



Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Turystyka

zarządzanie, administracja, prawo

Współczesne zarządzanie zrównoważonym rozwojem w turystyce – aspekty prawne, organizacyjne i administracyjne

*Contemporary management of sustainable development in tourism –
legal, organizational and administrative aspects*



Redaktor naczelny czasopisma:

dr hab. Hanna Zawistowska, prof. SGH.

Zastępca Redaktora naczelnego - dr Dominik Borek

II Zastępca Redaktora naczelnego: dr hab. Krzysztof Celuch, prof. SGTiHV.

Rada Programowo-Naukowa:

- dr hab. Daniel Puciato - Przewodniczący,
- dr Robert Andrzejczyk,
- dr hab. Marek Cierpień-Wolan,
- dr hab. Jacek Borzyszkowski,
- prof. dr hab. Marek Bugdol,
- dr Wojciech Fedyk,
- dr hab. Zygmunt Kruczek,
- dr Jarosław Lichacy,
- Jan Mazurczak,
- dr Bartłomiej Walas,
- prof. Mariela Modeva (Bułgaria),
- prof. dr hab. Aleksander Panasiuk, Uniwersytet Jagielloński,
- dr hab. Katarzyna Bilińska, prof. UEK - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,
- dr hab. Beata Sadowska, prof. Usz – Uniwersytet Szczeciński,
- prof. Stela Baltova, IBS Sofia - International Business School,
- dr hab. Ewa Dziedzic, prof. SGH – Szkoła Główna Handlowa,
- dr Piotr Kociszewski – Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.

redaktorzy tematyczni:

redaktor statystyczny: dr hab. Marek Cierpień-Wolan, prof. URz,

redaktor tematyczny w zakresie nauk prawnych: dr hab. Tomasz Bojar-Fijałkowski, prof. UKW,

redaktor tematyczny w zakresie turystyki i rekreacji: dr hab. Zygmunt Kruczek,

redaktor tematyczny w zakresie zarządzania i jakości: dr hab. Ewa Dziedzic, prof. SGH,

redaktor tematyczny w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej: dr Piotr Kociszewski.

redaktor tematyczny w zakresie ekonomii i finansów: dr hab. Teresa Skalska, prof. SGTiH Vistula

Sekretarz: dr hab. Katarzyna Podhorodecka, prof. ucz. – Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,

Zastępca Sekretarza: dr hab. Tomasz Bojar-Fijałkowski, prof. UKW,

Kolegium redakcyjne:

Katarzyna Szot – starszy specjalista w Departamencie Turystyki MSiT,

Michał Niedziela – główny specjalista w Departamencie Turystyki MSiT.

Spis treści:

1. *Słowo wstępne Ministra Sportu i Turystyki Sławomira Nitrasa*
2. *Słowo wstępne Sekretarza Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Piotra Borysa*
3. *Przedmowa – Hanna Zawistowska, Dominik Borek*
4. *Działania na rzecz dostępności atrakcji turystycznych w Krakowie dla osób z niepełnosprawnościami jako element zrównoważonej polityki turystycznej miasta - Actions to ensure the accessibility of tourist attractions in Krakow for people with disabilities as an element of the city's sustainable tourism policy - Zygmunt Kruczek, Katarzyna Gmyrek, Klaudia Chwaja, Kamila Camona – Research Paper*
5. *Measuring the Sustainability of Tourism - Purpose and underlying concept - Peter Laimer - Research Paper*
6. *Atrakcyjność turystyczna Zamościa - ocena wybranych zabytków Perły Renesansu w kontekście idei Miasta Idealnego - Kamila Maria Gromadzka - Research Paper*
7. *Czynniki sukcesu eventu na przykładzie Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie – Patrycja Kaniewska - Research Paper*
8. *Komunikat z badań realizowanych na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki - Charakterystyka przyjazdów do Polski w 2023 roku*
9. *Raport z badań statystyki turystycznej kraju – implikacje prawne, społeczne i gospodarcze - Łukasz Zadorożny, Dominik Borek*
10. *Informacja dla Przedsiębiorcy - Dotacje dla sektora HORECA 2024*

Słowo wstępne Ministra Sportu i Turystyki Sławomira Nitrasa



Szanowni Państwo,

Turystyka jest bardzo istotnym sektorem gospodarki. Jak wynika z raportu Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) odpowiada za około 4,5% PKB Polski. Wielkość wydatków na promocje turystyczną powinna być adekwatna do poziomu turystycznego PKB. W 2023 r. wydatki w części 40 państwa – Turystyka zostały zaplanowane na poziomie 110 milionów złotych. Oznacza to, że budżet na promocję turystyki powinien zostać w znaczący sposób zwiększony.

Bardzo istotnym działaniem w tej chwili dla branży turystycznej jest przyjęcie strategii rozwoju turystyki. Ostatni *Program Rozwoju Turystyki* obowiązywał do roku 2020. Jego głównym celem było wzmocnienie rozwoju konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki.

Cele operacyjne ukierunkowano m.in. na: rozwój innowacyjności, atrakcyjności, jakości usług i produktów turystycznych, wzmocnienie aktywności społecznej i przedsiębiorczości w sektorze turystyki oraz zwiększenie kompetencji kadr, promocję priorytetowych obszarów produktów turystycznych kraju i regionów, a także specjalizacje gospodarcze oparte na turystyce i modernizację przestrzeni dla rozwoju turystyki przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju. W części zostały one zrealizowane poprzez przyjęcie odpowiednich działań na rzecz: tworzenia przyjaznego otoczenia prawnego, rozwoju systemów certyfikacji i zarządzania w sektorze turystyki oraz promocji regionalnych produktów turystycznych.

W nowym dokumencie strategicznym turystyki należałoby wzmocnić wykorzystanie narzędzi i instrumentów oraz jakość e-systemów informacji i usług w sektorze turystyki, a także wsparcie promocji i eksportu usług oraz produktów przedsiębiorczości sektora turystyki i sektorów powiązanych z rozwojem turystyki. Istnieje zatem potrzeba posiadania i wdrożenia nowej strategii również dlatego, że cała branża turystyczna nadal boryka się z negatywnymi skutkami pandemii COVID-19, a polska turystyka przyjazdowa, odczuwa skutki napaści zbrojnej Rosji na Ukrainę. Proponuję zatem następujące kierunki strategii rozwoju turystyki z perspektywą na najbliższe lata: cyfryzacja i innowacyjność technologiczna sektora, usługi zrównoważone, przyjazne środowisku i klimatowi, rozwój turystyki przyjazdowej (w tym turystyka kongresowa i biznesowa), a także rozwój turystyki społecznej. Dodatkowo istotnym celem operacyjnym będzie praca nad nowoczesnymi sposobami gromadzenia danych turystycznych i zarządzanie nimi oraz działania na rzecz promocji badań w turystyce i ich rozwoju. Potencjalne rezultaty i korzyści z realizacji w przyszłości zapisów pochodzących z planowanego dokumentu strategicznego to: wzrost liczby turystów zagranicznych, zwiększenie produktywności gospodarki turystycznej, poprawa wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie, a także zmiana wizerunku i jakości ofert usług turystycznych (w tym wzrost bezpieczeństwa podróży) oraz zapewnienie odporności gospodarki turystycznej na różnego rodzaju kryzysy.

Minister Sportu i Turystyki
Sławomir Nitras

Słowo wstępne Sekretarza Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Piotra Borysa



Szanowni Państwo,

Zarządzanie turystyką w obecnych czasach wymaga nowoczesnych badań. Ministerstwo Sportu i Turystyki będzie odpowiedzialne za koordynowanie działań realizowanych dotąd w sposób rozproszony (regionalny lub lokalny) w zakresie badań. Będziemy starali się podejmować działania związane z wykorzystaniem nowoczesnych technologii w turystyce, w tym wykorzystywania do celów statystycznych danych pochodzących z płatności kartami płatniczymi, a także logowania telefonii komórkowej. Tłem dla tych badań będą oczywiście badania realizowane corocznie w ramach Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej przez Główny Urząd Statystyczny na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Narodowego Banku Polskiego.

Ministerstwo Sportu i Turystyki będzie wnioskować o grant na projekt dotyczący zaawansowanych narzędzi i algorytmów SI w oparciu o dane publiczne wspomagające wzrost gospodarczy w obszarze turystyki. Celem realizacji projektu będzie opracowanie rozwiązania informatycznego wspomagającego monitorowanie ruchu turystycznego. Potrzeba realizacji projektu wynika z braku na rynku narzędzi, które pozwalałyby monitorować rzeczywistą wielkość ruchu turystycznego w czasie rzeczywistym dla całego kraju. Działania te w konsekwencji będą prowadzić do opracowania instrumentów, aby aktywnie stymulować wzrost ruchu turystycznego w Polsce.

