
	contribution (R ²)	2.6%	0.2%	12.70%
	sig. (2-tailed)	0.111	0.694c	0.489

Source: own study.

Based on the Table 7, the correlation result indicates that value of pearson R and spearman correlation has the same value of -0.161 within the significance of (0.111 > 0.05) or the amount of contribution (R²) = (-0.161²) = 2.6%. This can be explained that the change of visitor number in Pulau Merah make an influence of 2.6% toward people in Sumberagung’s prosperity.

Correlation result indicates that the value of pearson R of 0.040 within significance of (0.694 > 0.05), and the contribution (R²) = (0.040²) = 0.2%. Thus can be explained that the amount of visitor only contributed 0.2% toward local satisfaction of people in Sumberagung.

Based on the Table 7, can be indicated that: pearson correlation with 0.356 within the significance value of (0.489 > 0.05) and R² is 12.7%. The change of visitor number involve 12.7% toward the number of enterpreuner in Sumberagung Village.

Those are the result of local community and ecosystem development in Pulau Merah (Sumberagung village):

1. Protection of Natural Resources.

Conservation of clean water done by took care of water resources such as water well and water pump. Therefore, clean water can be stream through public toilet and worship place.

2. Management of Natural Resources.

Energy management (electricity) in Pulau Merah, electricity supply gain from State Electricity Company (PLN). Management system of clean water by built some wells around tourism area for the needs of public toilet.

3. Impact Limitation.

Limitation on the impact of trash in Pulau Merah done by activating ecorenger as the selected employee to clean all the trashes around tourism area and gave a public counseling for people of how to manage organic trash into non-organic trash.

Development Model used here is Sport Tourism Participation Model. According to Weed and Bull¹¹, Sport Tourism Participation Model is dynamic model to improving knowledge of sport tourism behavior, how the effect of tourist destination is and how the management works to improve successful sport tourism. Here are the stages to improve the model of sport tourism participation.

Basic thinking on this development of this research identified in some point: 1) decrease on the number of visitor in Pulau Merah; 2) Decline on income of entrepreneur in Pulau Merah; 3) decline on satisfaction level of visitor in Pulau Merah; 4) hold international surfing event which these past few year has been forgotten in Pulau Merah.

The focus of this sport tourism development is to invite the visitors for participate on sport activities as participant not only as viewer

Participation Model of Sport Tourism oriented on the object of tourism place which have various kind of characteristic such as insidental, sporadic, occasional, and regular and committed tourism. For sporadic and insidental tourism, there will be an activity called tourism with sport content such as beach volleyball, beach soccer, jogging, bicycling, and horse-riding. For occasional tourism there will be an activity with recreation purpose and training sport such as surfing with the right guidance. While for committed tourism, there will be training sport and event competition such as: bike racing of tour de Ijen, surfing competition and triathlon competition.

Conclusion

Based on the explanation above, it can be concluded that:

1. Banyuwangi Festival Program (B-Fest) successfully increase the number of visitor in Kawah Ijen and Pulau Merah with total contribution of 75.9%.
2. The impact of sport tourism toward the change of local community in Kawah Ijen, on economical aspect contribute 100% for ticketing, 43% for people income, 37% for decreasing the amount of unemployment. On social aspect contribute 11.6% for poverty, 11.1% for local satisfaction and 44.4% for people participation.

¹¹ M. Weed, B. Chris: Sports Tourism: Participants, Policy and Providers. Routledge, London 2012. DOI:10.4324/9780080474441

3. Sustainable Sport Tourism Development Strategy using the model of Sport Tourism Participations oriented to Tourism characteristic.

Development using three kind of categories of sport tourism which is: 1) tourism with sport content category; 2) training sport category which mean the provider of tourism facility within the provider of sport training; 3) event competition category which provide any tourism facility by having sport championship event.

For the tourism management, this research can be an input material and references to improving quality of sport tourism facility provisions and can be used to improve the potential of tourism visit with an environment friendly, therefore the originality of natural resources will remain preserved.

For academic subject, the result of this analysis can be used as additional insight knowledge of sport tourism within a good continuity and rule of not destroying any component of environment.

References

- Anom I.P.: *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Pusaran Krisis Global*, Udayana University Press, Denpasar 2010.
- Astuti M.T.: *Potensi Wisata Olahraga Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan*, *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 2015, vol. 10, no 1, pp. 31–40.
- Atan S., Arslanturk Y.: *Tourism and Economic Growth Nexus: An Input Output Analysis in Turkey*, *Elsevier Procedia – Social and Behavioral Sciences* 2012, vol. 62(24), pp. 952–956. Doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.162
- Barandela J.S., Barajas A., Alen E., Fernandez P.S.: *Modelling of Sport Events And Their Use to Increase Tourism And Economic Impact*, *Proceedings: Sport Tourism Conference*, Coimbra, Portugal 2014, pp. 114–124.
- Damanik P.J.: *Pariwisata Indonesia Antara Peluang Dan Tantangan*, Pustaka Pelajar, Jogjakarta 2013.
- Marumo K., Lubbe S., Pelsler T.: *Sport Tourism as a Developmental Initiative in The Economy of Mafikeng*, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 2015, vol. 4, no 2, https://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/25715/2015Sport_tourism.pdf?sequence=1&isAllowed=y (access: 20.05.2020).
- Prasetyo P.: *Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan*, *E-Journal Ilmu Pemerintahan* 2013, vol. 1, no 1, pp. 151–164.
- Tentang. *Undang-Undang Republik Indonesia*, 2005, no 3, p. 1.
- UU 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*, <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan> (access: 02.03.2020).
- Vries L.A.: *Presentation from the Internasional Seminar on Developing Marine Sport Tourism*, 2006.
- Wahab S.: *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta 2003.
- Weed M., Chris B.: *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Routledge, London 2012. Doi:10.4324/9780080474441

Joanna Pietrzak-Zawadka¹ ✉, Jan Zawadka²

¹ Instytut Nauk Leśnych, Politechnika Białostocka

² Instytut Ekonomii i Finansów, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Edukacyjne i rekreacyjne funkcje leśnych ogrodów botanicznych

Streszczenie. Na przestrzeni wieków ogrody botaniczne pełniły wiele różnorodnych funkcji, z których najważniejszą było gromadzenie i udostępnianie zainteresowanym rozmaitych kolekcji roślin. Początkowo kolekcje takie obejmowały głównie rośliny lecznicze służące edukacji przyszłych lekarzy czy farmaceutów. Z czasem jednostki te realizowały funkcje edukacyjne, rekreacyjne, a nierzadko kulturalne. Nadzór nad obiektami pełnią różne jednostki państwowe czy prywatne. W artykule przybliżono funkcje ogrodów botanicznych administrowanych przez Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe (PGL LP) ze szczególnym uwzględnieniem ich roli edukacyjnej i rekreacyjnej.

Słowa kluczowe: leśny ogród botaniczny, ochrona różnorodności biologicznej, Lasy Państwowe, rekreacja

Wstęp

W dzisiejszych czasach rekreacja nabrała szczególnego znaczenia. Przez pojęcie to rozumiane są różnego rodzaju zajęcia podejmowane w czasie wolnym, dobrowolnie, dla przyjemności, autoekspresji, formacji własnej osobowości, odnowy i pomnażania sił psychofizycznych¹. Współczesny postęp cywilizacyjny spowodował większe zainteresowanie tego typu aktywnościami. Uznaje się, że im wyższy poziom wykształcenia, tym większa świadomość i troska o zdrowie, które zagrożone jest przez choroby cywilizacyjne. Ponadto rozwój nowych technologii pozwolił na zwiększenie ilości czasu wolnego. Postępowi cywilizacyjnemu towarzyszy także wzrost zamożności społeczeństw, co pozwala na realizację potrzeb związanych z zachowaniami wolnoczasowymi. Istotnym czynnikiem determinującym rozwój rekreacji jest rosnąca urbanizacja, rozumiana m.in. jako wzrostem odsetka społeczeństwa zamieszkującego miasta. To z kolei przyczynia

¹ I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Siwiński: Teoria i metodyka rekreacji – zagadnienia podstawowe, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Poznań 2001; T. Wolańska: Leksykon. Sport dla wszystkich – rekreacja ruchowa, AWF w Warszawie, Warszawa, s. 59; M. Truszkowska-Wojtkowiak: Fenomen czasu wolnego, Harmonia Universalis, Gdańsk 2012.

✉ j.pietrzak@pb.edu.pl

się do zwiększenia zainteresowania rekreacją na łonie natury². Szczególnym miejscem realizacji takiej formy wypoczynku wzbogaconego często elementami edukacyjnymi są omówione szerzej w dalszej części opracowania ogrody botaniczne.

Pojęcie i funkcje ogrodów botanicznych

Na przestrzeni wieków ogrody botaniczne pełniły wiele różnorodnych funkcji, z których najważniejszą było gromadzenie i udostępnianie zainteresowanym rozmaitych kolekcji roślin. Początkowo kolekcje takie obejmowały głównie rośliny lecznicze służące edukacji przyszłych lekarzy czy farmaceutów³. Pierwsze europejskie ogrody w Pizie i Padwie (Włochy), były właśnie ogrodami lekarskimi. Wraz z nastaniem epoki odkryć geograficznych (XV wiek) rozpoczęto tworzenie w ogrodach botanicznych kolekcji gatunków pochodzących z innych stref klimatycznych. Miały one służyć przede wszystkim dostarczaniu materiału roślinnego do uzyskiwania nowych odmian roślin użytkowych. Należy zauważyć, że wiodące wówczas europejskie ogrody botaniczne były miejscami realizacji badań naukowych, np. Royal Botanic Gardens w Kew w Wielkiej Brytanii, czy Hortus Botanicus Leiden w Holandii. W drugiej połowie XX wieku zwiększona świadomość utraty różnorodności biologicznej i funkcji ekosystemu doprowadziła do większego skoncentrowania się na ochronie i zrównoważonym użytkowaniu różnorodności biologicznej⁴. Ogrody botaniczne stanowiły również element systemów zieleni w miastach będący i dzisiaj ważnym elementem systemu rekreacji dla mieszkańców wielkich miast⁵.

Funkcje ogrodów botanicznych zmieniały się na przestrzeni wieków. Poza pełnieniem funkcji czysto wystawienniczej, a później także naukowej, ogrody botaniczne aktywnie włączały się w działania ochroniarskie (tzw. ochrona *ex situ* i *in situ*) oraz edukacyjne adresowane najczęściej do ogółu społeczeństwa. Wszystkie te funkcje składają się na nowoczesną definicję ogrodu botanicznego, według której jest to „instytucja utrzymująca udokumentowane kolekcje żywych roślin wykorzystywanych do celów naukowych, ochroniarskich, wystawienniczych i edukacyjnych” (według International Agenda for Botanic Gardens in Conservation opracowanej przez Botanic Gardens Conservation

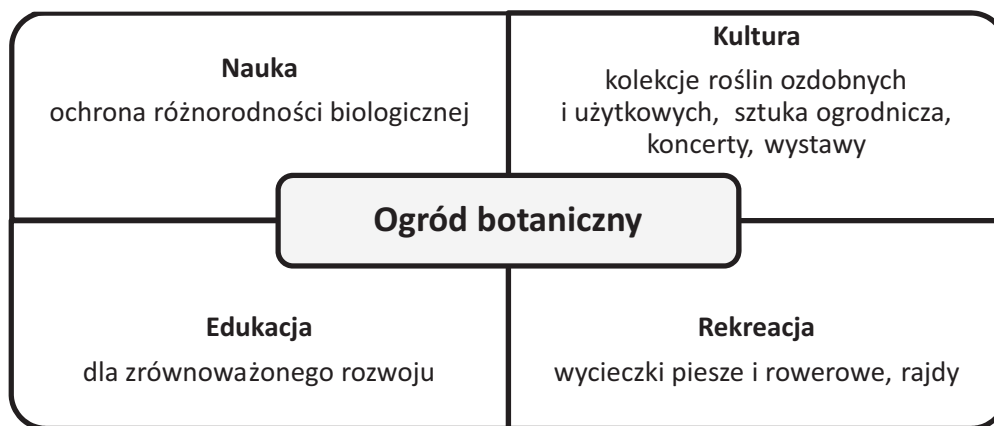
² M. Czerepaniak-Walczak: Pedagogika czasu wolnego: schole w szkole i poza szkołą, [w:] Rekreacja i czas wolny, R. Winiarski (red.), Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2011; W. Mynarski: Tendencje i uwarunkowania rozwoju współczesnej rekreacji i turystyki, [w:] Teoretyczne i empiryczne zagadnienia rekreacji i turystyki, W. Mynarski (red.), AWF w Katowicach, Katowice 2008, s. 11–157.

³ T. Borsch, C. Lohne: Botanic gardens for the future: integrating research, conservation, environmental education and public recreation, *Ethiopian Journal of Biological Science* 2014, nr 13, s. 115–133; F. Powledge: The evolving role of botanical gardens, *BioScience* 2011, nr 61(10), s. 743 ; G.S. Avery Jr: Botanic gardens – what role today? An „operation bootstraps” opportunity for botanists, *American Journal of Botany* 1957, nr 44(3), s. 268–71; C. Flanagan: The history and significance of public gardens, [w:] *Public Garden Management: A Complete Guide to the Planning and Administration of Botanical Gardens and Arboreta*, D.A. Rakow, S.A. Lee (red.), John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey 2011, s. 15–29.

⁴ T. Borsch, C. Lohne: Botanic gardens..., op. cit.

⁵ J. Grzonkowska: Ogrody botaniczne jako naukowo opracowane kolekcje muzealne, *Muzealnictwo* 2014, nr 55, s. 180–189.

International)⁶. Współczesne ogrody botaniczne realizują zadania z zakresu ochrony przyrody, edukacji ekologicznej, turystyki i rekreacji. Są ważnymi obiektami z punktu widzenia przyrodniczego, społecznego i gospodarczego, zwłaszcza dla mieszkańców współczesnych miast (rys. 1).



Rysunek 1. Funkcje ogrodów botanicznych

Źródło: opracowanie własne.

Obecnie na świecie istnieje prawie 2200 ogrodów botanicznych, z czego większość (ok. 60%) znajduje się w rejonach klimatu umiarkowanego (Ameryka Płn., Europa, kraje byłego ZSRR). Jak wynika z szacunkowych danych, w ich kolekcjach znajduje się w uprawie około 80 tys. gatunków roślin naczyniowych – głównie nago- i okrytonasiennych (ok. 160 tys. taksonów – odmian, podgatunków, kultywarów). Zbiory zielnikowe określa się na ok. 150 mln arkuszy⁷.

Według danych Rady Ogrodów Botanicznych i Arboretów w Polsce istnieje 38 jednostek mających status ogrodu botanicznego. Podstawę prawną ich działalności stanowi Ustawa o ochronie przyrody z dnia 16 kwietnia 2004 roku, w której ogród botaniczny zdefiniowano jako „urządzony i zagospodarowany teren wraz z infrastrukturą techniczną i budynkami funkcjonalnie z nim związanymi, będący miejscem ochrony *ex situ*, uprawy roślin różnych stref klimatycznych i siedlisk, uprawy roślin określonego gatunku oraz prowadzenia badań naukowych i edukacji”⁸. Utworzenie i prowadzenie ogrodu botanicznego lub zoologicznego wymaga uzyskania zezwolenia Generalnego Dyrektora Ochrony Środowiska.

Większość ogrodów botanicznych w Polsce to obiekty należące do szkół wyższych, Państwowej Akademii Nauk (PAN) lub innych państwowych instytucji naukowych, inne do samorządów lokalnych, zaledwie jeden jest w rękach prywatnych. Dziewięć jednostek administrowanych jest przez PGL LP. Na potrzeby niniejszej pracy zastosowano termin „leśne ogrody botaniczne”, dla określenia ogrodów botanicznych administrowanych przez PGL LP.

⁶ www.bgci.org/ (dostęp: 28.04.2020).

⁷ www.robia.pl (dostęp: 28.04.2020).

⁸ Ustawa o ochronie przyrody z dnia 16 kwietnia 2004 r. (Dz.U. 2004 nr 92 poz. 880).

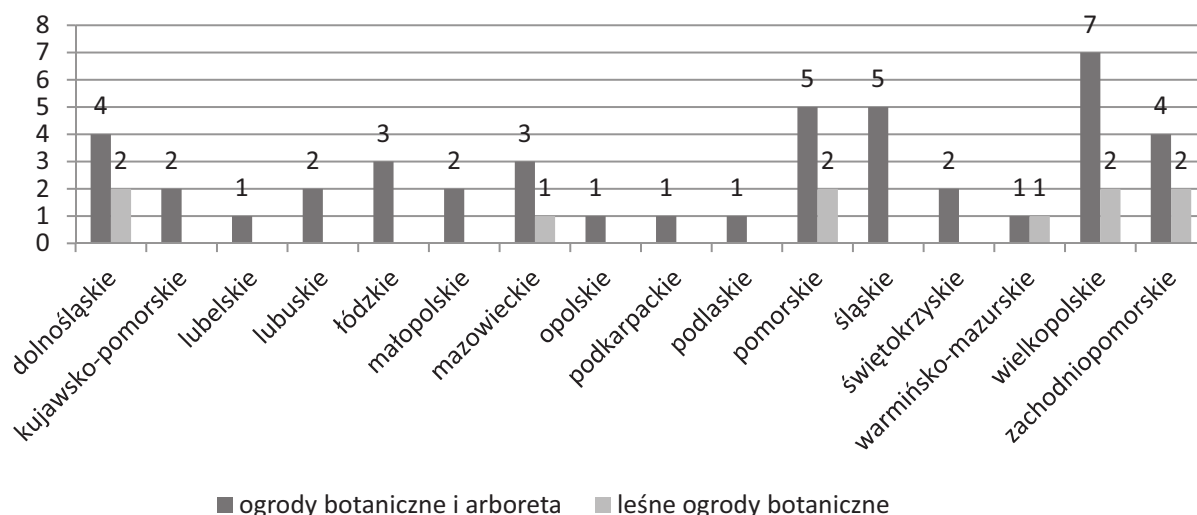
W kolekcjach ogrodów botanicznych w Polsce znajduje się prawie 39 tys. gatunków (21 tys. szklarniowych), w tym niemal połowa gatunków umieszczonych w „Polskiej czerwonej księdze roślin” oraz prawie wszystkie polskie gatunki chronione⁹. Ważną częścią kolekcji polskich ogrodów botanicznych są rodzime odmiany roślin użytkowych – drzew owocowych, zbóż, roślin ozdobnych.

Cel, materiał i metody badań

Celem opracowania jest przybliżenie funkcji ogrodów botanicznych administrowanych przez PGL LP ze szczególnym uwzględnieniem ich roli edukacyjnej i rekreacyjnej. Na potrzeby pracy wykorzystano metodę *desk research*, w ramach której analizie poddano różnorodne informacje dotyczące dziewięciu jednostek posiadających status ogrodów botanicznych administrowanych przez PGL LP. Były to dane statystyczne GUS, dane prezentowane w publikacjach naukowych i popularnonaukowych, a także zestawieniach liczbowych na ten temat. Cennym źródłem informacji okazały się opracowania Rady Ogrodów Botanicznych i Arboretów w Polsce.

Wyniki badań

Leśne ogrody botaniczne PGL LP zlokalizowane są w sześciu województwach. W województwach: dolnośląskim, mazowieckim i warmińsko-mazurskim zlokalizowane są po jednej placówce tego typu. Z kolei po dwie placówki tego typu zlokalizowane są w województwach: pomorskim oraz zachodniopomorskim i dolnośląskim (rys. 2).



Rysunek 2. Leśne ogrody botaniczne w Polsce w 2019 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych publikowanych przez Radę Ogrodów Botanicznych i Arboretów w Polsce.

Są to w większości placówki arboretów i ogrodów dendrologicznych, które z czasem uzyskały status ogrodu botanicznego. Należy w tym miejscu podkreślić znaczący udział Lasów Państwowych w powstawaniu obiektów o tym charakterze.

⁹ www.robota.pl (dostęp: 28.04.2020).

Na terenie ogrodów botanicznych uprawiane są głównie drzewa i krzewy do celów badawczych, m.in. w zakresie ekologii, aklimatyzacji i hodowli roślin. Głównym walorem tych miejsc jest to, że na niewielkim obszarze można dokonać przeglądu roślinności pochodzącej z różnych stron świata i zebranej w zespoły, których nie spotka się w żadnym naturalnym środowisku. Ogrody botaniczne to placówki, które ze względu na miejsce ich powstania, status i własność bądź związek z doświadczalnictwem leśnym są związane w różny sposób z leśnictwem¹⁰. W przypadku ogrodów botanicznych zakładanych w lasach wiek drzewostanu jest znany i dostępny w operatach urzędzeniowych nadleśnictw. Spośród leśnych ogrodów botanicznych szczególnie cenne są te w regionach, gdzie nie ma innych tego typu placówek np. usytuowane w północnej Polsce i w różnych podstrefach klimatycznych. Stąd w pewnym stopniu wypełniają tę lukę, np. w Kudypach w Nadleśnictwie Kudypy, w Wirtach w Nadleśnictwie Kaliska, czy w Glinnej w Nadleśnictwie Gryfino oraz w Stradomii Dolnej przy Nadleśnictwie Syców.

Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe jest zobowiązane do prowadzenia edukacji przyrodniczo-leśnej (od 2004 roku) polegającej na organizowaniu przy siedzibach nadleśnictw lub leśnictw ośrodków edukacyjnych z salami wykładowymi, zbiorami muzealnymi, ścieżkami dydaktycznymi, ogródkami roślin. Zakładanie ogrodów botanicznych wykracza znacznie poza te obowiązki. Inicjatywa należy zazwyczaj do miejscowych leśników, a konsultantami są zwykle pracownicy naukowcy¹¹. Dzięki interesującej ofercie oraz rozbudowanej infrastrukturze turystycznej jednostki te stanowią również interesujące obiekty rekreacyjne.

Wśród dziewięciu ogrodów botanicznych PGL LP (tab. 1) dwa najstarsze, w Wirtach (1875 r.) i w Karnieszewicach (1880 r.), zostały założone na terenie dawnych szkótek leśnych. Arboretum w Wirtach urządzono po części w istniejących drzewostanach. W placówce tej poza kolekcjami dendrologicznymi od początku były zakładane leśne powierzchnie doświadczalne z drzewami obcego pochodzenia dla zbadania ich przydatności dla gospodarki leśnej, a od 1979 roku podobne powierzchnie zakłada się w Zieloncu. Ogród Botaniczny w Karnieszewicach powstał w 1881 roku z okazji Zjazdu Pomorskiego Towarzystwa Leśnego. Powstał w drugiej połowie XIX wieku, w czasie gdy leśnicy tworzyli ekonomiczne podwaliny funkcjonowania gospodarstwa leśnego. Próbowano wówczas wprowadzić do doświadczalnictwa leśnego, a następnie do praktyki leśnej gatunki obcego pochodzenia, których parametry przyrostu i osiągnięte ostatecznie wielkości dawały nadzieję na intensyfikację produkcji drzewnej. Dziś stanowi doskonały obiekt edukacyjny. Oprócz wielu gatunków roślin takich jak m.in. żywotnik olbrzymi, jodła kaukaska, czy choina kanadyjska, wyposażone jest w wiatę edukacyjną, miejsce na ognisko oraz liczne miejsca odpoczynku, pełniąc tym samym funkcje rekreacyjne.

Z kolei w Arboretum w Sycowie poza kolekcjami dendrologicznymi na powierzchni 70 ha duży obszar zajmują kolekcje tzw. drzew doborowych (o najlepszych cechach fenotypowych tj. zdrowotności, jakości pnia, pokroju korony, wyróżniające się w drze-

¹⁰ J. Tumiłowicz: Uwagi o zakładaniu i prowadzeniu arboretów w Polsce, Rocznik Polskiego Towarzystwa Dendrologicznego 2010, nr 58, s. 55–60.

¹¹ Ibidem.

wostanie większymi wymiarami pierśnicy i wysokości) gromadzonych w ramach „Programu zachowania zasobów genowych drzew leśnych w Polsce”¹². Ponadto jednostki te podejmują działania z zakresu ochrony przyrody, w szczególności restytucji gatunków chronionych np. cisa pospolitego, jarzęba brekinii, czy kłokoczki południowej.

Tabela 1. Leśne ogrody botaniczne w Polsce w 2019 roku

Obiekt	Województwo	Rok utworzenia	Powierzchnia (ha)
Arboretum Leśne im. prof. Stefana Białoboka w Nadleśnictwie Syców	dolnośląskie	1993	650
Arboretum Leśnego Banku Genów w Kostrzycy	dolnośląskie	1995	12
Arboretum Lasów Puszczy Iłżeckiej w Marculach	mazowieckie	2006	7,9
Arboretum Wirty przy Nadleśnictwie Kaliska	pomorskie	(1875) 1973	46,32
Leśny Ogród Botaniczny Marszewo	pomorskie	2010	49,69
Leśne Arboretum Warmii i Mazur w Kudypach im. Polskiego Towarzystwa Leśnego	warmińsko-mazurskie	1989	15,69
Arboretum Ośrodka Kultury Leśnej w Gołuchowie	wielkopolskie	1993	158,05
Arboretum Leśne w Zielonce	wielkopolskie	1979	63
Ogród Botaniczny w Karnieszewicach	zachodniopomorskie	1881	4,79
Suma			1007,44

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PGL LP publikowanych na stronie www.lasy.gov.pl.

Arboretum Leśnego Banku Genów w Kostrzycy jest formą czynnej ochrony zasobów genowych ginących i zagrożonych gatunków roślin, wymagających przeniesienia poza miejsca naturalnego występowania, co stanowi uzupełnianie ochrony zasobów w banku genów. Arboretum jest również miejscem aklimatyzacji dla wielu gatunków drzew, krzewów i innych roślin z całego świata w dość surowych warunkach podgórskich¹³.

Większość placówek, np. Arboretum w Kudypach, Ogród Botaniczny w Marszewie, czy Arboretum w Marculach poza funkcjami kolekcjonerskimi i naukowymi pełni w funkcje edukacyjne oraz rekreacyjne. Obiekty te przyciągają zwiedzających, którzy przyjeżdżają nawet z dalekich stron nie tylko dla poznania i podziwiania rosnących tutaj unikalnych drzew i krzewów, ale również dla interesującej oferty rekreacyjno-wypoczynkowej (tab. 2).

Funkcja edukacyjna arboretów obejmuje przede wszystkim działalność oświatową i ekspozycyjną przyjmującą postać lekcji w terenie i w specjalnie przygotowanych izbach edukacyjnych, przewodnictwa, współpracy ze szkołami oraz wydawnictwami. Ogrody botaniczne przygotowane są do przyjęcia jak największej liczby zwiedzających, zapewnienie im wszechstronnej informacji o ogrodzie oraz warunków wypoczynku. Programy skierowane są do określonych odbiorców, takich jak dzieci, dorośli i nauczyciele zawodowi.

¹² Ibidem.

¹³ www.lbg.lasy.gov.pl (dostęp: 29.04.2020).