System ma wykorzystywać mechanizmy przetwarzania danych w czasie rzeczywistym oraz algorytmy sztucznej inteligencji w celu powiązania danych z różnych źródeł oraz analizy struktury ruchu i prognozowania jego zmian. Projekt zakłada pozyskanie informacji ze zmodernizowanego rejestru obiektów hotelarskich, systemów rezerwacyjnych, logowań do sieci komórkowych (BTS), systemów administracji państwowej (GDDKiA, ULC), transakcji kartami płatniczymi i przetworzenie ich z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji (AI), a także przygotowania prognozy takiego obciążenia na podstawie korelacji z danymi zewnętrznymi. Docelowo platforma ma umożliwić zarówno badanie wielkości oraz kierunków rozwoju rynku turystycznego, weryfikację skuteczności stosowanych narzędzi promocyjnych, jak i ma ona pozwolić na ewaluację strategii promocyjnych. Platforma będzie mogła także dawać podstawowe dane rekomendujące ewentualną potrzebę działań inwestycyjnych.

Dla rozwoju polskiej turystyki równie istotne są inwestycje. W tej chwili trwają nabory dla sektora HORECA w ramach Krajowego Planu Odbudowy. Oczekujemy ok. 300 mln euro w ramach działania A1.2.1 kierowanej do sektora HoReCa – turystyka i kultura. Zakłada się alokacje wysokości dla projektów do wysokości 600 tys. zł na jeden podmiot. Realizacja Krajowego Planu Odbudowy będzie odbywała się we współpracy z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej oraz Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości, która jest jednostką wdrożeniową przy realizacji programu. Niezbędny jest monitoring merytoryczny, tak aby pieniądze z Krajowego Planu Odbudowy trafiły do branży HoReCa. Zostały już zawarte umowy PARP z krajowymi operatorami, którzy będą prowadzić nabory, mikro, małych i średnich firm działających w branży hotelarskiej, gastronomicznej, cateringowej, turystycznej lub kulturalnej z terenu Polski. Mamy nadzieję, że unijne pieniądze przyspieszą rozwój turystyki w naszym kraju.

Sekretarz Stanu
w Ministerstwie Sportu i Turystyki
Piotr Borys

Turystyka – zarządzanie, administracja, prawo – Przedmowa

Tourism – management, administration, law – Foreword

Drodzy Czytelnicy!

Oddajemy w Wasze ręce pierwszy numer w 2024 roku czasopisma poświęconego zarządzaniu, administracyjnemu i prawnym problemom rozwoju szeroko rozumianego sektora turystyki. Zgodnie z zarządzeniem nr 38 Ministra Sportu i Turystyki z 2.12.2022 r. w sprawie czasopisma naukowego „Turystyka – zarządzanie, administracja, prawo” (Dz. Urz. MSiT poz. 40), czasopismo jest wydawane półrocznie w wersji elektronicznej. Przewiduje się możliwość wydawania jego poszczególnych numerów w formie papierowej, jeśli wydanie danego numeru w tej formie jest zasadne. Problematyka numeru koncentruje się wokół prawnych, organizacyjnych i administracyjnych aspektów zarządzania zrównoważonym rozwojem w turystyce. Warto dodać, że zrównoważony rozwój turystyki jest ważny nie tylko z punktu widzenia regionalnych i krajowych kierunków rozwoju turystyki, ale wchodzi również w zakres unijnej agendy dla turystyki 2030¹, która wyznacza pięć priorytetów w rozwoju turystyki w państwach UE. Jednym z tych priorytetów jest transformacja ekologiczna. W związku z powyższym zachęca się państwa członkowskie oraz podmioty zaangażowane w organizację i obsługę szeroko rozumianej turystyki m.in. do:

- wymiany wiedzy i dobrych praktyk w zakresie opracowywania i wdrażania strategii turystycznych na różnych szczeblach zarządzania, uwzględniających gospodarcze, środowiskowe, kulturowe i społeczne zrównoważenie turystyki,
- wspierania budowy odporności ekosystemu turystycznego we wszystkich sektorach i różnych podmiotach publicznych i prywatnych;
- przyczyniania się do transformacji ekologicznej ekosystemu turystycznego.

Narzędziem wykorzystywanym w procesie wymiany informacji są czasopisma, w których publikowane są wyniki prowadzonych badań i analiz dotyczących różnych aspektów zrównoważonego rozwoju turystyki. Taki właśnie cel przyświecał autorom artykułów zamieszczonych w tym numerze. Artykuły zamieszczone w pierwszym numerze 2024 r. identyfikują, a poprzez ich opublikowanie również upowszechniają informacje na temat podejmowanych i prowadzonych działań mających znaczenie dla zrównoważonego rozwoju turystyki w różnych jego aspektach.

W ramach niniejszego numeru zdecydowaliśmy się też na promocję młodych talentów naukowych. Cel ten osiągnęliśmy poprzez propozycję publikacji artykułów naukowych dla laureatów drugiej edycji Konkursu na Najlepszą Pracę Magisterską „Teraz Polska Turystyka” organizowanego przez Polską Organizację Turystyczną oraz Fundację Polskiego Godła Promocyjnego „Teraz Polska”. Dodatkowe wsparcie i patronat nad konkursem udzielił Minister Sportu i Turystyki, dlatego inicjatywa ta była dla nas szczególnie istotna. Mamy nadzieję, że dla młodych naukowców będzie to istotny debiut, pozwalający na ustawiczny rozwój naukowy.

Co do całego numeru czasopisma, to będziemy wdzięczni za przekazywanie uwag, propozycji i ocen na adres e-mailowy redakcji czasopisma: redakcja@msit.gov.pl

Z poważaniem,

Redaktor Naczelny i Zastępcy Redaktora Naczelnego

dr hab. Hanna Zawistowska, dr Dominik Borek, dr hab. Krzysztof Celuch

¹ Europejska agenda dla turystyki 2030 – Konkluzje Rady (przyjęte 1 grudnia 2022 r.)
<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/126/tourism>

Od redaktora numeru:

Szanowni Państwo,

ostatnia edycja głównych obchodów Światowego Dnia Turystyki miała miejsce 27 września 2023 roku w Riyadh w Arabii Saudyjskiej pod hasłem „Turystyka i zielone inwestycje”.

Sekretarz Generalny Światowej Organizacji Turystyki Zurab Pololikashvili powiedział wówczas: „Rok 2023 był najgorętszym rokiem w historii. Ekstremalne zjawiska pogodowe, takie jak fale upałów, mogą stać się nową normalnością. Turystyka musi się dostosować. W tym celu musimy ponownie przemyśleć sposób finansowania naszego sektora. Musimy ułatwić wszelkiego rodzaju inwestorom wspieranie projektów turystycznych, które mogą coś zmienić. Patrząc w przyszłość, potrzebujemy inwestycji, które wzmocnią turystykę w budowaniu lepszej i bardziej sprawiedliwej przyszłości dla wszystkich.”²

W rozważania podjęte podczas spotkania w ramach głównych obchodów Światowego Dnia Turystyki wpisuje się problematyka zrównoważonego rozwoju. Koncepcja ta ma w założeniu pomóc w konkurencyjności europejskiej turystyki. Już w roku 2007 Komisja Europejska wydała dokument zatytułowany: Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej³. W dokumencie tym wskazano, iż w sposób szczególny zmiany klimatyczne są obecnie postrzegane jako zasadniczy problem, wymagający od przemysłu turystycznego zmniejszenia udziału w emisjach gazów cieplarnianych oraz od ośrodków turystycznych dostosowania się do zmian we wzorze popytu i w typach turystyki przez nie oferowanych⁴.