Tabela 2. Przykłady działań badanych obiektów w ramach realizacji funkcji naukowej, edukacyjnej i rekreacyjnej

Ogród botaniczny	Przykłady działań w ramach realizowania funkcji		
	naukowa	edukacyjna	rekreacyjna
Ogród Botaniczny – Arboretum przy Nadleśnictwie Marcule	obserwacje nad wzrostem, rozwojem i zdrowotnością uprawianych gatunków i odmian w warunkach środkowej Polski. W przypadku gatunków obcych obserwowana jest reakcja biologiczna introdukowanych drzew i krzewów na nowe dla nich warunki środowiska i stopień ich adaptacji do tych warunków	szerzenie i popularyzacja wiedzy botanicznej i leśnej oraz kultury ogrodniczej	miejsce rekreacyjno-wypoczynkowym oraz terenem, gdzie można nabyć praktyczną wiedzę z zakresu ogrodnictwa Alpinarium
Arboretum Leśne im. Prof. Stefana Białoboka w Stradomii Dolnej przy Nadleśnictwie Syców	kolekcje botaniczne w Arboretum tworzy około 1500 taksonów drzew i krzewów oraz kilkaset taksonów roślin ozdobnych	programy edukacji ekologicznej, popularyzacja wiedzy przyrodniczo-leśnej	
Arboretum Wirty (Nadleśnictwo Wirty)	badania botaniczne nad roślinnością rodzimą, programy restytucji gatunków roślin	konkursy, zajęcia edukacyjne dla młodzieży szkolnej	wieża widokowa ścieżka widokowa „Azaliowy szlak” ścieżka „Śladami Schwappacha”, ławeczki, miejsca piknikowe
Leśny Ogród Botaniczny w Marszewie (Nadleśnictwo Marszewo)	kolekcje drzew, krzewów i roślin zielnych strefy umiarkowanej i borealnej, w szczególności gatunków rodzimych dla terenu Pomorza Gdańskiego	izba przyrodniczo-leśna, Warsztaty z Drewnem	„Szlak Alicji w Zaczarowanym Lesie”, „Szlak Korzeni”, „Leśny Odkrywca”
Leśne Arboretum Warmii i Mazur w Kudypach (Nadleśnictwo Kudypy)	kolekcja drzew i krzewów rodzimych dla flory polskiej, fragment wiekowego lasu naturalnego z drzewami pomnikowymi	zielone lekcje, wycieczki szkolne	spacery wśród zielonych ścieżek dają możliwość relaksu i odprężenia.
Arboretum Karnieszewice (Nadleśnictwo Karnieszewice)	kolekcje botaniczne drzew i krzewów rodzimych oraz obcych dla flory polskiej, kilkaset taksonów roślin ozdobnych	zajęcia dla młodzieży szkolnej	wiata edukacyjną, miejsce na ognisko oraz liczne miejsca odpoczynku
Arboretum w Zielonce, Leśny Zakład Doświadczalny w Murowanej Goślinie	powierzchnie drzewostanowe. W arboretum znajdują się kolekcje roślin wodnych i bagiennych, roślin wrzosowatych oraz użytkowych, zachowawcze powierzchnie drzewostanowe gatunków rodzimych i obcego pochodzenia (<i>ex situ</i>) wykorzystywane do prowadzenia badań	edukacja i popularyzacja wiedzy botanicznej skierowana do uczniów wszystkich szczebli szkół, a także dla osób dorosłych; ścieżka dydaktyczna „Owadogród” Ścieżka dydaktyczna na obszarze bagiennym doliny rzeki trojanki w arboretum leśnym w Zielonce	atrakcyjna widokowo ścieżka przyrodnicza wytyczona w urozmaiconym terenie na obszarze bagiennym

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych PGL LP publikowanych na stronie www.lasy.gov.pl.

Leśne ogrody botaniczne są miejscem prowadzenia edukacji przyrodniczej poprzez popularyzację i przekazywanie wiedzy botanicznej ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień ochrony gatunkowej roślin, zwierząt i grzybów oraz ochrony różnorodności biologicznej. Edukacja przyrodniczo-leśna prowadzona jest w sposób bierny poprzez udostępnienie kolekcji arboretum leśnego oraz w sposób czynny poprzez organizację zajęć edukacyjnych dla grup zorganizowanych.

Zajęcia edukacyjne prowadzone na terenie ogrodów botanicznych odbywają się, według poniższych zasad: zajęcia dla grup specjalistycznych, to jest: grup branżowych, studentów oraz przedstawicieli innych organizacji i instytucji z wyłączeniem instytucji oświatowo-wychowawczych są organizowane i realizowane przez leśniczego lub pracowników przez niego oddelegowanych. Zajęcia dla zorganizowanych grup szkolnych dzieci i młodzieży wraz z opiekunami są realizowane przez pracownika ds. edukacji przyrodniczo-leśnej oddelegowanego przez nadleśniczego w ramach działalności edukacyjnej. Każdy uczestnik może porozmawiać z praktykami na temat wykonywanych czynności oraz np. obejrzeć i wypróbować stosowane kiedyś i dziś w leśnictwie narzędzia pracy (np. arboreta w Sycowie, Kudypach, Marszewie).

Wszystkie analizowane placówki oferują zajęcia o tematyce przyrodniczej (często prowadzone w terenie), zajęcia edukacyjne dla młodzieży, warsztaty wakacyjne oraz imprezy popularyzujące lasy i leśnictwo. Najpopularniejszą formą aktywności są lekcje, warsztaty edukacyjne, projekcje filmów przyrodniczych oraz seminaria, konferencje, pogadanki. Często również są to zajęcia zintegrowane (np. połączenie prezentacji multimedialnej z ćwiczeniami praktycznymi), aby ich forma była jak najbardziej atrakcyjna (tab. 3).

Przykładem realizowania różnorodnych działań tego typu jest także Arboretum w Kudypach (woj. warmińsko-mazurskie). Jest to jedyny ogród botaniczny w całej północno-wschodniej Polsce. Ma on formę rozległego parku leśnego o charakterze dydaktyczno-turystycznym. Bogata oferta, dobrze wyposażone zaplecze edukacyjne oraz wyjątk-

Tabela 3. Przykładowe formy edukacji przyrodniczo-leśnej w Ogrodzie Botanicznym w Marszewie

Forma edukacji przyrodniczo-leśnej	Realizacja
Zajęcia terenowe	„Lasy, łąki, zarośla” – zajęcia terenowe dla uczniów szkół średnich i starszych prowadzone przez botanika, poświęcone różnicowaniu typów zbiorowisk leśnych oraz tych, które towarzyszą lasom
Zajęcia w izbie edukacyjnej	warsztaty snycerskie – uczestnicy rzeźbią proste wzory w deskach z lipowego lub olchowego drewna; warsztaty: Powrót do dzikości; warsztaty: Zaplątani w przyrodę. Tworzenie obrazów metodą „String Art”
Edukacja indywidualna	„Przybysze z bliska i z daleka” – spacer po kolekcjach w centralnej części ogrodu w poszukiwaniu roślin z różnych stron świata oraz gatunków rodzimych, które możemy spotkać na co dzień w naszym otoczeniu. Podążaj trasą wytyczoną na mapie i odnajdź wszystkie zaznaczone gatunki

Źródło: opracowanie własne.

kowa możliwość poznawania przyrody poprzez obserwacje sprawia, że arboretum to jest bardzo atrakcyjnym miejscem do organizowania zielonych lekcji i wycieczek szkolnych. Ze względu na brak w tej części kraju podobnych placówek oraz niezbyt zróżnicowaną gatunkowo dendroflory, bogaty w liczne gatunki ogród umożliwia poznanie i obserwację niespotykanych powszechnie drzew, krzewów i roślin zielnych. W różnych formach edukacji leśnej może uczestniczyć nawet do 10 tys. osób rocznie¹⁴. Dla społeczności lokalnej jest to miejsce, gdzie można uciec od zgiełku miasta i odpocząć na łonie natury. Spacerowanie wśród zielonych ścieżek daje możliwość relaksu i odprężenia. Każda pora roku w ogrodzie jest ciekawa i inna, jednak szczególnie interesującymi miesiącami są kwiecień, maj i czerwiec, kiedy można obserwować kwitnące magnolie, kolorowe różaneczniki i piękne azalie¹⁵. Działania edukacyjne realizowane są w uzupełniających się etapach: wykład lub lekcja (sala ćwiczeń, zielona klasa), poznanie gatunków i zbiorowisk na terenie ogrodu, a następnie samodzielne obserwacje na ścieżkach przyrodniczo-edukacyjnych. Kolejny etap to utrwalanie i uzupełnianie wiadomości wspomagane folderami, książkami, filmami, prezentacjami (biblioteka, sala wykładowa) oraz promowanie zaangażowania uczestników licznymi konkursami. Podczas tego typu zajęć zielone lekcje, ćwiczenia terenowe i badania naukowe przenikają się, tworząc o wiele pojemniejszą w treść całość, niż gdyby funkcjonowały osobno. Leśne ogrody botaniczne PGL LP włączone w ten proces dydaktyczny i poznawczy znacznie efektywniej wykorzystywane są jako obiekt dydaktyczno-naukowy i turystyczno-rekreacyjny¹⁶.

Leśne ogrody botaniczne opracowują i wydają krótkie foldery i obszerniejsze przewodniki, albumy, pocztówki i pamiątki. Większe i starsze obiekty o liczniejszym personelu mają stałych przewodników, a mniejsze zapewniają przewodników po wcześniejszym uzgodnieniu terminu przyjazdu. Przed wejściem do ogrodów znajdują się tablice informacyjne, na których podane są ogólne dane dotyczące ogrodu, a także przepisy porządkowe, czas otwarcia, ceny biletów itp. W kasie przy wejściu można kupić foldery i przewodniki. Oglądane przez turystów drzewa i krzewy powinny mieć tabliczki z nazwami roślin. W niektórych ogrodach botanicznych ustawiane są również większe tablice przy wybranych, interesujących drzewach, z bardziej szczegółową charakterystyką gatunku (m.in. w Kudypach, Sycowie, Glinnej i innych). Dla wygody zwiedzających w obiektach tych ustawia się liczne ławki i kosze na śmieci, a także wiaty chroniące przed deszczem, stoły oraz toalety. Większość leśnych ogrodów botanicznych, usytuowana jest poza granicami miast i wsi (m.in. Glinna Karnieszewice, Lipno, Marszewo, Witry).

W wielu ogrodach botanicznych znajdują się niewielkie pomieszczenia ze zbiorami przyrodniczymi (kolekcje szyszek, plansze i inne eksponaty botaniczne) oraz izby edukacyjne, a także miejsce na ognisko, miejsca zabaw dla dzieci. Organizowane są różne wydarzenia o charakterze popularyzatorskim i rekreacyjnym, m.in. święta wiosny i jesieni

¹⁴ www.lasy.gov.pl (dostęp: 29.04.2020).

¹⁵ www.kudypy.olsztyn.lasy.gov.pl (dostęp: 29.04.2020).

¹⁶ www.lasy.gov.pl (dostęp: 29.04.2020).

(np. Gołuchów), dni otwarte (np. Syców, Miłkowo, Marszewo), dni różaneczników (np. Syców) oraz inne uroczystości jak pikniki, wystawy czy koncerty (m.in. Gołuchów, Miłkowo, Marcule, Karnieszewice, Syców).

W swojej działalności ogrody współpracują m.in. ze szkołami, domami kultury, organizacjami pozarządowymi i organizują wspólne imprezy dydaktyczne, rekreacyjne i sportowe (Kudypy, Karnieszewice, Marcule, Gołuchów). Działania leśnych ogrodów botanicznych wynikają z przeświadczenia, że właściwa i skuteczna ochrona tych zasobów przyrody, które jeszcze nam pozostały, uzależniona jest od poziomu wiedzy społeczeństwa i świadomości ukształtowanej w kierunku dążenia do zrównoważonego użytkowania zasobów środowiska. Obiekty najczęściej otaczają zbiorowiska leśne, które umożliwiają wprowadzanie aktywnych form rekreacji oraz poznawania zagadnień wymagających większego zaangażowania, doskonalenia form obserwacji i opisu (lekcje terenowe, gry zespołowe).

W wybranych ogrodach botanicznych udostępniane są także zbiory biblioteczne. Zdecydowana większość woluminów dotyczy szeroko rozumianej ochrony przyrody. W obrębie działu przyrodniczego księgozbioru wyróżnia się zbiory poświęcone: botanice, zoologii oraz przyrodzie regionu. W celu konsolidacji zadań poszczególne obiekty współpracują w ramach Rady Ogródów Botanicznych i Arboretów w Polsce¹⁷.

Podsumowanie

Współczesne leśne ogrody botaniczne obok funkcji kolekcjonerskiej i naukowej pełnią dodatkowo funkcje dydaktyczne, kulturalne i rekreacyjne. Zazwyczaj mają charakter parków, w których można podziwiać drzewa i krzewy pochodzące z różnych części świata. Ogrody botaniczne PGL LP są obiektami nie tylko naukowymi, które realizują wiele badań dotyczących gospodarki leśnej, ale również są interesującymi terenami edukacyjnymi oraz rekreacyjnymi. Dla turystów w ramach leśnych ogrodów botanicznych przygotowywane są różnorodne obiekty infrastruktury turystycznej, np. dogodne miejsca widokowe, wiaty, ławy i stoły, ścieżki przyrodnicze czy zajęcia w terenie.

Wyraźnie dostrzegalne jest aktualnie rozszerzanie się społecznej roli ogrodów botanicznych. Wzrasta świadomość i troska o wpływie człowieka na środowisko, a jednocześnie kontakt z przyrodą jest niedostateczny (tzw. deficyt natury). Oferta rekreacyjna ogrodów botanicznych może być obok kolekcji gatunków roślin elementem przyciągającym turystów, a jednocześnie pozwalającym na rozszerzenie wiedzy w zakresie aktualnych zmian klimatycznych, czy roli lasów w tym procesie. Przekazywanie wiedzy, atrakcyjna edukacja prowadzona przez ogrody botaniczne mogą przyczynić się do zmiany postaw i zachowania odwiedzających wobec środowiska przyrodniczego, a także zainspirować do odpowiedzialnego ekologicznie i społecznie sposobu podróżowania i spędzania czasu wolnego.

¹⁷ www.robio.pl (dostęp: 28.04.2020).