W roku 2022 przyjęto Konkluzje Rady Unii Europejskiej w sprawie europejskiej agendy dla turystyki 2030. Zwraca się w nich uwagę na bardziej zrównoważone działania o obiegu zamkniętym prowadzone przez placówki turystyczne w całym ekosystemie, łącznie z atrakcjami turystycznymi, usługami hotelarskimi, biurami podróży i organizatorami wycieczek. W ramach pierwszego numeru w 2024 r. czasopisma **Turystyka - zarządzanie, administracja, prawo** chcieliśmy zaprezentować stan badań w tym obszarze. Zmiany następujące na rynku usług turystycznych wpływają na stan prawny i modele biznesowe w branżach turystycznych. Chcieliśmy poznać stan badań w tym obszarze i jednocześnie dostarczyć informacji na temat zrównoważonego rozwoju w turystyce. Postawienie właściwej diagnozy w kontekście zrównoważonego rozwoju w turystyce, to aktualnie jedno z głównych wyzwań dla odradzającego się po pandemii sektora turystyki. Tym samym prezentujemy stan badań nad zrównoważonym rozwojem w turystyce. W numerze, który oddajemy w Państwa ręce nie zabrakło także tekstów anglojęzycznych, czym chcemy przyciągnąć także czytelników oraz autorów z zagranicy. Jestem niezwykle zbudowany tym, że zastępca dyrektora Dyrektoriatu Urzędu Statystycznego – P. Laimer zechciał przyjąć nasze zaproszenie i napisać tekst zatytułowany „Measuring the Sustainability of Tourism - Purpose and underlying concept”. W artykule tym autor zawarł zarówno elementy prawne jak i administracyjne oraz zarządcze w zakresie badań statystycznych obszaru turystyki w Austrii. W tym samym kontekście, biorąc pod uwagę elementy nauk prawnych i statystyki M. Cierpień-Wolan i D. Borek zaprezentowali „Komunikat z badań realizowanych na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki - Charakterystyka przyjazdów do Polski w 2023 roku”. Z kolei Z. Kruczek, wraz z zespołem badawczym - K. Gmyrek, K. Chwaja, K. Camona, przedstawili działania na rzecz dostępności atrakcji turystycznych w Krakowie dla osób z niepełnosprawnościami jako element zrównoważonej polityki turystycznej miasta. Zmiany w obszarze usług turystycznych, jako czynnika wpływającego na zrównoważony rozwój turystyki, ukazała P. Kaniewska w tekście „Czynniki sukcesu eventu na przykładzie Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie”. Natomiast druga z laureatek konkursu na najlepszą pracę magisterską z obszaru turystyki - K. Gromadzka przybliżyła Zamość jako miasto idealne, gdzie dokonała charakterystyki wybranych zabytków. Ponadto numer jest uzupełniony o „Informację dla przedsiębiorcy” zawierającą opis źródeł finansowania na rzecz turystyki w ramach Funduszy Unijnych, w tym KPO (Krajowego Programu Odbudowy). Zachęcam Państwa do uważnej lektury.

Dr Dominik Borek

² <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2023/official-messages#unwtsg>

³ <https://eur-lex.europa.eu/PL/legal-content/summary/agenda-for-a-sustainable-and-competitive-european-tourism.html>

⁴ http://publications.europa.eu/resource/cellar/39e5735f-8ddd-40a7-b4a1-3b0209ef14a3.0020.02/DOC_1

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-5.

Działania na rzecz dostępności atrakcji turystycznych w Krakowie dla osób z niepełnosprawnościami jako element zrównoważonej polityki turystycznej miasta

Actions to ensure the accessibility of tourist attractions in Krakow for people with disabilities as an element of the city's sustainable tourism policy

dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. AWF, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie⁵

dr Katarzyna Gmyrek, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie⁶

lic. Klaudia Chwaja, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie⁷

lic. Kamila Camona, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie⁸

Abstract: *The aim of the article is to assess the accessibility for people with disabilities of flagship tourist attractions located in Krakow, a city with a rich historical heritage, awarded the Access City Award already in 2010. The city pursues a policy of sustainable tourism, which includes shaping the accessibility of urban space for residents and tourists. The conducted research shows to what extent Krakow's attractions are adapted to accommodate visitors with various types of disabilities. The accessibility of 25 attractions (tourist routes, museums, religious buildings and others) was examined using a semi-structured questionnaire of interviews with attraction administrators and the results of a site visit of people testing accessibility. The results of the study are presented in a tabular form using a rating scale from 0 to 3 to illustrate the degree of accessibility of attractions. It also describes the activities undertaken by local authorities aimed at creating the availability of infrastructure and services for everyone, including tourism and recreation.*

Abstrakt: *Celem artykułu jest ocena dostępności dla osób z niepełnosprawnościami flagowych atrakcji turystycznych zlokalizowanych w Krakowie, mieście o bogatym dziedzictwie historycznym, wyróżnionym tytułem Access City Award już w 2010 r. Miasto prowadzi politykę zrównoważonej turystyki, elementem której jest kształtowanie dostępności przestrzeni miejskiej dla mieszkańców i turystów. Przeprowadzone badania pokazują w jakim stopniu atrakcje Krakowa są przystosowane*

do przyjęcia odwiedzających z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. Zbadano dostępność 25 atrakcji (tras turystycznych, muzeów, obiektów sakralnych i innych) wykorzystując semistrukturalny kwestionariusz wywiadu z gestorami atrakcji oraz wyniki wizji lokalnej osób testujących dostępność latem 2023 r. Wyniki badań przedstawiono w formie tabelarycznej z wykorzystaniem skali ocen od 0 do 3 do ilustracji stopnia dostępności atrakcji. Opisano również podejmowane przez władze samorządowe działania mające na celu kreowanie dostępności infrastruktury i usług dla wszystkich, w tym dla uprawiania turystyki i rekreacji.

Słowa kluczowe: Kraków, dostępność, atrakcje turystyczne, osoby z niepełnosprawnościami,

Keywords: Krakow, accessibility, tourist attractions, person with lack of accessibility
JEL H13, Z3

Wprowadzenie

Promowanie włączenia społecznego, przeciwdziałanie dyskryminacji oraz integracja społeczna są jednym z celów zrównoważonego rozwoju, sformułowanego przez Organizację Narodów Zjednoczonych (UNDP 2016). W odniesieniu do turystyki to włączenie zawarte jest w pojęciu turystyki inkluzywnej, która koncentruje się na trzech aspektach turystyki zrównoważonej: gospodarce, w której korzyści ekonomiczne rozwoju turystyki powinny być dobrze rozdzielone wśród zmarginalizowanych społeczności; zaangażowaniu społeczności w planowanie rozwoju turystyki oraz etycznych działaniach związanych z produkcją i konsumpcją (Scheyvens i Biddulph 2018, Bakker i inn. 2020).

Realna inkluzywna turystyka nie jest możliwa bez współpracy wszystkich interesariuszy, takich jak stowarzyszenia osób z niepełnosprawnościami, touroperatorzy, menedżerowie hoteli, piloci wycieczek oraz lokalni przewodnicy turystyczni. Zarówno podczas podróży, jak i radzenia sobie w codziennym życiu zawsze chodzi o najwyższy stopień niezależności i samostanowienia. Dla osób dotkniętych niepełnosprawnością jak i opiekunów ich podróży, oferty bez barier są warunkiem koniecznym, aby w ogóle móc zaplanować i przeprowadzić podróż. Dzieci, osoby starsze, osoby czasowo niepełnosprawne, a ostatecznie my wszyscy, również korzystamy z udogodnień kierowanych do beneficjentów turystyki dostępnej (Steinbauer 2019, Załuska i inn. 2022). W tym celu powinno się prowadzić,

⁵ zygmun.kruczek@awf.krakow.pl

⁶ katarzyna.gmyrek@awf.krakow.pl

⁷ 50284@student.awf.krakow.pl

⁸ 52664@student.awf.krakow.pl

zgodnie z wytycznymi UNESCAP, tzw. „projektowanie uniwersalne”, które polega na kształtowaniu otoczenia, produktów i usług tak, aby każdy na równych prawach mógł uczestniczyć w działaniach społecznych. „Design for All” jest zarówno filozofią, jak i strategią planowania, której celem jest zrównoważona dostępność dla wszystkich ludzi (UNESCAP 2009).

Przygotowanie branży turystycznej do świadczenia usług na rzecz osób z niepełnosprawnościami posiada istotny aspekt społeczny pozwalający na włączenie tej grupy docelowej do społeczności, a także aspekt ekonomiczny, ponieważ osoby z niepełnosprawnościami należą do rosnącej grupy docelowej, ale wciąż są mało rozpoznawalne przez tę branżę (Załoska, Kwiatkowska-Ciotucha, Grześkowiak, 2022).