Literatura

- Avery Jr G.S.: Botanic gardens – what role today? An „operation bootstraps” opportunity for botanists, *American Journal of Botany* 1957, nr 44(3), s. 268–71.
- Borsch T., Lohne C.: Botanic gardens for the future: integrating research, conservation, environmental education and public recreation, *Ethiopian Journal of Biological Science* 2014, nr 13, s. 115–133.
- Czerepaniak-Walczak M.: Pedagogika czasu wolnego: Schole w szkole i poza szkołą, [w:] *Rekreacja i czas wolny*, R. Winiarski (red.), Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2011.
- Flanagan C.: The history and significance of public gardens, [w:] *Public Garden Management: A Complete Guide to the Planning and Administration of Botanical Gardens and Arboreta*, D.A. Rakow, S.A. Lee (red.), John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey 2011, s. 15–29.
- Grzonkowska J.: Ogrody botaniczne jako naukowo opracowane kolekcje muzealne, *Muzealnictwo* 2014, nr 55, s. 180–189.
- Mynarski W.: Czynniki i prognozowane kierunki rozwoju rekreacji fizycznej, [w:] *Teoretyczne i empiryczne zagadnienia rekreacji i turystyki*, W. Mynarski (red.), AWF w Katowicach, Katowice 2008, s. 11–31.
- Powledge F.: The evolving role of botanical gardens, *BioScience* 2011, nr 61(10), s. 743.
- Teoria i metodyka rekreacji – zagadnienia podstawowe*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Poznań 2001.
- Truszkowska-Wojtkowiak M.: Fenomen czasu wolnego, *Harmonia Universalis*, Gdańsk 2012.
- Tumiłowicz J.: Uwagi o zakładaniu i prowadzeniu arboretów w Polsce, *Rocznik Polskiego Towarzystwa Dendrologicznego* 2010, nr 58, s. 55–60.
- Ustawa o ochronie przyrody z dnia 16 kwietnia 2004 r. (Dz.U. 2004 nr 92 poz. 880).
- Wolańska T.: *Leksykon. Sport dla wszystkich – rekreacja ruchowa*, AWF w Warszawie, Warszawa 1997, s. 59.
- www.bgci.org/ (dostęp: 28.04.2020).
- www.kudypy.olsztyn.lasy.gov.pl/ (dostęp: 17.04.2020).
- www.lasy.gov.pl (dostęp: 17.04.2020).
- www.lbg.lasy.gov.pl/ (dostęp: 17.04.2020).
- www.robpa.pl (dostęp: 17.04.2020).

Educational and recreational functions of forest botanical gardens

Summary. Over the centuries, botanical gardens have had many different functions, the most important of which was to collect and make available various collections of plants to interested parties. Initially, such collections mainly included medicinal plants for the education of future doctors or pharmacists. Over time, these units carried out educational, recreational and often cultural functions. The facilities are supervised by various state or private entities. The article presents the functions of botanical gardens administered by the State Forests Holding “State Forests” (PGL LP) with particular emphasis on their educational and recreational role.

Key words: forest botanical garden, biodiversity protection, State Forests, recreation

Sofia Sokolova ✉

Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi

Turystyka jako metoda demistyfikacji bezpośredniej

Streszczenie. W artykule zaprezentowano analizę koncepcji turystyki z punktu widzenia jej funkcji demistyfikacyjnej. Chociaż turystyka istnieje od dawna – rzeczywistość społeczeństwa, które cierpi z powodu agresywnych wojen informacyjnych, wymaga nowego skupienia się na turystyce jako możliwości zastosowania umiejętności krytycznego myślenia. Efektywnymi metodami uzasadniania bezpośredniego podczas podróży turystycznych są spostrzeganie, obserwacja i doświadczenie. Podczas wykonywania tych technik należy zachęcać turystów do stosowania formalnych metod logicznych, takich jak analiza, sprawdzanie, porównanie, wyjaśnianie, wnioskowanie oraz uogólnienie, które prowadzą do obalenia mitów i stereotypów związanych z miejscem turystycznym.

Słowa kluczowe: turystyka, demitologizacja, metoda uzasadniania, metoda naukowa

Wstęp

Jak zauważył J.N. Rosenau, w poprzednich stuleciach zasady stosunków międzynarodowych kreował „żołnierz” i „dyplomata” – natomiast teraz „turysta”¹.

W czasach społeczeństwa informacyjnego, a w szczególności w czasach „wojen informacyjnych” ważnym jest maksymalne wykorzystanie wszystkich możliwych środków wpływających na świadomość – w tym możliwości, które daje turystyka – nie tylko jednoczesne postrzeganie wzrokowe i słuchowe, ale i świadome, mimowolne opanowanie wiedzy o świecie rzeczywistym, oparte na myśleniu, emocjach i innych procesach, współdziałających z procesem percepcji.

Podczas „wojen informacyjnych” świat jest przesycony mitami i stereotypami mającymi na celu opanowanie umysłem społeczeństwa „zahipnotyzowanego”. W takich warunkach jednym z pierwszorzędnych celów pedagogicznych jest działalność demistyfikacyjna i praca nad kształtowaniem myślenia krytycznego i wprowadzania do codziennego stosowania metod logicznych.

Pod demistyfikacją społeczeństwa rozumiemy celowe i racjonalne działania skierowane w stronę podświadomości, w celu obalenia mitów i stereotypów. To odsłanianie na poziomie językowo-dyskursywnym, poza pozorną „prawdziwością” mitów i stereo-

¹ J.N. Rosenau: *The Study of Global Interdependence*, Frances Pinter, Londyn 1980, pp. 73–105.

✉ sofia.v.sokolova@gmail.com

typów, jest skierowane na ujawnianie zgodnych z rzeczywistością ugruntowań, co do omawianych faktów i charakterystyk.

Istnieje bowiem przekonanie, że mit żyje tak długo w świadomości społecznej, jak długo nie da się go publicznie podważyć w sposób na tyle spektakularny, by było to skutecznie. Również negatywny stereotyp może być skutecznie upowszechniany tak długo, jak długo nie nastąpi jego weryfikacja w praktyce społecznej².

Praktyka pokazuje, że najskuteczniejszym sposobem zwalczania mitów i stereotypów jest edukacja i socjalizacja – czyli przekazywanie pełnych informacji o obiektywnej rzeczywistości, szczególnie w zakresie rzeczywistości społecznej. Efektywną metodą takiego sposobu demistyfikacji jest turystyka.

Cel i metody badań

Celem opracowania było określenie turystyki jako metody demistyfikacji bezpośredniej. W artykule analizie pojęciowej poddano turystykę jako formę metody kontaktu. Stosowano metodę analizy funkcjonalnej w stosunku do scharakteryzowania rodzajów turystyki demistyfikacyjnej, metod uzasadniania bezpośredniego oraz specyfiki stosowania metod logiki formalnej podczas podróży turystycznych. Dokonano wnioskowania teoretycznego z własnych obserwacji poczynionych podczas organizacji i realizacji turystycznych projektów szkoleniowych.

Rodzaje turystyki demistyfikacyjnej

W działalności skoncentrowanej na demistyfikacji i destereotypizacji główne role należą do turystyki kulturowej, edukacyjnej i naukowej.

Turystyka kulturowa jest działalnością krajoznawczą w celu zapoznania się i rozumienia krajobrazów kulturowych, duchowych i materialnych zabytków, zlokalizowanych na danym obszarze³. W czasie tymczasowego wejścia turystów do nowego środowiska geograficznego i społeczno-kulturowego tworzy się ich światopogląd i wartości życiowe oraz rozszerza się kulturowy horyzont świadomości. Taka turystyka spełnia funkcje kulturowe, wychowawcze i edukacyjne⁴.

Turystyka kulturowa pełni ważną funkcję społeczną – może być skierowana na obalenie mitów i stereotypów istniejących w społeczeństwie turystów. Celem takiej turystyki jest zapoznanie się z wartościami kulturowymi i tradycjami miejscowości docelowej, co poszerza możliwości kulturowej interakcji społeczeństw i intensyfikacji komunikacji

² J. Jaskiernia: Rola mitów i stereotypów w procesie integracji europejskiej, [w:] Mity i stereotypy w polityce: Przeszłość i teraźniejszość, A. Kasińska-Metryka, Michał Gołoś (red.), Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010, s. 108–109.

³ В.В. Кулік: Теоретичні основи культурного туризму, Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата, культурології: 26.00.01: теорія та історія культури, Сумферпол 2009, s. 5.

⁴ Е.В. Слободенюк: Туризм як чинник гуманізації відносин між народами. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата, філософських наук: 09.00.03: соціальна філософія та філософія історії, Кіјów, 2003, s. 6.

międzykulturowej. Działania z demistyfikacji należy organizować podczas kulturowo-poznawczych wyjazdów turystycznych z wykorzystaniem wszystkich możliwych zasobów nieprzedmiotowych: obyczajów, tradycji, obrzędów, folkloru itp.

Turystyka edukacyjna jest formą organizacji procesu pedagogicznego pod kierunkiem wykładowcy i ukierunkowaną na nauczanie studentów poza ośrodkiem dydaktycznym w celu obserwacji zjawisk i procesów poprzez bezpośrednie ich postrzeganie. Charakterystyka turystyki edukacyjnej to „kształtowanie umiejętności obserwacji otoczenia, stymulowanie rozwoju myślenia naukowego, wzbudzanie zainteresowania badanym materiałem”⁵.

Praktyka pokazuje, że dydaktyczne wyjazdy skierowane na obalenie mitów i stereotypów istniejących w społeczeństwie turystów mają następujące korzyści⁶:

- ułatwiają przezwycięzenie bariery psychologicznej,
- umożliwiają przyswojenie wiedzy dotyczącej realiów miejscowości docelowej poprzez bezpośredni kontakt,
- rozszerzają wiedzę o miejscowości docelowej zarówno w sposób werbalny, jak i wizualny,
- dają możliwość lepszego przyswajania obcej kultury w sytuacji komunikacji naturalnej.

Udział w wyjazdach edukacyjnych jest efektywnym narzędziem w instrumentarium demistyfikacji.

Turystyka naukowa jest podróżą turystyczną, która ma na celu badania naukowe, udział w projektach badawczych, wymianę wiedzy i doświadczeń w danej dziedzinie naukowej. Turystyka naukowa przewiduje uczestnictwo w konferencjach, kongresach, seminariach. Uczestnicy wyjazdów zaangażowani są w badania, prowadzą obserwacje⁷. Takie wyjazdy mają istotny efekt w obaleniu mitów i stereotypów istniejących w społeczeństwie turystów.

Doświadczenie praktyczne Autora w organizacji edukacyjnych i naukowych wyjazdów turystycznych potwierdza efektywność trzech mechanizmów realizacji kontaktu bezpośredniego z przedstawicielem grupy obcej. Należą do nich:

- przejście z międzygrupowego na międzyindywidualny poziom postrzegania społecznego⁸ – czyli dekategoriacja bądź personalizacja⁹, która prowadzi do postrzegania

⁵ Методичні рекомендації щодо організації навчально-виховного процесу під час проведення навчальних екскурсій та навчальної практики учнів загальноосвітніх навчальних закладів, Лист МОН nr 1/9-61 від 06.02.2008 року, Kijów.

⁶ S. Sokolova: Turystyka edukacyjna jako forma kontaktu z językiem i kulturą, [w:] Problemy rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce, K. Krzyżanowska, M. Roman (red.), Wydawnictwo Urzędu Miejskiego w Pułtusku, Pułtusk 2015, s. 116.

⁷ S. Sokolova: Turystyka naukowa jako specyficzna forma rynku spotkań biznesowych czy nowy rodzaj turystyki?, Turystyka i Rozwój Regionalny 2016, nr 6, 2016, s. 91–92.

⁸ H. Tajfel: Interindividual behaviour and intergroup behavior, [w:] Differentiation between social groups, H. Tajfel (red.), Academic Press, Londyn 1978.

⁹ M.B. Brewer, N. Miller: Beyond the contact hypothesis: Theoretical perspectives on desegregation, [w:] Groups in contact: The psychology of desegregation, M.B. Brewer, N. Miller (red.), Academic

innego nie jako anonimowego nosiciela cech grupy obcej, lecz jako człowieka pod wieloma względami podobnego do nas, co pozwala go rozumieć, reagować trafnie i pozytywnie na jego potrzeby, a także – jako afektywny skutek zgodności poznawczej – wytwarza pozytywne doświadczenie;

- uruchomienie procesu destrukcji stereotypu poprzez dostarczanie informacji z nim niezgodnych;
- generalizacja zainteresowania na całą grupę – jej historią, wartościami, zwyczajami, wytworami materialnymi i intelektualnymi – czyli zainteresowanie jej kulturą¹⁰.

Praktyka pokazuje, że osoby poddane mitom i stereotypom za pośrednictwem turystyki jakościowo rozszerzają swoją znajomość kultury i życia innego kraju. Najważniejsze jednakże jest to, że w trakcie wycieczek następuje kształtowanie się kontaktu emocjonalnego z krajem recepcyjnym, co powoduje najpierw pojawienie wątpliwości co do istniejących w świadomości osoby stereotypów i mitów, a potem ponowne (lub chociaż częściowe) ich zniekształcanie.

Turystyka jako realizacja metody kontaktu

W działalności demistyfikacyjnej bardzo ważnym jest stosowanie metody kontaktu jako sposobu redukcji uprzedzeń, co pozwala na stosowanie metod uzasadniania bezpośredniego. W tym przypadku osobne miejsce zajmuje turystyka jako forma demistyfikacji bezpośredniej. Hipoteza kontaktu zakłada, iż głównym warunkiem zmiany lub modyfikacji mitów i stereotypów jest kontakt z przedstawicielami grup nimi objętych.

Rekomendacja kontaktu międzygrupowego jako sposobu redukcji uprzedzeń sformułowana została w ramach ruchu Human Relations po zakończeniu II wojny światowej¹¹. Metoda polega na tym, że kontakt z przedstawicielami grupy obcej przekonuje, że inni są takimi ludźmi jak my, odróżniające ich elementy społeczno-kulturowe nie stanowią dla nas zagrożenia, a niektóre z nich mogłyby mieć większą wartość przystosowawczą także dla naszej grupy¹².

Kontakt w trakcie wyjazdu turystycznego stanowi sposób rozbudowywania nazbyt prostych kategorii poznawczych i neutralizacji negatywnych emocji skojarzonych z określoną kategorią poznawczą.

Zmiana dokonująca się w obrębie mitów i stereotypów uzależniona jest od rodzaju kontaktu¹³:

- kontakt wymuszony powoduje niewielkie zmiany,

Press, Orlando 1984.

¹⁰ M. Cielecki: Nieskuteczność redukcji uprzedzeń poprzez personalizację grupy obcej: przypadek Rosjanina, [w:] Konflikty międzygrupowe: Przejawy, źródła i metody rozwiązywania, K. Skarżyńska, U. Jakubowska, J. Wasilewski (red.), Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”, Warszawa 2007, s. 231–232.

¹¹ T.F. Pettigrew: Generalized intergroup contact effects on prejudice, *Personality and Social Psychology Bulletin* 1997, nr 23(2), s. 173–185.

¹² H.C. Triandis: *Culture and social behavior*, McGraw-Hill College, Nowy Jork 1994.