Celem artykułu jest ocena dostępności dla osób z niepełnosprawnościami flagowych atrakcji turystycznych zlokalizowanych w Krakowie, mieście o bogatym dziedzictwie historycznym, wyróżnionym tytułem Access City Award już w 2010 roku. Miasto zasłużyło na ten tytuł dzięki podejmowaniu wysiłków mających na celu zwiększenie dostępności przestrzeni publicznej w bardzo trudnym otoczeniu, charakteryzującym się niedostępną infrastrukturą, zwłaszcza dzięki przywiązywaniu szczególnego znaczenia do udostępniania zabytków i muzeów (European Commission, 2011).

Kraków na początku XXI w. stał się ważnym ośrodkiem turystycznym o znaczeniu międzynarodowym. Zarówno bogactwo jak i różnorodność jego walorów kulturowych, potencjał ośrodka akademickiego, bogata oferta imprez kulturalnych oraz dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna są czynnikami, które kształtują przewagę konkurencyjną miasta na międzynarodowym rynku turystycznym (Kruczek, Szromek 2020).

Kraków posiada jeden z najbogatszych zespołów architektoniczno-urbanistycznych w Europie Środkowej, w którym liczba obiektów zabytkowych przekracza 5 tys. Najbardziej atrakcyjną turystycznie dzielnicą Krakowa jest Stare Miasto, jej punktem centralnym jest Rynek Główny – największy tego typu plac w Europie, który wraz z charakterystycznymi budowlami tworzy jedną z najbardziej znanych scenarii miejskich w Polsce.

Obecnie Kraków jest rozpoznawalną na świecie marką turystyczną Polski, w 2019 r. liczba odwiedzających to miasto przekroczyła 14 mln (Kruczek, Mazanek 2019). W 2023 r., po kryzysie w turystyce spowodowanym pandemią i wojną na Ukrainie odnotowano liczbę 9,4 mln

odwiedzających. Kraków prowadzi politykę zrównoważonej turystyki, elementem której jest kształtowanie dostępności przestrzeni miejskiej dla mieszkańców i turystów (Walas, red. 2021).

Przegląd literatury

Wśród osób podejmujących aktywności turystyczne mamy szeroką grupę klientów będących osobami ze szczególnymi potrzebami, czyli takich, „które ze względu na swoje cechy albo okoliczności, w których się znajdują, muszą podjąć dodatkowe działania w celu przezwyciężenia barier uniemożliwiających lub utrudniających im udział w różnych sferach życia na równi z innymi osobami” (*Ustawa o zapewnianiu dostępności...* 2019). Są to więc nie tylko osoby z niepełnosprawnościami, ale również inne osoby niesamodzielne, seniorzy, rodzice z dziećmi w wózkach, osoby ze szczególnymi potrzebami dietetycznymi itp.

W niniejszym artykule badania skupione są przede wszystkim na ocenie dostępności wybranych atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami ruchowymi, słuchowymi i wzrokowymi, co nie oznacza, że z udogodnień dedykowanych tym grupom odbiorców, nie skorzystają inni beneficjenci ze szczególnymi potrzebami.

Turystyka dostępna to taka forma turystyki, która wymaga współpracy między interesariuszami w celu umożliwienia osobom z różnymi wymaganiami – związanymi z mobilnością, wzrokiem, słuchem i wymiarem poznawczym – samodzielnego, godnego funkcjonowania. Taka współpraca polega na dostarczeniu uniwersalnie zaprojektowanych produktów turystycznych i usług oraz zapewnieniu uniwersalnie zaprojektowanego dostępu do przestrzeni (Buhalis, Darcy, 2011; Zajadacz 2015).

Zgodnie z europejską strategią w sprawie niepełnosprawności 2010–2020 „dostępność” oznacza fakt, że osoby z niepełnosprawnością mogą korzystać, na równych prawach z innymi, ze środowiska fizycznego, transportu, technologii i systemów informacyjno-komunikacyjnych oraz pozostałych obiektów i usług (*Europejska Strategia*, 2010).

Badania nad turystyką dostępną dotyczą różnych powiązanych ze sobą aspektów związanych z podróżowaniem, z których część związana jest z transportem (Park, Chowdhury, 2018), dostępnością bazy noclegowej (Darcy, 2010) oraz atrakcji turystycznych (Kahtani, Xia, Veenendaal 2011, Jamaludin Kadir, 2012). Opisywano dostępność atrakcji turystycznych znajdujących

się na popularnych trasach turystycznych w całym, kraju, np. w Polsce (Francuz, Calińska-Rogała 2019) lub w miastach historycznych (Duda-Seifert, Zajączkowski 2011). W odniesieniu do Krakowa już w latach 90-tych ubiegłego wieku przeprowadzono badania dostępności walorów krajoznawczych i bazy hotelowej dla turystów niepełnosprawnych (Kruczek, Stanisławczyk 1994) na podstawie których opracowano informator dla zwiedzających Kraków osób z niepełnosprawnością narządów ruchu⁹.

Dostępność miejsc i atrakcji turystycznych w Hiszpanii prezentują w swoich pracach Rucci and Porto (2022) oraz Santana i in. (2022), a Espinosa i Bonmatí (2013) opracowali oni manual dostępności muzeów oraz obiektów wpisanych na listę światowego dziedzictwa UNESCO. W Polsce analizowano dostępność dla osób z niepełnosprawnościami infrastruktury turystycznej (Śledzińska 2011) oraz obiektów i ofert turystycznych w Krakowie (Popiel 2017). Zbadano również dostępność muzeum Krakowa dla różnych grup osób z niepełnosprawnościami (Kruczek, Gmyrek, Żiżka, Korbiel i Nowak 2024).

Turystyka osób z niepełnosprawnościami to rozwijający się segment rynku, który ma co najmniej dwie zalety, z jednej strony prowadzi do włączenia społecznego, z drugiej zaś zwiększa konkurencyjność destynacji turystycznych i przynosi dobre wyniki finansowe dla sektora turystycznego (Luiza 2010).

Zgodnie z definicją zawartą w Konwencji ONZ (z dnia 13 grudnia 2006 roku) osoby z niepełnosprawnościami to takie, „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 osobami”.

Opierając się na danych Eurostatu, w 2022 r., 27% mieszkańców Unii Europejskiej powyżej 16 lat miało jakąś formę niepełnosprawności, co daje ok. 101 mln. osób (czyli 1 osobę na 4 mieszkańców). Wyraźnie zauważalny jest wzrost niepełnosprawności wraz z wiekiem, szacuje się, że wśród osób powyżej 65 roku życia, 52,2% stanowią osoby z

różnymi dysfunkcjami (www.consilium.europa.eu/pl/infographics/disability-eu-facts-figures/, dostęp 22.02.2024). Trendy demograficzne wskazują na starzenie się społeczeństw w Europie, dlatego segment osób z niepełnosprawnościami rośnie, istotne jest więc podejmowanie konkretnych działań na rzecz dostępności oferty turystycznej.

W Polsce wg danych GUS (2022) 2,3 mln (tj. 6%) stanowią osoby z niepełnosprawnościami, natomiast Eurostat podaje dla roku 2014 liczbę 7,7 mln osób, tj. 20%. Znaczna różnica między danymi Eurostatu (7,7 mln tj. 20%) i GUS odnośnie liczby osób z niepełnosprawnościami, wynika zapewne z odmiennej metodologii zaliczania do tej grupy osób¹⁰. Definiowanie i orzecznictwo o niepełnosprawności oraz stanie zdrowia w poszczególnych państwach członkowskich Unii Europejskiej nie jest bowiem ujednoczone, co m.in. uniemożliwia zachowanie porównywalności przeprowadzonych badań nad ww. problematyką w skali międzynarodowej (Szlubowska 2023).

Dziś osoby z niepełnosprawnością i starsze stanowią ponad 30% potencjalnych klientów organizatorów turystyki, biur podróży i punktów informacji turystycznej, a w ciągu niespełna 30 lat mogą stać się co drugim podróżnym, uczestnikiem wycieczki lub osobą szukającą informacji (Kowalski, 2023).

Dla organizatorów turystyki istotne jest również to, że osoby z niepełnosprawnościami podróżują często poza sezonem, z co najmniej jedną osobą towarzyszącą i są gotowe ponieść znaczne wydatki w związku z wyjazdem. Turystyka osób z niepełnosprawnościami wymaga jednak tworzenia specjalnej oferty, sprofilowanej dla odmiennych rodzajów niepełnosprawności oraz dostępności atrakcji, obiektów noclegowych i infrastruktury w regionach recepcyjnych. Przykładem analizy dostępu dla osób niepełnosprawnych w skali lokalnej jest opracowanie dostępności ofert turystycznych na półwyspie Istria w Chorwacji (Popovic, Slivar, Gonan-Božac 2022).