¹³ E. Wysocka: Stereotyp społeczny, [w:] *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, tom V(R–St), Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa, 2006, s. 1008–1009.

- kontakt naturalny i dobrowolny powoduje zdecydowanie większe transformacje stereotypowych przekonań.

Praktyczne obserwacje grup eksperymentalnych pozwoliły naukowcom sformułować warunki, w których kontakt rzeczywiście osłabia uprzedzenie (uogólnienie listy warunków zostało wykonane przez M. Cieleckiego)¹⁴:

- kontakt między grupami o równym statusie,
- wspólny cel,
- warunki współpracy, a nie rywalizacji,
- poparcie autorytetu zewnętrznego,
- kontakt osobisty rozumiany jako przeciwieństwo kontaktu przypadkowego, formalnego bądź powierzchownego,
- nawiązywanie przyjaźni między przedstawicielami obu grup w celu przełamania ograniczeń poznawczych.

Metody uzasadniania bezpośredniego podczas podróży turystycznych

Turystyka jako forma realizacji metody kontaktu podczas demistyfikacji społeczności opiera się na metodzie uzasadniania bezpośredniego. Uzasadnianie bezpośrednie polega na stwierdzeniu prawdziwości pewnych zdań za pomocą wykorzystania zmysłów człowieka, poprzez które osoba postrzega otaczający świat. Jako metody uzasadniania bezpośredniego wymieniamy tradycyjnie spostrzeganie, obserwację oraz nabycie doświadczenia.

Spostrzeżenie jest operacją polegającą na zarejestrowaniu postrzeżenia łączącego się z jednoczesnym wykorzystaniem zasobów wiedzy. Poprzez dokonywanie spostrzeżeń uzasadnić można w sposób bezpośredni tylko takie zdania, których prawdziwość da się stwierdzić poprzez proste wykorzystanie zmysłów. Należy jednak pamiętać, że uzasadnianie bezpośrednie za pomocą dokonywania spostrzeżeń nie jest pewnym sposobem uzasadniania twierdzeń, głównie ze względu na zawodność zmysłów człowieka¹⁵.

Spostrzeganie jako proces poznania świata może być zewnętrzne (zmysłowe) i wewnętrzne (introspekcyjne). Zewnętrzne spostrzeganie dotyczy świata zewnętrznego, poznawanego za pomocą narządów wzroku, słuchu, smaku itp., podczas wewnętrznego postrzegania osoba zwraca się do przebiegów zachodzących we własnej świadomości. W każdym przypadku odebrane wrażenia przez świadomość osoby zostają w określony sposób uporządkowane na podstawie dotychczasowej wiedzy osoby, a także za pomocą wyobraźni¹⁶.

Badania nad układem nerwowym pokazują, że choć człowiek zwykle uważa, że całym panuje nad swoimi działaniami i myślami – w rzeczywistości zachowaniem osoby i postrzeganiem otaczającego świata w dużym stopniu kieruje podświadomość. Wyniki badań rezonansu magnetycznego dowiodły, że informacja do mózgu dociera na po-

¹⁴ M. Cielecki: Nieskuteczność redukcji... op. cit., s. 231.

¹⁵ J. Petzel: Uzasadnianie twierdzeń, [w:] Logika dla prawników, A. Malinowski (red.), Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa 2002, s. 178.

¹⁶ Z. Ziemiński: Logika praktyczna, wyd. XXVI, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 145.

ziomie podświadomości, a dalej przetwarza się pod kątem wspomnień i doświadczeń związanych z podobnymi sytuacjami z wcześniejszego doświadczenia. Kiedy wydarza się coś nietypowego (co wymaga wyższego poziomu przetworzenia) zaczyna się budowanie świadomości danego doświadczenia z odwołaniem się do myśli¹⁷.

W procesie poznania człowiek nabiera doświadczenia za pośrednictwem zmysłów, przy czym każda osoba ma swoje „preferencje” zmysłów. Podczas przekazywania tego samego wydarzenia każdy człowiek będzie mówić o czym innym: jedna osoba powie o tym, co zobaczyła (wizualny system reprezentacji), druga o tym, co usłyszała (dźwiękowy system reprezentacji), trzecia wyrazi to, co odczuła (kinestetyczny system reprezentacji). Są też osoby, dla których znaczącą rolę mają wrażenia zapachowe (zapachowy system reprezentacji) i smakowe (smakowy system reprezentacji)¹⁸.

Zgodnie z wymienionymi systemami reprezentacji – w działalności demistyfikacyjnej najpierw należy dopasować się do odbiorcy, by następnie pokierować nim według celu demaskującego. Bardzo ważne jest zatem branie pod uwagę oddziaływania języka zmysłów, którym posługują się uczniowie czy studenci – dopasowanie się do niego będzie potężnym narzędziem sięgnięcia do podświadomości celem demistyfikacji.

Ziemiński zwraca uwagę, że w przypadku spostrzegania jako rodzaju uzasadniania twierdzeń należy być bardzo ostrożnym w szczególności, kiedy chodzi o postrzeganie zjawisk społecznych. Wyniki spostrzegania mogą zostać zdeformowane przez to, że:

- bodźce pochodzące od obserwowanych przedmiotów dochodzą do organów zmysłowych człowieka zdeformowane czy stłumione,
- bodźce te mogą być odebrane przez niesprawne receptory zmysłowe,
- odebrane, choćby poprawnie, wrażenia zmysłowe mogą zostać rozpoznane źle jako wrażenia pochodzące od przedmiotów innych niż to ma miejsce w rzeczywistości,
- prawidłowo rozpoznając przedmioty fizyczne, osoba może mylić się co do ich charakteru kulturowego.

W każdym wymienionym przypadku dokonując spostrzeżeń, człowiek świadomie czy nieświadomie opiera się na swojej dotychczasowej wiedzy, która może być błędna¹⁹.

Wśród procesów poznania świata rozróżniać należy spostrzeżenia i obserwację. Obserwacja jest uporządkowanym ciągiem spostrzeżeń²⁰, dochodzeniem na podstawie rozmyślnego spostrzegania do sądów, które mają być odpowiedzią na pewne, w danej chwili stawione sobie pytanie. Spostrzeżenia z góry zamierzone są zwykle pewniejsze, bo skupiając się na pewnym przedmiocie, spostrzegamy dokładniej niż wtedy, gdy uwaga jest rozproszona. Odmianą obserwacji jest eksperyment, czyli złożona czynność, która polega na wpływie na określone zjawisko przez zmianę warunków przebiegania czynności w sposób kontrolowany. Eksperyment przeprowadza się w celu zaobserwo-

¹⁷ R. Churches, R. Terry: NLP dla nauczycieli: Szkoła dla efektywnego nauczania, Onepress, Gliwice 2010, s. 220–221.

¹⁸ R. Churches, R. Terry: NLP dla nauczycieli..., op. cit., s. 52.

¹⁹ Z. Ziemiński: Logika praktyczna..., op. cit., s. 146.

²⁰ J. Petzel: Uzasadnianie twierdzeń..., op. cit., s. 179.

wania, czy i jakie zmiany wystąpią w tym zjawisku przy powodowanej zmianie warunków przebiegu²¹.

Doświadczenie jest odmianą postrzegania zmysłowego. Postrzeganie niepoddane żadnym rygorom woli jest przypadkowe, rozproszone, bezładne. Tylko postrzeganie ujęte w karby woli skierowanej na określony cel, zorganizowane rozumowo, tylko postrzeganie wybiórcze i planowe, skupione wokół stawianych zadań jest nazywane doświadczeniem. W samej rzeczy to nie doświadczenie, lecz sprawozdanie z niego może być podstawą do uznawania zdań za prawdziwe lub słuszne²². Funkcja i najważniejsze zadanie osoby demistyfikującej współromówcę tu akurat polega na tym, żeby pomóc w oddzielaniu faktów od „apriorycznych dorzutów” ze strony systemu poznawczego oponenta.

Podczas organizacji przedsięwzięć demistyfikacyjnych zawsze należy pamiętać o zasadzie 70/20/10, która polega na tym, że najszybciej człowiek uczy się w praktyce – to 70% uzyskanej wiedzy; w 20% – uczy się od innych (mentoring, coaching, networking), i tylko w 10% – ludzie odbierają informacje „statyczne”. Z tego punktu widzenia metoda kontaktu aktywnego ma wszelkie szanse na to, by być najskuteczniejszą w demistyfikacji w dobie wojen informacyjnych.

Stosowanie metody badawczej podczas podróży turystycznych

Jak zauważa A. Schopenhauer, „człowiek z natury swojej zawsze chce mieć rację”, a jedyną uprawnioną metodą myślenia, dochodzenia prawdy i słuszności, przetwarzania sądów, słownej prezentacji przekonań²³ jest niezawodny system praw i reguł logiki formalnej. Dlatego w przeciwdziałaniu mistyfikacji społecznej za efektywne uważamy stosowanie metody badawczej, która związana jest z poszukującym tokiem procesu kształcenia. Stosowanie metody badawczej służy w większym stopniu podnoszeniu poziomu samodzielności poznawczej, zainteresowań i aktywności, służy też kształtowaniu postawy badawczej, twórczości, przyczynia się do transferu umiejętności badawczych. Stosowanie tej metody jest czasochłonne ale przynosi dydaktyczne efekty bardzo korzystne w strefie informacji.

Na podstawie określonych przez S. Palkę cech uczenia się przez badanie²⁴ nazywamy cechy wyjazdów edukacyjnych i naukowych realizowanych w celu obalenia mitów i stereotypów społecznych:

- wysoki poziom samodzielności poznawczej (związanej zarówno z umiejętnościami docierania do źródeł informacji, ich przetwarzaniem, jak i umiejętnościami formułowania i rozwiązywania problemów);
- aktywność poznawcza uczniów analogiczna do aktywności uczonych;

²¹ Z. Ziemiński: Logika praktyczna..., op. cit., s. 147–148.

²² E. Nieznański: Logika: Podstawy – język – uzasadnianie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2000, s. 114.

²³ E. Nieznański: Logika..., op. cit., s. 5.

²⁴ S. Palka: Metoda badawcza w procesie kształcenia, [w:] Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, tom III (M–O), Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2004, s. 155–156.

- metody badań identyczne z metodami stosowanymi przez badaczy profesjonalnych;
- aktywność poznawcza uczniów nie jest ograniczona tylko pasywnym odbieraniem informacji, ale skierowana jest w pierwszej kolejności na aktywne i samodzielne poszukiwanie informacji;
- wiązanie nauczania zbiorowego z grupowym i indywidualnym.

W metodologii badań wyodrębniane jest wiele metod, których stosowanie jest niezbędne w działalności demistyfikacyjnej. Planując wyjazd turystyczny mający na celu stworzenie warunków dla obalenia mitów i stereotypów konkretnej grupy turystycznej, należy planować program turystyczny w taki sposób, aby uruchomić procesy myślenia logicznego uczestników grupy – takie jak analiza, sprawdzanie, porównanie, wyjaśnianie, wnioskowanie oraz uogólnienie.

Analizując metody logiki formalnej, przyjmujemy ich definicje określone przez Lubiewskiego²⁵.

Pierwszą stosowaną pod czas demistyfikacyjnych wyjazdów turystycznych jest metoda sprawdzania, która przy wykorzystaniu zasady logiki formalnej zmierza do uzyskania odpowiedzi na pytanie, czy sformułowane zdanie „A” jest zdaniem „B”. Wynikiem takiego rozumowania jest uzyskanie jednej z dwóch odpowiedzi: tak lub nie. Ta metoda jest efektywna co do mitów i stereotypów najprostszych, których przyczyną pojawienia jest zwykła niewiedza – wyjaśnić prawdziwość czy fałszywość takich mistyfikacji można po prostu za pośrednictwem zmysłów (wzroku, słuchu, odczucia, węchu, smaku) – turystyka pozwala na elementarne sprawdzanie rzeczywistości.

W stosunku do demistyfikacji metoda analizy polega na intelektualnym, logicznym podziale na części składowe mitów i stereotypów w celu zbadania ich cech struktury, a także wspólnych relacji między nimi. Podczas wydarzeń turystycznych korzystne jest stosowanie np.: analizy przyczynowej, która zmierza do ustalenia rodzaju i cech relacji pomiędzy składowymi opracowywanymi mitów i stereotypów; analizy logicznej, która zmierza do wyjaśnienia logicznych stosunków zachodzących pomiędzy składowymi mistyfikacji społecznych; analizy krytycznej, która zmierza do krytycznej oceny źródeł pochodzenia i powstania mitów i stereotypów.

Stosowanie metody porównania podczas wyjazdów turystycznych mających na celu obalenie określonych mistyfikacji, polega na intelektualnym wykrywaniu podobieństw lub różnic w opracowywanych mitach i stereotypach poprzez odniesienie tych zjawisk czy charakterystyk do rzeczywistości w miejscu wyjazdu turystycznego i wyjaśnienie nieprawdziwości, opisanych w mitach i stereotypach.

Wyjaśnianie podczas wyjazdów turystycznych zmierza do wskazania związków między stwierdzonymi faktami rzeczywistości miejscowości docelowej uznanymi za prawdziwe, bez konieczności dowodzenia ich wartości logicznych.

Stosowanie metody wnioskowania zmierza do wyprowadzenia prawdziwości nowego twierdzenia z innych znanych. Na podstawie procesu myślowego przyjmującego

²⁵ P. Lubiewski: Podstawowe problemy metodologiczne, [w:] Praca dyplomowa z bezpieczeństwa: wprowadzenie do badań, A. Wawrzusiszyn (red.), Difin, Warszawa 2016, s. 31–57.

za podstawę rozumowania określone twierdzenie uznane za prawdziwe w wyniku spostrzegania, obserwacji i doświadczenia dowodzi się prawdziwości nowego twierdzenia, które obala mit lub zniekształca stereotyp.

Uogólnienie polega na formułowaniu ogólnych obalających twierdzeń dotyczących określonego zbioru mitów i stereotypów na podstawie obalenia twierdzeń o mistyfikacjach pojedynczych. Wyodrębniamy: 1) uogólnienie sprawozdawcze, które przy formułowaniu twierdzeń nie wykracza poza przeanalizowane mity i stereotypy; 2) uogólnienie indukcyjne – wykraczające poza zakres przebadanego materiału. Uogólnienie indukcyjne odnosi się też do przypadków przeszłych (mimo że przebadana została tylko ich część) lub uwzględnia także przewidywane przypadki przyszłe.