Okres pandemii COVID-19 pokazał, że wykorzystanie nowoczesnych technologii mogłoby skutecznie zwiększyć dostępność atrakcji turystycznych, a zwłaszcza obiektów muzealnych dla osób z niepełnosprawnością poznawczą lub

⁹ Zwiedzamy Kraków. Informator dla osób niepełnosprawnych z dysfunkcją narządów ruchu. Autorzy: Zygmunt Kruczek, Katarzyna Stanisławczyk, Krakowski Ośrodek Informacji Turystycznej, Kraków 1991.

¹⁰ Według wyników Europejskiego Ankietowego Badania Zdrowia (European Health Interview Survey – EHIS) w 2014 roku w Polsce było 7,7 mln osób niepełnosprawnych biologicznie, tj. osób, które zadeklarowały ograniczoną zdolność wykonywania czynności jakie ludzie

zwykle wykonują (zgodnie z jednolitą dla UE definicją zastosowaną w badaniu uwzględniono zarówno poważne jak i mniej poważne ograniczenia, powodujące niemożność wykonywania ww. czynności, przez okres co najmniej ostatnich 6 miesięcy). Wśród nich było 2 464,8 tys. z poważnymi ograniczeniami sprawności i 5 225 tys. osób z mniej poważnymi ograniczeniami.
<https://niepelnosprawni.gov.pl/index.php?c=page&id=78&print=1>

sensoryczną. Smartfony z audio deskrypcją i możliwością bezpośredniego tłumaczenia tekstów na języki migowe czy narzędzia komunikacji online to tylko kilka przykładów zastosowań technologii dla zwiększenia dostępności (Załużska, Kwiatkowska-Ciotucha, Grześkowiak 2022). Rozwiązania te znalazły zastosowanie przede wszystkim w muzeach, które w czasie pandemii ze względu na restrykcje sanitarne były przeważnie zamknięte (Kruczek, Nowak 2023). Jednakże, jak dowodzą badania Łukasza Gawła przeprowadzone w czasie pandemii w polskich muzeach, mimo bogatej oferty cyfrowej polskich muzeów, odwiedzający preferują powrót do „prawdziwego muzeum”. I choć liczne rozwiązania technologiczne, które wcześniej nie były stosowane, zostały na stałe wprowadzone do praktyki działalności muzeum, reakcja odbiorców po lockdownie jest jasna – chcą cieszyć się tradycyjnymi formami uczestnictwa w kulturze, ceniąc sobie przede wszystkim możliwość osobistego kontaktu z oryginalnym dziełem sztuki w galerii muzealnej (Gawel 2023).

Turystyka dla wszystkich w polskich aktach prawnych i strategiach rozwoju Krakowa

Problematyka turystyki dostępnej dla osób z niepełnosprawnościami pojawia się w różnych aktach prawnych, deklaracjach, konwencjach oraz strategiach. Konwencja ONZ o prawach osób z niepełnosprawnościami z 13 grudnia 2006 roku (Konwencja 2012) jest podstawą do tworzenia innych aktów, jak np. w Polsce ustawy o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami z dnia 19 lipca 2019 roku (*Ustawa o zapewnieniu dostępności...* 2019).

W kontekście ogólnopolskich dokumentów strategicznych, należy wspomnieć o obowiązującej Strategii na rzecz Osób z Niepełnosprawnościami 2021-2030, której celem jest włączenie osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami w życie społeczne i zawodowe, a tym samym zagwarantowanie im praw określonych w Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych (Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych 13 grudnia 2006 roku). Działania wskazane w ramach poszczególnych obszarów umożliwią osobom z niepełnosprawnościami niezależne życie i pełny udział we wszystkich jego sferach, zapewniając im funkcjonowanie w społeczeństwie na zasadzie równości z innymi osobami (www.niepelnosprawni.gov.pl).

W Polsce obowiązuje również Ogólnopolski Program Dostępność Plus 2018-2025 (Program Rządowy

2018), duży nacisk kładzie się na rozwój turystyki osób ze szczególnymi potrzebami, podkreśla się wręcz, że powinno to być priorytetowe działanie organizatorów turystyki, biur podróży i punktów informacji turystycznej.

Zapewnienie osobom o szczególnych potrzebach możliwości udziału w rekreacji i wypoczynku na zasadzie równości z innymi osobami, przedstawiono szczegółowo w „Działaniu nr 26”. Program ogólnopolski oparty o zasadę solidarności społecznej zakłada, że każdy powinien mieć możliwość niezależnego i samodzielnego korzystania z atrakcji turystycznych, w tym celu powinno się zapewnić dostępność wejść, swobodnego poruszania się wewnątrz obiektu oraz kształtować przyjazne i funkcjonalne otoczenie placówki lub miejsca. Osoby ze szczególnymi potrzebami powinny mieć możliwość bezproblemowego dostępu do informacji np. w punktach informacji turystycznej, na stronach internetowych, czy w przewodnikach, dostępu do transportu, infrastruktury sportowej, turystyczno-rekreacyjnej, gastronomicznej, noclegowej i sanitarnej, dostosowanej do ich indywidualnych potrzeb. Program zwraca uwagę na konieczność tworzenia i dofinansowywania programów turystyki społecznej osób ze szczególnymi potrzebami, a także na promocję turystyki aktywnej osób z niepełnosprawnościami (*Program Rządowy 2018*).

Program Dostępność Plus na lata 2018-2025 wspiera 8 obszarów: architekturę, transport, edukację, służbę zdrowia, cyfryzację, usługi, konkurencyjność i koordynację. W kontekście dostępności atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami, warto zwrócić uwagę na działania w obszarze architektury - planuje się uproszczenie i poprawę jakości rozwiązań legislacyjnych w zakresie procesu inwestycyjno-budowlanego; wprowadzenie wymogów, w zakresie dostępności budynków, do prawa budowlanego przy budowaniu i dostosowywaniu budynków bez barier. W obszarze transportu to m.in. przebudowa i remont obiektów transportu zbiorowego z uwzględnieniem wymogów dostępności, a także przeszkolenie pracowników sektora transportowego w zakresie obsługi osób ze szczególnymi potrzebami.

Ważnym elementem jest również dostępność cyfrowa, która opiera się m.in. na digitalizacji treści multimedialnych z zakresu kultury. Warto przy tym punkcie również wspomnieć o tzw. Deklaracji Dostępności, do posiadania której zobligowane są podmioty publiczne (np. muzea), a która opisuje dostępność obiektu dla osób z

niepełnosprawnościami; informuje te osoby o rozwiązaniach, ale też problemach, jakie spotkają na stronie internetowej, w aplikacji mobilnej i budynkach danego podmiotu publicznego (*Ustawa o dostępności cyfrowej...* 2019).

W Programie Dostępność Plus (na lata 2018-2025) obszarem związanym z turystyką są także usługi, w ramach których jest m.in. tworzenie sportu, turystyki i rekreacji bez barier poprzez wdrażanie nowych modeli dostępności np. na obszarach cennych przyrodniczo; udostępnianie obiektów noclegowych dla osób z niepełnosprawnościami oraz szlaków turystycznych.

Wytyczne, które wskazane zostały w ogólnopolskich programach, mają swoje odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych na niższych szczeblach planowania. W odniesieniu do Krakowa, należy wymienić Strategię Rozwoju Krakowa 2030 (z dnia 7 lutego 2018 roku) w której podkreślone jest znaczenie działań na rzecz dostępności atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami (Tu chcę żyć 2018). Działania te mają być realizowane zarówno w sferze dostosowania samych obiektów dla osób z niepełnosprawnościami, jak również ich dostępności w przestrzeni miejskiej (tab. 1). Każdemu działaniu przypisane są konkretne programy i projekty strategiczne.