Podsumowanie

Demistyfikacja interpersonalna ze stosowaniem klasycznych metod logiki, metod badań naukowych oraz metod pedagogiki i psychologii jest niezbędna. Kompleksowa metoda demistyfikacji zasadniczo powinna być nacelowana na rozwijanie myślenia krytycznego. Efektywną formą dla zorganizowania działań skierowanych na obalenie mitów i zniekształcanie stereotypów jako forma realizacji metody kontaktu bezpośredniego jest turystyka. Główne role w tej działalności należą do turystyki kulturowej, edukacyjnej i naukowej.

Efektywnymi metodami uzasadniania bezpośredniego podczas podróży turystycznych są spostrzeganie, obserwacja i doświadczenie. Podczas których zachęcanie turystów do stosowania metod logiki formalnej jak analiza, sprawdzanie, porównanie, wyjaśnianie, wnioskowanie oraz uogólnienie – skutkuje to w efekcie obaleniem mitów i zniekształcaniem stereotypów dotyczących miejscowości docelowej podróży turystycznej.

Realizacja zadań demistyfikacyjnych podczas wyjazdów turystycznych ma następujące pozytywne efekty:

- zapoznanie się z kulturą i zwyczajami innych narodów,
- rozwój pozytywnego nastawienia do przedstawicieli innych narodów i kultur,
- satysfakcja psychologiczna z interakcji z przedstawicielami innych kultur,
- zmniejszenie negatywnego postrzegania i stereotypów na temat innych ludzi i kultur,
- szerzenie zrozumienia, szacunku i tolerancji dla kultury innych narodów.

W organizacji wyjazdów turystycznych jako naukowo uzasadnionego wydarzenia z demistyfikacji należy zawsze pamiętać, że ludzie najlepiej rozumieją i zapamiętują z jednej strony informacje, które potwierdzają istniejące mity i stereotypy, a z drugiej strony informacje zasadniczo sprzeczne. W czasach „wojen informacyjnych” nadal otwarta pozostaje kwestia doboru odpowiednich strategii, technologii planowania i organizacji wyjazdów turystycznych mających na celu obalenie mitów i zniekształcanie stereotypów uwzględniających rolę turystyki kulturowej, edukacyjnej i naukowej.

Literatura

Brewer M.B., Miller N.: Beyond the contact hypothesis: Theoretical perspectives on desegregation, [w:] Groups in contact: The psychology of desegregation, M.B. Brewer, N. Miller (red.), Academic Press, Orlando 1984.

- Churches R., Terry R.: : NLP dla nauczycieli: Szkoła dla efektywnego nauczania, Onepress, Gliwice 2010.
- Cielecki M.: Nieskuteczność redukcji uprzedzeń poprzez personalizację grupy obcej: przypadek Rosjanina, (w:) Konflikty międzygrupowe: Przejawy, źródła i metody rozwiązywania, K. Skarżyńska, U. Jakubowska, J. Wasilewski (red.), Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej „Academica”, Warszawa 2007.
- Jaskiernia J.: Rola mitów i stereotypów w procesie integracji europejskiej, [w:] Mity i stereotypy w polityce: Przeszłość i teraźniejszość, A. Kasińska-Metryka, Michał Gołoś (red.), Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.
- Lubiewski P.: Podstawowe problemy metodologiczne, (w:) Praca dyplomowa z bezpieczeństwa: wprowadzenie do badań, A. Wawrzusiszyn (red.), Difin, Warszawa 2016.
- Nieznański E.: Logika: Podstawy – język – uzasadnianie, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2000.
- Palka S.: Metoda badawcza w procesie kształcenia, [w:] Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, tom III (M–O), Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2004.
- Pettigrew T.F.: Generalized intergroup contact effects on prejudice, *Personality and Social Psychology Bulletin* 1997, nr 23(2), s. 173–185.
- Petzel J.: Uzasadnianie twierdzeń, [w:] Logika dla prawników, A. Malinowski (red.), Wydawnictwo Prawnicze LexisNexis, Warszawa 2002.
- Rosenau J.N.: The Study of Global Interdependence, Frances Pinter, Londyn 1980.
- Sokolova S.: Turystyka edukacyjna jako forma kontaktu z językiem i kulturą, (w:) Problemy rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce K. Krzyżanowska, M. Roman (red.), Wydawnictwo Urzędu Miejskiego w Pułtusku, Pułtusk 2015.
- Sokolova S.: Turystyka naukowa jako specyficzna forma rynku spotkań biznesowych czy nowy rodzaj turystyki?, *Turystyka i Rozwój Regionalny* 2016, nr 6, 2016, s. 91–98.
- Tajfel H.: : Interindividual behaviour and intergroup behavior, [w:] Differentiation between social groups, H. Tajfel (red.), Academic Press, Londyn 1978.
- Triandis H.C.: Culture and social behavior, McGraw-Hill College, New York 1994.
- Wysocka E.: Stereotyp społeczny, [w:] Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku, tom V(R–St), Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa, 2006.
- Ziemiński Z.: Logika praktyczna, wyd. XXVI, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Кулік В.В.: Теоретичні основи культурного туризму, Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата, культурології: 26.00.01: теорія та історія культури, *Symferopol* 2009.
- Методичні рекомендації щодо організації навчально-виховного процесу під час проведення навчальних екскурсій та навчальної практики учнів загальноосвітніх навчальних закладів, Лист МОН nr 1/9-61 від 06.02.2008 року, Кіjów.
- Слободенюк Е.В.: Туризм як чинник гуманізації відносин між народами. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата, філософських наук: 09.00.03: соціальна філософія та філософія історії, Кіjów 2003.

Tourism as a method of direct demystification

Summary. The article presents analyses of tourism conception from the point of view of its demystification function. Although tourism has existed for a long time society's reality which suffers from aggressive information wars requires new focus on tourism as a possibility to apply skills of critical thinking. Perception, observation and experience are effective ways of

direct justification during tourist trips. While performing these techniques tourists should be encouraged to apply formal logical methods such as analyses, testing, comparison, explanation, conclusion and generalization which leads to refutation of myths and stereotypes related to the tourist destination.

Key words: tourism, demystification, method of justification, scientific method.

Jan Zawadka✉, Piotr Gabryjończyk

Warsaw University of Life Sciences – SGGW

The importance and popularity of tourism among disabled people in Poland

Summary. The aim of the study is to show the importance and popularity of tourism (including tourism behavior, expectations and preferences) among people with disabilities. The study was conducted at the beginning of 2018 on a sample of 434 disabled people with an appropriate medical certificate using a survey technique. Domestic trips, especially short-term ones, were the most popular. The respondents most often made one or two trips a year, the purpose of which was mainly leisure and sightseeing. The determinant of the selection of a specific offer was mainly the price. Coastal and mountain destinations were the most popular, and the respondents most often spent time walking and socializing.

Key words: tourism, tourist activity, people with disabilities, disabled people

Introduction

People with disabilities seem to be a segment forgotten and overlooked by the vast majority of travel agencies. Only a few tour operators have in their offer proposals addressed to this group of recipients, which fully take into account the needs of people who struggle with various functional restrictions. There are many reasons for this, but two basic ones can be distinguished. The first issue is the financial limitations of people with disabilities. This group has significantly limited access to the labor market¹, and therefore its purchasing capacity is at a much lower level than the rest of society². This situation is often aggravated by the need to purchase various types of devices and pharmaceuticals to facilitate the daily functioning of people with disabilities, which results in a significant reduction in the part of the budget that can be allocated

¹ It should be emphasized here that research carried out by the European Commission shows that the lack of equal opportunities in the labor market is the most important problem encountered by people with disabilities; European Commission: Progress Report on the implementation of the European Disability Strategy 2010–2020, Brussels 2017. An interesting study on the professional problems of the disabled is the position of M. Struck-Peregończyk: *Młode osoby niepełnosprawne na rynku pracy*, Wydawnictwo ASPRA, Warszawa 2015.

² In the fourth quarter of 2016, the professional activity of disabled people (aged 16 and over) was only 15.7% according to the Central Statistical Office (GUS: *Rocznik Statystyczny Pracy 2017*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2017, p. 109).

✉ jan_zawadka@sggw.edu.pl

to free consumption, including recreational and tourist activities. The second important problem is the preparation of the appropriate offer. People with disabilities are a very diverse group in terms of both type and degree of disability. This results in a number of challenges arising before the organizer of a tourist event, which are mainly associated with the transport itself (people in wheelchairs), chairmanship (blind and deaf people) or even difficulties resulting from architectural restrictions in accommodation facilities and tourist attractions. Thus, preparing an offer available for disabled people is problematic, time-consuming and forces the involvement of a significant number of people and the amount of financial resources, and due to the relatively low potential demand, offers of this type are very few on the Polish tourist market³.

The concept of disability and disabled people in Poland

Due to the complexity and multi-faceted nature of the concept of disability, it will not be analyzed in more detail in this article. It should be noted, however, that this concept is considered in the light of legal, medical or scientific.

The multitude of directions of research and reflection on disability results in a multitude of theories regarding its various aspects: from strictly biological to exclusively social⁴. These theories correspond to the three main dimensions of disability⁵:

- biomedical (medical), where disability is equated with impairment. Its essence is reflected in the definition of impairment formulated by the WHO: any reduction in performance or irregularity in the structure or functioning of the body in psychological, physical or anatomical terms and the psychosocial consequences of this lack/impairment;
- functional (interactive), in which disability is understood as an obstacle (handicap), defined by WHO as a limitation or inability to fully play social roles corresponding to age, gender and compatible with social and cultural conditions. In this model, disability is defined as any restriction or inability to lead an active life in a way or degree considered typical of people of similar age and same sex;
- social (sociopolitical), where disability is understood as oppression on the part of society - the lack or limitation of human activity caused by modern social organization, which does not take into account the needs of people with physical damage and learning difficulties, thereby excluding them from the mainstream of life social⁶.

³ Accessible Poland Tours, founded by Małgorzata Tokarska in 2010, is one of the few travel agencies specializing in trips of disabled people.

⁴ M. Wiliński: Modele niepełnosprawności: indywidualny – funkcjonalny – społeczny, [in:] *Diagnoza potrzeb i modele pomocy dla osób z ograniczeniami sprawności*, A.I. Brzezińska, R. Kaczan, K. Smoczyńska (Eds), SCHOLAR, Warszawa 2010, p. 27.

⁵ www.unic.un.org.pl (access: 27.02.2020).

⁶ More on this topic: A. Wilmowska-Pietruszyńska, D. Bilski: *Międzynarodowa Klasyfikacja Funkcjonowania, Niepełnosprawności i Zdrowia, Niepełnosprawność – zagadnienia, problemy, rozwiązania* 2013, no 2(7), pp. 5–20; Z. Woźniak: *Niepełnosprawność i niepełnosprawni w polityce społecznej. Społeczny kontekst medycznego problemu*, Wydawnictwo Naukowe Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej Academic, Warszawa 2008.

To sum up the considerations regarding the concept of disability, it is worth quoting the WHO definition here, which reflects the three above models. This organization has defined disability as a comprehensive term, including damage, activity restrictions and participation restrictions. Damage is a problem in the functioning or structure of the body; activity restrictions refer to the difficulties encountered by individuals in performing activities or tasks; while limiting participation is a problem experienced by the individual in his involvement in life situations⁷. Disability is therefore a complex phenomenon, reflecting the relationship between the characteristics of the body of the individual and the characteristics of the entire society in which he lives. In the International Classification of Functioning, Disability and Health (ICF) adopted by the WHO in 2001, disability was defined as a multidimensional phenomenon resulting from interactions between people and their physical and social environment. Disability and functioning is perceived as a result of integration between health conditions (diseases, disorders, injuries) and other factors, which include environmental factors (e.g. legal, social structures, climate, architecture) and related to the individual (age, gender, education, professional status etc.)⁸.

Information on the scale of disability in Poland is published, among others, by the Central Statistical Office. The first attempt to recognize this phenomenon was a micro-census conducted in 1974. At that time, 1.37 million people in Poland had a certificate of invalidity. This represented 4.1% of the total population in the country⁹. In 1988, the number of invalids was already 3.74 million, which was about 10% of the population. The reason for such dynamic growth compared to 1974 was the fact that rural areas were included in the study.

The results of the survey of the condition of health indicate that at the end of 2004, 6.2 million people with disabilities (16.3% of the country's population) lived in Poland, of which 4.8 million people with legal disabilities (who had medical confirmation)¹⁰.

Data on the number of disabled people in Poland was provided by the National Population and Housing Census of 2011. In the light of its results, the number of people with disabilities (both legally and biologically) was 4.7 million, which accounted for 12.2% of the country's population¹¹. At the 2002 census, the percentage was 14.3% (5.5 million people)¹². It should be noted, however, that this decline may be deceptive,

⁷ M. Karaś: Niepełnosprawność, od spojrzenia medycznego do społecznego i Disability Studies, *Przeгляд Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny* 2012, no. 4, p. 27.

⁸ L. Januszko: Niepełnosprawność – aspekt epidemiologiczny i społeczny, [in:] *Niepełnosprawni na progu wejścia Polski do Unii Europejskiej*, M. Waszenowski (Ed.), Polskie Towarzystwo Walki z Kalectwem, Warszawa 2004, pp. 67–73.

⁹ B. Balcerzak-Paradowska: Sytuacja bytowa gospodarstw domowych osób niepełnosprawnych, [in:] *Sytuacja osób niepełnosprawnych w Polsce*, B. Balcerzak-Paradowska (Ed.), Warszawa 2002, p. 158.

¹⁰ GUS: Stan zdrowia ludności Polski w przekroju terytorialnym w 2004 r., Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2007, p. 30.

¹¹ GUS: *Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011.*, GUS, Warszawa 2012, p. 63.

¹² GUS: *Raport z wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2003, p. 32.

because questions about disability were voluntary and during the 2011 census nearly 1.5 million respondents did not answer. It can be assumed that the majority of this group were disabled people.