Tab. 1. Wybrane działania związane z udostępnianiem atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami w Strategii Rozwoju Krakowa 2030

Działanie	Planowane działania i aktywności
Wysokie kompetencje kulturalne mieszkańców (3.2.)	Zlikwidowanie barier i zapewnienie zrównoważonego dostępu mieszkańcom z grup zagrożonych wykluczeniem
Powszechnie dostępna wysokiej jakości przestrzeń publiczna (4.1.)	Przeciwdziałanie w tworzeniu barier architektonicznych w przestrzeni publicznej, wykluczających osoby z niepełnosprawnością ruchową, wzrokową i słuchową.
Przyjazny mieszkańcom efektywny i ekologiczny system transportowy (4.4.)	Promowanie modelu współużytkowania samochodów i rowerów oraz wprowadzanie rozwiązań komunikacyjnych dla osób o obniżonej mobilności – osoby z niepełnosprawnością, starsze, z dziećmi
Wysoki poziom partycypacji społecznej mieszkańców (5.1.)	Zapewnienie lepszej integracji osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym poprzez organizowanie placówek dla dzieci, młodzieży, osób starszych i z niepełnosprawnościami
Spójność społeczna (5.3)	Prowadzenie cyklicznych programów aktywizujących rodziny z dziećmi, w oparciu o centra kultury, biblioteki, muzea i inne przestrzenie wielofunkcyjne. Rozwijanie i dostosowywanie usług, infrastruktury technicznej i systemów informacji do osób starszych. Wspieranie cudzoziemców i migrantów w asymilacji i funkcjonowaniu w mieście

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Tu chcę żyć. Kraków 2030 - Strategia Rozwoju Krakowa* – Urząd Miasta Krakowa, Kraków 2018

W procesie udostępniania atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami warto zwrócić uwagę na to, że przystosowywanie to odbywa się na różnych płaszczyznach, z jednej strony poprzez przystosowanie architektoniczne obiektów i przestrzeni, z drugiej zaś poprzez aktywizację i różnego rodzaju programy, które mają zmotywować do uczestniczenia w różnych wydarzeniach.

Oprócz Strategii Rozwoju Krakowa 2030, realizowane są w Krakowie inne programy, które podejmują, nie zawsze bezpośrednio, problem przystosowania przestrzeni turystycznej dla potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Należy tu wymienić Powiatowy Program Działania na Rzecz Osób z Niepełnosprawnościami na lata 2023-2027 (Uchwała nr CXII/3043/23 Rady Miasta Krakowa z dnia 14 czerwca 2023). Jest to dokument obligatoryjny, a jego celem jest zapewnienie warunków do możliwie pełnego funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami w Gminie Miejskiej Kraków. Program obejmuje możliwie wszystkie obszary aktywności i funkcjonowania osób z niepełnosprawnościami.

Cel operacyjny 4, zakłada przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu osób z niepełnosprawnościami, wśród szeregu działań związanych z dofinansowaniem uczestnictwa osób z niepełnosprawnościami w różnego rodzaju wyjazdach/ turnusach rehabilitacyjnych, warsztatach itp.; zwrócono uwagę na konieczność likwidacji barier architektonicznych w przestrzeni publicznej, zwiększenie dostępności komunikacyjnej poprzez zakupienie lub dostosowanie środków transportu dla potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami oraz dofinansowanie dla nich sportu, kultury, turystyki i rekreacji.

W Krakowie funkcjonują również pomniejsze inicjatywy, które mają za zadanie uniknąć wykluczenia społecznego w sferze dostępności atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami; warto tu wspomnieć o *Krakowskiej Karcie Rodziny z Niepełnosprawnym Dzieckiem*, wydawanej w ramach Programu Kraków dla Rodziny „N”, który to program gwarantuje wiele zniżek, ulg, m.in. uprawnia do darmowych przejazdów komunikacją miejską, zniżek na bilety wstępu do krakowskich teatrów, muzeów, ZOO i innych miejskich instytucji kultury i sportu. Do potrzeb osób z niepełnosprawnościami dostosowywana jest też komunikacja miejska: wszystkie miejskie autobusy są obecnie niskopodłogowe, podobnie 60 proc. tramwajów. Likwidowane są także bariery architektoniczne (Kraków 2024).

Od kilku lat Urząd Miasta Krakowa wydaje „Krakowski Informator dla Osób Niepełnosprawnych” oraz „Przewodnik po Krakowie dla turysty z niepełnosprawnością” (Kapusta 2018).

Dostępność atrakcji turystycznych Krakowa dla osób z niepełnosprawnościami. Metody badań

Celem podjętych badań jest ocena dostępności dla osób z niepełnosprawnościami atrakcji zlokalizowanych w Krakowie. Do badań wybrano 25 atrakcji, które możemy uważać za tzw. atrakcje flagowe lub kultowe¹¹. Dobór atrakcji był celowy, wybrano atrakcje zlokalizowane wzdłuż podstawowego traktu turystycznego jakim jest Droga Królewska, a także najczęściej odwiedzane muzea, atrakcje plenerowe, obiekty sakralne oraz widowiskowo-sportowe i rekreacyjne. Przeprowadzone badania mają pokazać, w jakim stopniu są one przystosowane do przyjęcia odwiedzających z ograniczoną mobilnością ruchową oraz z upośledzeniem wzroku i słuchu (osoby niedowidzące i niewidome oraz osoby niedosłyszące i głuche).

Aby odpowiedzieć na to pytanie dokonano weryfikacji informacji zawartych w publikacji „Przewodnik po Krakowie dla turysty z niepełnosprawnością” (2018) w oparciu o badania terenowe oraz wywiady ustne, jawne z gestorami wybranych 25 atrakcji z wykorzystaniem ustrukturyzowanego kwestionariusza. Kwestionariusz zawierał m.in. pytania o obecność udogodnień w obiekcie dla poszczególnych grup niepełnosprawności, dostęp do informacji, zatrudnianie osób przygotowanych do obsługi osób z dysfunkcjami. Badania prowadzono w II i III kwartale 2023 r. Zebrany materiał pozwolił na określenie w jakim stopniu wybrane atrakcje są przystosowane dla osób ze szczególnymi potrzebami.

Do oceny stopnia dostępności poszczególnych atrakcji Krakowa, została zastosowana metoda bonitacji punktowej, która polegała na przyjęciu skali bonitacyjnej, określającej związek pomiędzy jakością badanej cechy, a przypisaną jej liczbą punktów. Metoda ta jest często używana do porównania stopnia atrakcyjności regionów turystycznych oraz oceny walorów i atrakcji (Cabaj, Kruczek 2010). Przyjęto punktację od 0 do 3 punktów, gdzie 0 oznaczało obiekt zupełnie nieprzystosowany dla osób z niepełnosprawnościami ruchowymi, słuchowymi lub

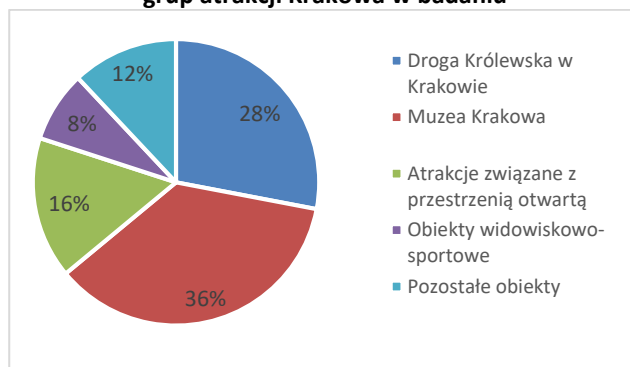
wzrokowymi, a 3 - obiekt w pełni dostosowany dla osób z badanymi dysfunkcjami.

Zastosowano zatem autorską ocenę w skali rangowej. Podczas oceny dostępności poszczególnych atrakcji Krakowa, dla wyróżnionych trzech rodzajów niepełnosprawności, brano pod uwagę takie kryteria jak: liczba i rodzaj udogodnień w obiektach, wyznaczenie specjalnych miejsc parkingowych, przeszkolenie personelu w zakresie obsługi i udzielania pomocy osobom ze specjalnymi potrzebami, fakt zatrudnienia osób z dysfunkcjami oraz umieszczenie deklaracji dostępności obiektów na stronie internetowej. Następnie, na podstawie ocen częściowych dokonano oceny każdej atrakcji.

Wyniki badań

Wśród badanych atrakcji najliczniejszą grupę, bo 36% stanowiły muzea krakowskie oraz atrakcje wchodzące w skład głównego traktu turystycznego Krakowa jakim jest Droga Królewska (28%). Analizowano również atrakcje związane z przestrzenią otwartą (16%), obiekty widowiskowo-sportowe (8%) oraz inne (12%) (ryc.1).

Ryc. 1. Udział poszczególnych grup atrakcji Krakowa w badaniu



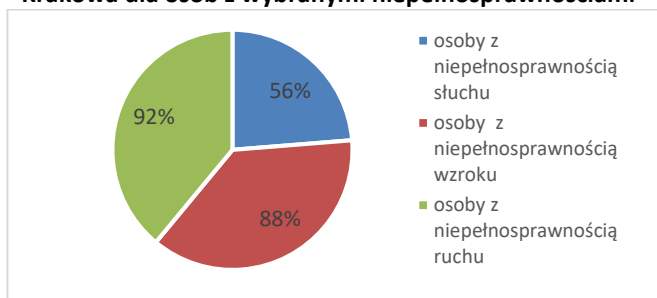
Źródło: opracowanie własne

Wyniki wywiadów zaprezentowane na rycinie 2 wskazują, że 92% spośród badanych obiektów posiada pewne udogodnienia z myślą o osobach z niepełnosprawnością ruchu, 84% obiektów może gościć osoby niepełnosprawne wzrokowo, natomiast osoby z dysfunkcją narządu słuchu znajdują udogodnienia w 60% obiektów. Należy jednak pamiętać, że sam fakt posiadania pewnych elementów przystosowawczych nie jest tożsamy z możliwością pełnego i komfortowego zapoznania się z ofertą danej atrakcji.

¹¹ Atrakcje flagowe (flagship) są rozumiane jako najlepsze, najważniejsze, przypisuje się im międzynarodowe znaczenie, duże rozmiary i znaczne efekty ekonomiczne. Atrakcje kultowe (icons) to obiekty reprezentatywne,

stanowiące symbol dziedzictwa kulturowego, godne podziwu (Leask, Fyall 2006, Kruczek 2011).

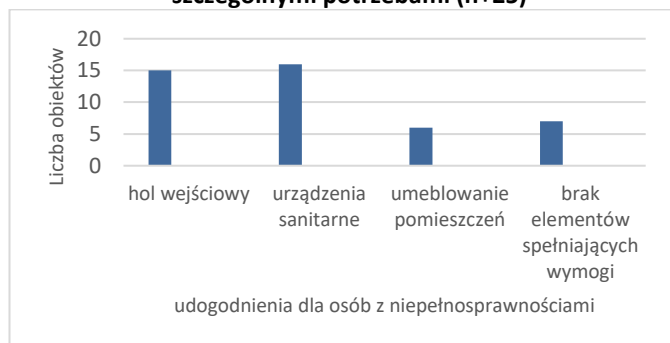
Ryc. 2. Odsetek przystosowania badanych atrakcji Krakowa dla osób z wybranymi niepełnosprawnościami



Źródło: opracowanie własne

Respondenci wskazali, które elementy obiektów spełniają wymogi dla osób ze szczególnymi potrzebami (ryc. 3). Najczęściej, bo aż 16 razy wymieniono urządzenia sanitarne (np. toaleta przystosowana dla wózków inwalidzkich, poręcz, składane lustro, umywalka z kranem dźwigniowym), podobnie, bo 15-to krotnie zaznaczono hol wejściowy (np. drzwi, windy, podnośniki). Umeblowanie pomieszczeń (np. podjazd do stołu, wyłączniki światła na odpowiedniej wysokości, sygnalizacja wywoławcza) spełnia wymogi w 6-ciu obiektach, a 7 razy stwierdzono, że żadne spośród wymienionych elementów obiektu nie jest odpowiednio przygotowane.

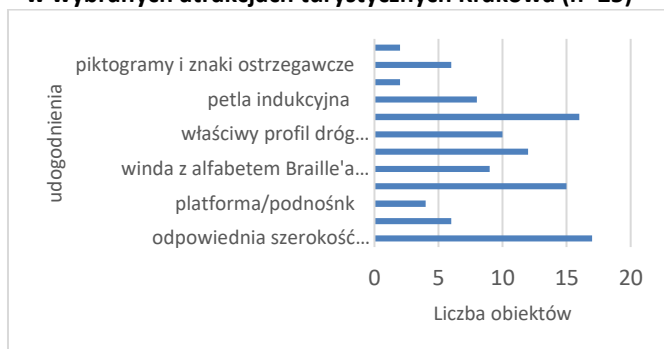
Ryc. 3. Elementy wybranych atrakcji turystycznych Krakowa, które spełniają wymogi dla osób ze szczególnymi potrzebami (n=25)



Źródło: opracowanie własne

Dostępność atrakcji turystycznych uzależniona jest od udogodnień, które znajdują się na ich terenie. Jak wynika z ryciny 4 często można spotkać odpowiednią szerokość korytarzy i drzwi oraz właściwy profil dróg komunikacyjnych w obiekcie.

Ryc. 4. Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami w wybranych atrakcjach turystycznych Krakowa (n=25)



Źródło: opracowanie własne

Wiele atrakcji posiada rampy dojazdowe, przystosowane windy, opisy w alfabecie Braille'a, czy pętle indukcyjne. Nieco rzadziej możemy zauważyć piktogramy i znaki ostrzegawcze, obniżone lamy, platformy i podnośniki oraz drzwi automatycznie otwierane.

Należy podkreślić, że zaledwie 10 spośród badanych obiektów (tj. 40%) ma wyznaczone miejsce parkingowe dla osób z niepełnosprawnością fizyczną. Na pytanie „Czy obiekt jest przystosowany dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich?” dla 16 obiektów (64%) udzielono odpowiedzi, że umożliwiają pełną dostępność w tym zakresie, częściowo jest przygotowanych 7 atrakcji (28%). W każdym obiekcie zwiedzającym może towarzyszyć pies asystujący. Zadawalający jest również fakt, że w 92% przypadków wymieniono personel przeszkolony w zakresie obsługi osób o szczególnych potrzebach. Niestety tylko w przypadku 28% więcej niż połowa wszystkich pracowników przeszła przeszkolenie w zakresie udzielenia pierwszej pomocy tym grupom osób. Przeprowadzone badania ukazały także, że 6 obiektów zatrudnia osoby z pewnymi dysfunkcjami.

Ocena dostępności obiektów dla osób z niepełnosprawnościami

W tabeli 2 zawarto wyniki oceny stopnia wybranych atrakcji turystycznych Krakowa dla 3 podstawowych grup osób z niepełnosprawnościami (ruchu, wzroku, słuchu). Oceny przedstawiono w skali od 0 (brak dostępności) do 3 (pełna dostępność). Analizowane atrakcje pogrupowano wg ich rodzajów: Droga Królewska i obiekty znajdujące się na tym trakcie, muzea, atrakcje otwartej przestrzeni, obiekty widowiskowo-sportowe i pozostałe.

Tab. 1. Stopień przystosowania wybranych atrakcji Krakowa dla osób z niepełnosprawnościami

Lp.	Nazwa atrakcji	Ocena przystosowania atrakcji dla osób z niepełnosprawnością w skali 0-3		
		Ruchu	wzroku	słuchu
Droga Królewska w Krakowie		1,6	1,4	0,7
1.	Barbakan (oddział Muzeum Krakowa)	1	1	1
2.	Mury Obronne (oddział Muzeum Krakowa)	0	1	1
3.	Kościół Mariacki	2	1	0
4.	Sukiennice na Rynku Głównym	3	2	0
5.	Rynek Podziemny (oddział Muzeum Krakowa)	2	2	1
6.	Katedra na Wawelu	1	1	0
7.	Zamek Królewski na Wawelu	2	2	2
Muzea Krakowa		2,3	2	1,8
8.	Muzeum Narodowe w Krakowie - Gmach Główny	3	2	2
9.	Muzeum Książąt Czartoryskich (oddział Muzeum Narodowego w Krakowie)	3	3	3
10.	Pałac Krzysztofora (oddział Muzeum Krakowa)	3	2	2
11.	Fabryka Emalia Oskara Schindlera (oddział Muzeum Krakowa)	2	2	2
12.	Stara Synagoga (oddział Muzeum Krakowa)	0	1	1
13.	Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie	2	2	0
14.	Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie MOCAK	3	2	2
15.	Muzeum Lotnictwa Polskiego	3	3	3
16.	Trasa Turystyczna i Muzeum Żup Krakowskich w Wieliczce	2	1	1
Atrakcje związane z przestrzenią otwartą		2,8	0,25	0
17.	Bulwary Wiślane	2	0	0
18.	Kopiec Kościuszki	3	1	0
19.	Rynek Główny w Krakowie	3	0	0
20.	Rynek Podgórski w Krakowie	3	0	0
Obiekty widowiskowo-sportowe		3	2	1,5
21.	Centrum Kongresowe ICE Kraków	3	2	1
22.	Tauron Arena	3	2	2
Pozostałe obiekty		2,7	1,3	0,7
23.	Ogród Doświadczeń im. Stanisława Lema	2	0	0
24.	Park Wodny w Krakowie S.A.	3	2	2
25.	Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach	3	2	0