It is also worth quoting the results of the European Health Interview Survey (EHIS), according to which in 2014 in Poland there were 7.7 million biologically disabled people, i.e. people who declared limited ability to perform activities that people usually perform (in accordance with the uniform EU definition used in the study, both serious and less severe restrictions have been taken into account, making it impossible to perform the above activities for at least the last 6 months). According to EHIS, nearly 3.8 million Poles (including nearly 194 thousand children under 16 with a current disability certificate) had legal (or equivalent) disability confirmation, i.e. about 0.3 million more compared to BAEL estimates in the same period. As a result, in Poland at the end of 2014 the structure of people with legal disabilities according to the results of the EHIS was as follows: 42% of people with legal disabilities had a certificate of moderate disability, 28% of people had a severe disability certificate and 25% of people had a light certificate. On the other hand, children under 16 accounted for 5% of the total population of people with legal disabilities¹³.

The importance of tourism in the lives of people with disabilities

Tourism plays or can play an important role in the rehabilitation and improvement of the health status of people with disabilities. This applies to all forms of disability – including motor, mental and sensory. Participation in tourist movement triggers activity, shapes motivation for physical effort and active recreation. Acquired new skills can be successfully transferred to other areas of functioning in everyday life. Tourism, in addition to its significant rehabilitation function, also plays an educational and pedagogical function. Participation in tourist trips also has a very positive effect on the well-being and mental state of people with disabilities, thus constituting an important element of social integration¹⁴.

As noted by T. Skalska, literature on the subject focuses on three main fields of beneficial impact of tourism on people with disabilities¹⁵:

- physical impact: improvement of body fitness, strength regeneration and relaxation;
- mental impact: enabling fulfillment of one's desires, living and experiencing the situation that give satisfaction, facilitate self-expression, shaping the right image of oneself and experiencing feelings resulting from self-realization;
- social impact: shaping appropriate social forms, cooperation with others.

¹³ www.niepelnosprawni.gov.pl (access: 08.03.2020).

¹⁴ K. Kaganek, E. Wąsowicz-Zaborek: Kreowanie produktów turystycznych dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych, [in:] Tworzenie i dostosowywanie produktów turystycznych do potrzeb osób niepełnosprawnych, A. Borowicka, W. Heliński (Eds), Forum Turystyki Regionów, Szczecin 2007, p. 13.

¹⁵ T. Skalska: Turystyka osób niepełnosprawnych, [in:] Nowe wyzwania edukacji turystycznej, A. Dłużewska (Ed.). Szkoła Wyższa Przymierza Rodzin w Warszawie, Warszawa 2011, p. 135.

The physical impact of tourism on the condition of people with disabilities is most accurately recognized. A lot of attention was given to this issue when research programs assessing the impact of tourism activity on improving disabled people, especially in the physical dimension, included ideas propagated by theoreticians of sport and physical recreation¹⁶.

By systematizing the goals set for tourism and touring people with disabilities, one can cite the goals set by H. Lorenzen¹⁷, an outstanding precursor of the idea of sport for the disabled. On their basis Łobożewicz formulates the following goals¹⁸:

- therapeutic – tourism as a continuation of the treatment and improvement program;
- biological – tourism and sightseeing can help compensate for physical performance losses, reduce the biological effects of aging of the disabled person's body, and also contribute to delaying intellectual degradation;
- anatomical and physiological – practicing active forms of tourism can, like improving the use of kinesitherapy, help increase muscle strength, joint mobility, endurance on effort, and also positively affect the basic functions of the body, and thus at least partially reduce the effects of disability;
- hygienic and health – practicing tourism can make everyday physical exercises more desirable for each disabled person, harden the body, support resistance to hardships, help master the skills of controlling health and physical fitness;
- educational and psychological – tourism helps shape positive behavioral patterns, proper characterological features, facilitates the fight against egocentric, aggressive or apathetic attitudes;
- hedonistic – in contrast to monotonous rehabilitation exercises used in traditional forms of physical improvement, the effort accompanying tourist activity is not boring and allows you to make many movements that bring the same effects as traditional gymnastics;
- social – tourism allows you to break free of social isolation, fulfills integration functions, and enables the use of cultural goods.

When discussing the importance of tourism for people with disabilities, one cannot ignore the psychological and socio-cultural benefits, which due to the limitations of the volume of the text will not be approximated in detail in this study. It should only be mentioned that in the sphere of the positive impact of tourism and recreation on the psyche of people with disabilities, a special role in the literature on the subject is assigned to psychotherapeutic functions, including psycho-recreational, psycho-compensatory, psycho-correction or psycho-creative¹⁹, which significantly contribute to im-

¹⁶ T. Skalska: *Turystyka osób niepełnosprawnych. Ograniczenia i możliwości rozwoju*, Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2003, p. 49.

¹⁷ H. Lorenzen: *Lehrbuch des versehrten Sports*, Forinad Enhe Verlag, Stuttgart 1961.

¹⁸ T. Łobożewicz (Ed.): *Turystyka ludzi niepełnosprawnych*, COiT, Warszawa 1991, pp. 21–22.

¹⁹ T. Kot: *Psychoterapeutyczne funkcje czasu wolnego u młodzieży przewlekle chorej*, [in:] *Czas wolny ludzi niepełnosprawnych – zadania pedagoga*, A. Hulek (Ed.), *Studia Pedagogiczne LV*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo PAN, Warszawa 1989, p. 19.

proving well-being and health mental disability and serve the development of relationships and social skills.

Purpose and research methods

The purpose of the study is to show the importance and popularity of tourism (including tourism behavior, expectations and preferences) among people with disabilities. The research was conducted at the beginning of 2018 on a sample of 434 disabled people with an appropriate medical certificate using a survey technique. The research was carried out in various provinces and places in Poland (both in cities and in the countryside). The selection of people for the study was conducted according to the following key: among the respondents, the number of women and men was to be similar and the age of the respondents was to be significantly differentiated.

Characteristics of respondents

There were slightly more women among the respondents (52.2%). The age of the respondents was quite diverse. Young people (under 40 years of age) predominated. Their share accounted for 35.8%. The percentage of people between 40 and 65 years was 33.0%, and the percentage of older people (over 65 years) was 31.1%. The respondents included representatives of all voivodships. However, the inhabitants of the Mazowieckie (18.2%), Lubelskie (11.0%), Podlasie (8.8%) and Łódź (8.5%) voivodships dominated. Most of the respondents were city dwellers (69.5%).

The level of education was relatively low – people who finished (or not) primary or junior high school (33.6%) and basic vocational (27.4%) dominated. The fact of disability and level of education significantly affected the material situation of the respondents. 40.6% of respondents described it as the average, 27.4% as weak, and 21.7% as rather good. Only 6.3% of respondents rated their financial situation as very good and 4.1% as very poor.

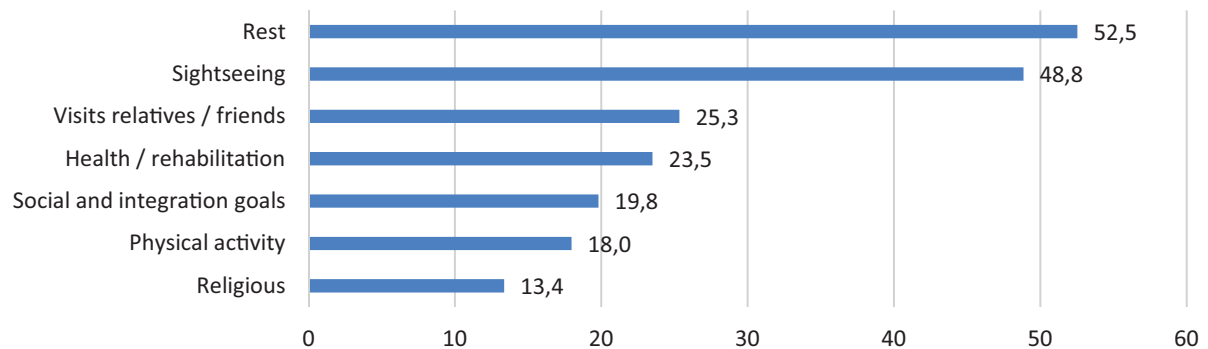
Despite the fact that the respondents were disabled people, 34.6% perceived themselves as efficiently performing basic tasks in everyday life. 42.8% rated themselves as moderately inefficient in this respect, and 22.6% considerably inefficient. These indications corresponded to the degree of disability of the respondents. Light degree was found in 30.8% of respondents, moderate in 44.0%, and significant among 25.2%²⁰.

Results

Over half of all 68.2% of all respondents – 68.2% (434 people) declared participation in at least one tourist trip during the year preceding the survey. Of these, 65.0% participated in short-term domestic trips (2–4 days), and 46.1% in long-term domestic trips (5 or more days). 21.7% of respondents decided to travel abroad (with at least one overnight stay). Most of them (44.2%) in 2017 participated in the tourist trip once. 38.2% two or three times, and 17.5% four times and more.

²⁰ The study did not present information on the causes of disability among the respondents. In many cases this question turned out to be embarrassing for the respondents.

The most frequently indicated purpose of trips undertaken by the respondents was leisure and sightseeing (Fig. 1).



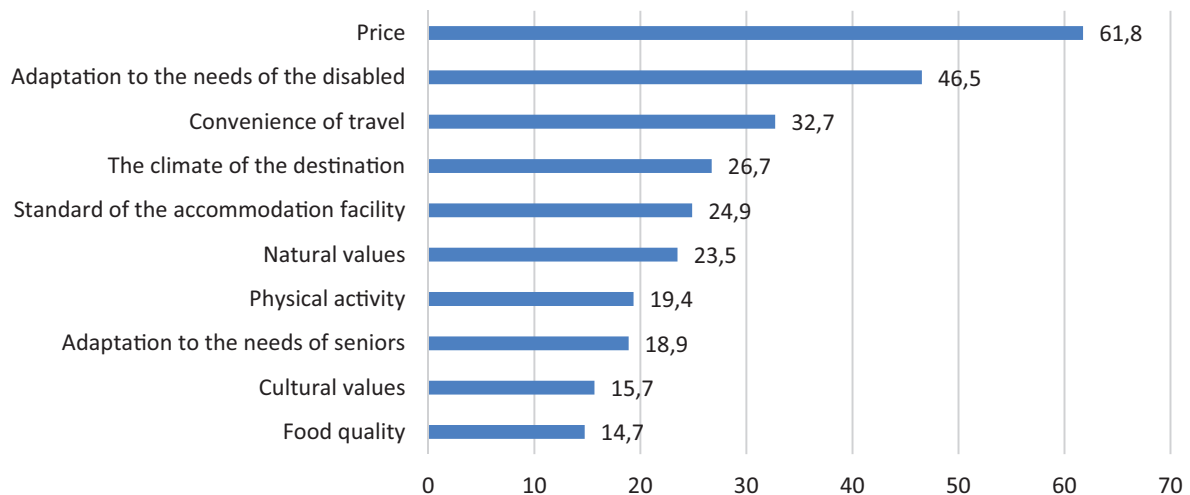
* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 1. Goals of tourist trips undertaken by respondents [%]

Source: own research.

Some trips of disabled people were dictated by health reasons, because they had (apart from typically tourist purposes) also a rehabilitation aspect. Social goals were also quite important. People with disabilities, mostly deprived of everyday contact with the environment, during trips had the opportunity to establish relationships with other participants.

Due to the specificity and diversity of disabled people, it is important to recognize the elements that are important to them when choosing a trip offer. The price dominated in this case (Fig. 2).



* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 2. The most important elements for respondents when choosing a travel offer [%]

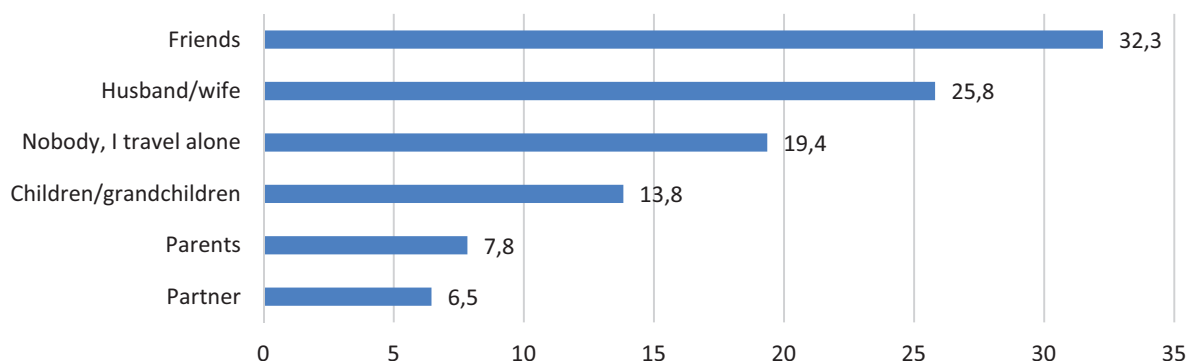
Source: own research.

This distribution of answers can be explained by the financial situation of people with disabilities. Serious difficulties in obtaining education and, as a consequence, low professional activity mean that the purchasing capacity of this social group is much

smaller than that of the rest of society. It was also very important to adapt tourist facilities and equipment to the needs of the disabled. Tourist attractions and the quality of accommodation and nutrition services were less important for the respondents.

The respondents rated the availability and promotion of the tourist offer for the disabled very low. On a scale of 1 (very bad) to 5 (very good) this rating was 2.3. This may be due to the fact that only 14.3% of respondents used ready offers available at travel agencies. The respondents most often organized a trip by themselves or used family assistance in this area (35.5 and 32.7%, respectively). Associations of disabled people play an important role in organizing trips (18.4%). Some of the respondents also combined rest with improving their health by participating in rehabilitation stays (15.2%) and sanatorium stays (8.8%). Some also took part in trips organized by the parish, senior club and university of the third century²¹.

The respondents traveled most often in the company of friends and acquaintances, as well as their own spouse. The group of people traveling alone was also quite significant. Detailed data are presented in Figure 3. There have also been sporadic responses indicating a caregiver or physiotherapist.



* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 3. People usually accompanying respondents in their tourist trips [%]

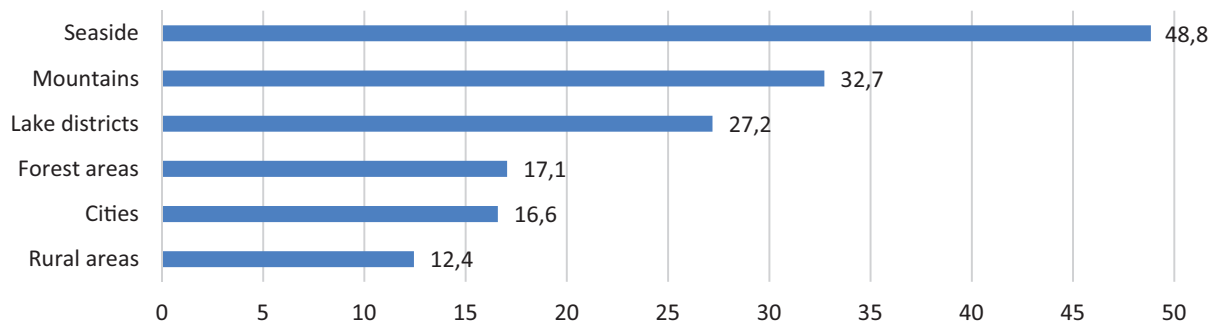
Source: own research.

For respondents, summer was the most popular season for tourist trips (35.5%). Spring and autumn were much less popular (18.0 and 16.6%, respectively). Supporters of leisure in the winter constituted 10.1% of respondents. Some respondents (19.8%) did not clearly indicate any season.

Preferences of people with disabilities regarding the direction of departure were similar to those of the general public. The most popular destination among the respondents was the seaside. Mountain and lake district areas were also quite popular.

Forest areas, cities and rural areas were chosen much less frequently. The low popularity of rural tourism may be surprising here. Due to the qualities of the natural environment, low tourist traffic and definitely more affordable prices, this form of tourism should be much more popular among the disabled. Perhaps the reasons for

²¹ The question regarding the organization of the trip was a multiple choice, hence the percentages quoted above do not add up to 100.



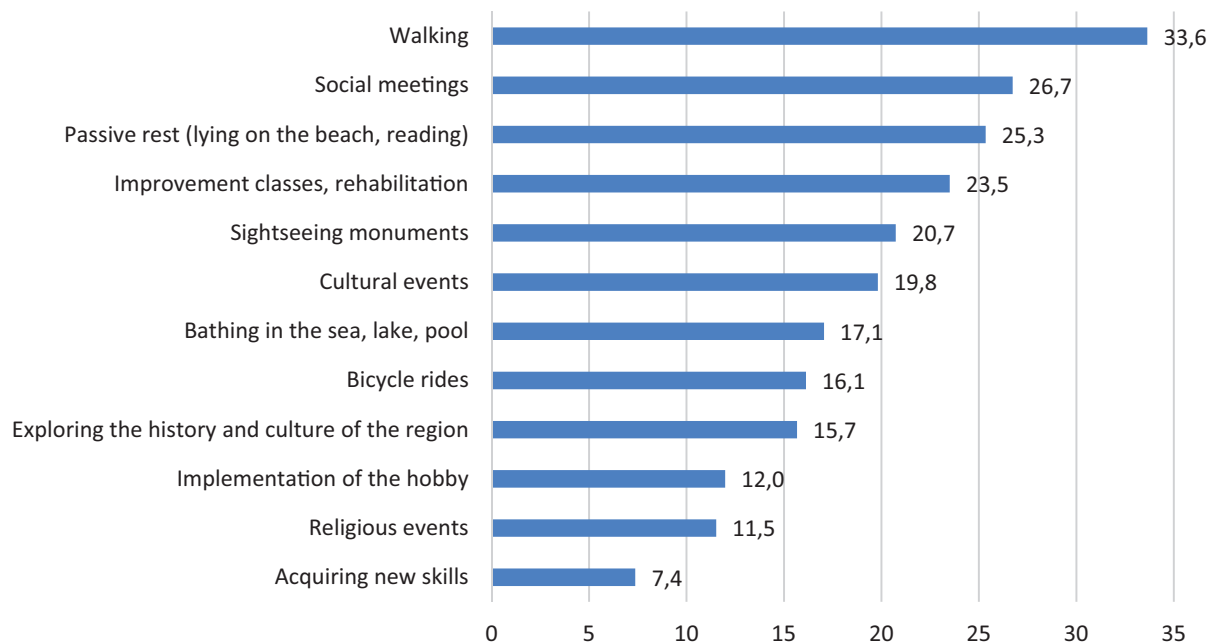
* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 4. Types of tourist destinations favored by the respondents [%]

Source: own research.

its lack should be seen in the still ineffective promotion of rural areas as a tourist destination. Another reason may be the desire to experience and search for holiday emotions, which are definitely more accessible to people with disabilities in popular tourist destinations.

A tourist trip is a great opportunity to take up many forms of physical as well as socio-cultural activity and pursue your own hobby. Among the respondents, walks and social gatherings conducive meeting new people and integration were the most popular. A significant number of respondents also preferred passive forms of recreation, e.g. lying on the beach, sunbathing, listening to music, etc. Details on this subject are presented in Figure 5.



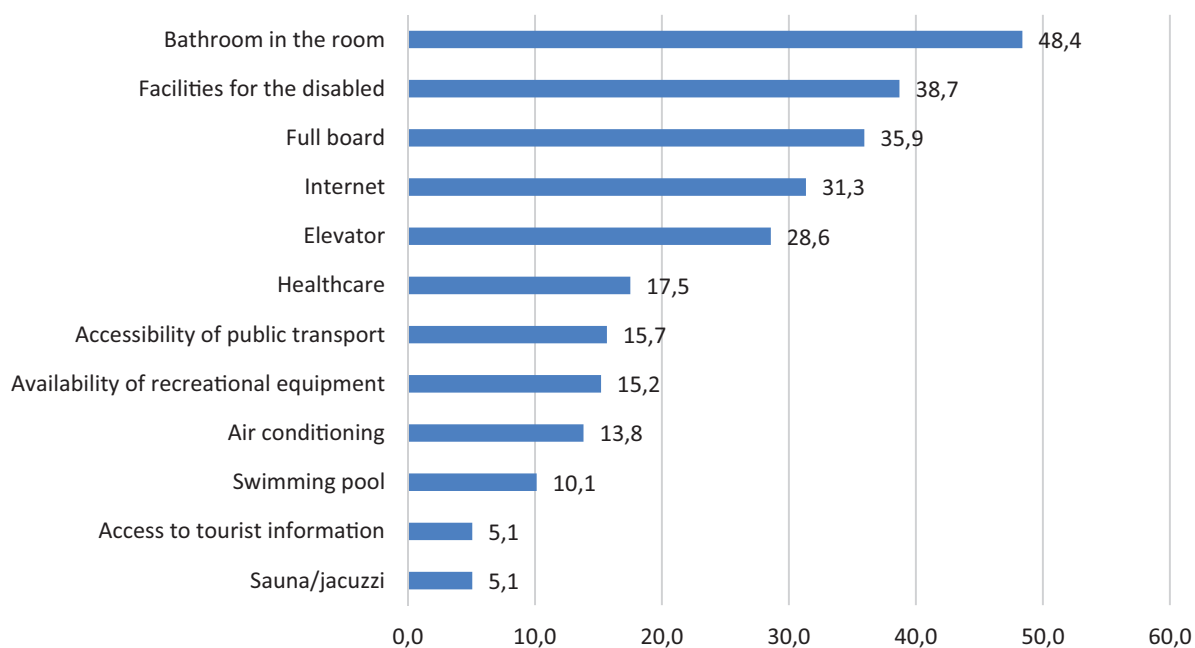
* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 5. Most frequently undertaken activities during tourist trips [%]

Source: own research.

It is worth mentioning here that the tourist trips of the respondents were often combined with activities that had a positive impact on their health. This is probably due to the fact that some of the trips (as rehabilitation stays) were co-financed by The State Fund for Rehabilitation of Disabled People – PFRON (distributed through PCPR – Poviats Family Support Center), as well as the National Health Fund and the Social Insurance Institution (stay in sanatoriums). Few respondents also found financial support in the field of tourist trips in various types of foundations (e.g. Institute X), community self-help homes, senior clubs or associations of the disabled. The share of respondents who benefited from any form of financing was 42.4%.

In conclusion, it is worth mentioning the respondents' expectations regarding the equipment and devices available in the place of accommodation (Fig. 6). The bathroom turned out to be the most important element. This should not come as a surprise, because free access to the sanitary facilities often determines both physical (people with mobility problems) and psychological comfort (e.g. no rush or discomfort waiting in the queue to the toilet).



* The respondents could indicate more than one answer.

Figure 6. Expectations of respondents in terms of furnishing accommodation facilities [%]

Source: own research.

Due to the specifics of the respondents, the architectural and service accessibility of the facility and the place of stay were of great importance to them. In many cases, a threshold or several steps, which are even unnoticed by most hotel guests, can be the reason for many troubles for people moving in wheelchairs, with crutches or the help of balconies. The same may apply to contrasting door colors, Braille signs or properly marked passageways, which, being underestimated by most guests, are a significant facilitation for the blind and visually impaired.

Conclusions

Tourism is a very important element of the lives of people with disabilities. In addition to recreational or sightseeing aspects, it has therapeutic and rehabilitation value. The impact of travel in the context of the psycho-social benefits of this group is also significant. Therefore, the tourism activity of people with disabilities is a very important problem that requires further, in-depth research and analysis. The results of the conducted research allow the formulation of several conclusions regarding participation in tourism of this social group.

Domestic trips, especially short-term ones, were the most popular. The respondents most often made one or two trips a year, the purpose of which was mainly leisure and sightseeing. Much of the trips were also dictated by health reasons, and their program included rehabilitation.

The price was the main determinant of choosing a specific offer for a trip. This may be related to the difficult situation of people with disabilities on the labor market and the resulting low income. Due to the specificity of the studied group, it was also important to properly adapt tourist facilities and equipment to their needs.

Due to the very limited supply of offers of tourist events directed to the disabled, the organization of the trip was most often dealt with the interested parties themselves or their families. It should be emphasized here that the respondents are very active in obtaining funding for trips. Most often, its source was PFRON intended for co-financing rehabilitation stays.

The respondents' trips were carried out mainly in the summer. The preferred companions were most often friends and acquaintances, as well as spouses. Seaside and mountain destinations were the most popular, and the respondents most often spent time walking and socializing. Often, the program also included improvement and rehabilitation classes.

The authors are aware of the restrictions on the conclusions drawn, which result primarily from the method of sample selection and its size. Therefore, the above considerations can be treated as a contribution to more extensive and in-depth research in the field of tourism of people with disabilities. This group (according to EHIS, including people with biological disabilities) can currently constitute over 20% of the Polish population – 7.7 million people. Recognizing their expectations, preferences and tourist behavior is important for the tourism industry, but primarily because of the people themselves. By emphasizing the significant role of tourism in their life and rehabilitation, it will allow to better adapt the program of tourist events to the needs of this group, and thus contribute to the acceleration of the dissemination of tourism activity among disabled people.

References

- Balcerzak-Paradowska B.: Sytuacja bytowa gospodarstw domowych osób niepełnosprawnych, [in:] Sytuacja osób niepełnosprawnych w Polsce, B. Balcerzak-Paradowska (ed.), Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 2002.
- European Commission: Progress Report on the implementation of the European Disability Strategy 2010–2020, Brussels 2017.

- GUS: Raport z wyników Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2002, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2003.
- GUS: Stan zdrowia ludności Polski w przekroju terytorialnym w 2004 r., Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2007.
- GUS: Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2012.
- GUS: Rocznik Statystyczny Pracy 2017, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2017.
- Januszko L.: Niepełnosprawność – aspekt epidemiologiczny i społeczny, [in:] Niepełnosprawni na progu wejścia Polski do Unii Europejskiej, M. Waszenowski (Ed.), Polskie Towarzystwo Walki z Kalectwem, Warszawa 2004.
- Kaganek K., Wąsowicz-Zaborek E.: Kreowanie produktów turystycznych dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych, [in:] Tworzenie i dostosowywanie produktów turystycznych do potrzeb osób niepełnosprawnych, A. Borowicka, W. Heliński (Eds), Forum Turystyki Regionów, Szczecin 2007.
- Karaś M.: Niepełnosprawność, od spojrzenia medycznego do społecznego i Disability Studies, Przegląd Prawniczy, Ekonomiczny i Społeczny 2012, no 4, pp. 20–33.
- Kot T.: Psychoterapeutyczne funkcje czasu wolnego u młodzieży przewlekle chorej, [in:] Czas wolny ludzi niepełnosprawnych – zadania pedagoga, A. Hulek (Ed.), Studia Pedagogiczne LV, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo PAN, Warszawa 1989.
- Łobożewicz T. (ed.): Turystyka ludzi niepełnosprawnych, COiT, Warszawa 1991.
- Lorenzen H.: Lehrbuch des versehrten Sports, Forinad Enhe Verlag, Stuttgart 1961.
- Skalska T.: Turystyka osób niepełnosprawnych. Ograniczenia i możliwości rozwoju. Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2003.
- Skalska T.: Turystyka osób niepełnosprawnych, [in:] Nowe wyzwania edukacji turystycznej, A. Dłużewska (Ed.), Szkoła Wyższa Przymierza Rodzin w Warszawie, Warszawa 2011.
- Struck-Peregończyk M.: Młode osoby niepełnosprawne na rynku pracy, ASPRA, Warszawa 2015.
- Wiliński M.: Modele niepełnosprawności: indywidualny – funkcjonalny – społeczny, [in:] Diagnoza potrzeb i modele pomocy dla osób z ograniczeniami sprawności, A.I. Brzezińska, R. Kaczan, K. Smoczyńska (Eds), SCHOLAR, Warszawa 2010.
- Wilmowska-Pietruszyńska A., Bilski D.: Międzynarodowa Klasyfikacja Funkcjonowania, Niepełnosprawności i Zdrowia, Niepełnosprawność – zagadnienia, problemy, rozwiązania 2013, no 2(7), pp. 5–20.
- Woźniak Z.: Niepełnosprawność i niepełnosprawni w polityce społecznej. Społeczny kontekst medycznego problemu, Wydawnictwo Naukowe Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej Academica, Warszawa 2008.
- <http://www.niepelnosprawni.gov.pl> (access: 18.01.2020).
- <http://www.unic.un.org.pl> (access: 27.12.2019).