Źródło: opracowanie własne

Droga Królewska

Siedem na dwadzieścia pięć przebadanych obiektów leży na trasie Drogi Królewskiej, która jest flagową atrakcją turystyczną Krakowa. Szlak ten nie dysponuje wyznaczonymi miejscami parkingowymi, dlatego turysta zmuszony jest samodzielnie szukać alternatywnego parkowania na terenie miasta. Możemy znaleźć informacje, że najbliższe miejsce dla osób niepełnosprawnych w strefie płatnego parkowania znajduje się przy ul. św. Marka 18, św. Marka 27 i przy pl. Świętego Ducha. W latach 2008-2010 władze Krakowa zadbały o to, aby w pobliżu poszczególnych punktów Drogi Królewskiej umieścić makietę, które prezentują niektóre zabytki i są opisane za pomocą alfabetu Braille'a. Inicjatywa ta jest adresowana głównie do osób z niepełnosprawnością wzroku. Jedną z takich makiet przedstawia Barbakan z murami obronnymi, od których zwiedzający najczęściej rozpoczynają przemierzanie historycznego traktu. O ile turysta poruszający się na wózku, mimo nierównej brukowanej nawierzchni jest w stanie odwiedzić dziedziniec Barbakanu, to nie ma już możliwości przemierzenia zachowanego fragmentu murów miejskich. W obu przypadkach istnieje możliwość skorzystania z pomocy tłumacza języka migowego. Pokonując ulicę Floriańską, zmierzamy w kierunku Kościoła Mariackiego, który także został przedstawiony na jednej z makiet. Osoby korzystające z wózków inwalidzkich powinny szukać wejścia od strony placu Mariackiego, gdzie znajduje się drewniana pochylnia obita dywanem. Ten obiekt sakralny nie jest przystosowany dla osób z dysfunkcją słuchu. Takiego dostosowania nie mają także Sukiennice, które z kolei są bardzo dobrze przygotowane na przyjęcie osób z problemami ruchowymi. Dysponują szatnią i toaletą przystosowaną do potrzeb tej grupy odwiedzających. Poziomy można pokonywać za pomocą windy, w której przyciski zostały opisane w alfabecie Braille'a. Windą można także zjechać do Rynku Podziemnego, który znajduje się 4 metry pod powierzchnią placu głównego. Obserwujemy tam odpowiednią aranżację wnętrza - płaskie powierzchnie, brak schodów i odpowiednią szerokość korytarzy. Niestety należy podkreślić, że osoby na wózkach mogą mieć problem z korzystaniem z multimediów, które są umieszczone nieco za wysoko. Na osoby z niepełnosprawnością wzroku czekają audio przewodniki, a niepełnosprawni słuchowo mają możliwość uzyskać pomoc ze strony tłumacza języka migowego. Na końcu trasy zwiedzania znajduje się toaleta dla osób niepełnosprawnych. Aby dotrzeć na Wzgórze Wawelskie najlepiej kierować się od strony dziedzińca

zewnętrznego, gdzie Centrum Promocji i Informacji udostępnia wjazd dla wózków. Na terenie wzgórza jest toaleta dla osób niepełnosprawnych. Mimo pomocy oferowanej przez obsługę, osoby z niepełnosprawnością ruchu mają utrudnione wejście do Katedry na Wawelu, gdzie wiodą strome schody, a w drzwiach jest próg. Wnętrze także przepiękne jest schodami i pojedynczymi stopniami, zatem zwiedzanie parteru świątyni jest możliwe, ale wyłącznie z pomocą silnego opiekuna. W Zamku Królewskim dostępna jest winda zewnętrzna, z której osoby niepełnosprawne mogą skorzystać wyłącznie w obecności pracownika obsługi. Kilka ekspozycji jest w całości lub części dostępnych dla tej grupy osób. W zamkowym Centrum Multimedialnym dokonano instalacji systemu nagłaśniania składającego się z głośników kierunkowych i pętli indukcyjnej, ekranów dotykowych, rzeźb i opisów alfabetem Braille'a, co znacznie ułatwia zwiedzanie osobom z niepełnosprawnością słuchu i wzroku. Ponadto całe Wzgórze Wawelskie zostało przedstawione na jednej z makiet.

Muzea Krakowa

Muzea są niewątpliwie jednym z największych bogactw Krakowa, dlatego w niniejszym opracowaniu znalazło się aż 9 pozycji z tej grupy. Jedno z lepszych przystosowań informacyjno-komunikacyjno-architektonicznych ma Muzeum Narodowe w Krakowie. Obiekt nie posiada własnego parkingu, ale można skorzystać z płatnego miejskiego miejsca postojowego dla osób niepełnosprawnych tuż przy wejściu do budynku. Osoby z niepełnosprawnością ruchu mogą poruszać się specjalnymi windami zewnętrznymi i wewnętrznymi, z wykorzystaniem platform oraz szyn. Muzeum Narodowe dysponuje przenośną pętlą indukcyjną. Gmach Główny Muzeum Narodowego jest prawie w całości dostępny dla osób z dysfunkcją ruchu. Są tam dwie duże toalety dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. W windzie znajdują się przyciski w alfabecie Braille'a, natomiast trudno doszukać się opisów eksponatów za pomocą tego alfabetu. Niewidzący i niedowidzący mogą skorzystać z audio przewodników i koszyków tyflograficznych, a osoby niesłyszące i niedosłyszące z pomocy tłumacza języka migowego. Jednym z oddziałów Muzeum Narodowego w Krakowie jest Muzeum Książąt Czartoryskich, które niedawno przeszło remont. Wszystkie poziomy Muzeum są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami narządów ruchu poprzez

obecność wind, odpowiednią szerokość korytarzy oraz dostępność toalet. Dla osób z niepełnosprawnością wzroku przygotowano audio przewodniki z audiodeskrypcją, ścieżki sensoryczne oraz opisy zabytków w piśmie Braille'a i powiększonym drukiem. Osoby z problemami słuchu mogą skorzystać z video przewodnika po wystawie w języku migowym.

Wśród oddziałów Muzeum Krakowa wyróżniono Pałac Krzysztofory, Fabrykę Emalia Oskara Schindlera oraz Starą Synagogę. Ta ostatnia uzyskała najniższe noty. Jako jedyna spośród przebadanych obiektów nie jest gotowa na przyjęcie osób z niepełnosprawnością ruchową. Nie posiada specjalnych miejsc parkingowych ani toalety dla osób z niepełnosprawnościami, a przepętniają ją bariery architektoniczne. Muzeum organizuje zajęcia dla osób niewidomych i niesłyszących. Każdy oddział Muzeum Krakowa można zwiedzić z tłumaczem języka migowego. W Pałacu Krzysztofory utrudnieniem dla zwiedzającego z dysfunkcją ruchu będzie przemieszczenie się z pozycji kas od strony Rynku Głównego, obejście całego budynku i wejście w bramę od ul. Szczepańskiej, gdzie ochrona otwiera drzwi z podjazdem. Dalej obiekt jest wolny od przeszkód architektonicznych i zapewnia dostęp do toalety. Między poziomami można poruszać się platformą dla wózków oraz windą z zapowiedziami głosowymi i przyciskami z alfabetem Braille'a. Na terenie Fabryki Emalia Oskara Schindlera brak jest miejsc parkingowych dla niepełnosprawnych. Na wystawy zlokalizowane na kilku kondygnacjach prowadzi wina z przyciskami w alfabecie Braille'a. Zapewniona jest odpowiednia szerokość korytarzy i drzwi oraz można skorzystać z toalety. Przygotowano specjalne ścieżki oraz aplikacje dla osób z dysfunkcją wzroku i słuchu.

Siedziba Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego wita zwiedzających progiem przy wejściu, ale dzięki obecności podjazdów i łatwo dostępnej windzie jest możliwość wjazdu na wózku. Dla osób niewidomych i niedowidzących są dostępne specjalne przewodniki oraz możliwość dotykania wybranych eksponatów. Występują opisy w alfabecie Braille'a oraz ogólnodostępne toalety dla osób na wózkach inwalidzkich.

Wiele przystosowań oferuje Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie MOC AK. Zadbano o montaż automatycznych drzwi wejściowych, brak progów, właściwy profil dróg, dwie toalety przystosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, windy oraz pochylnię. Przewidziano opcję wypożyczenia wózka inwalidzkiego.

W budynku nie ma oznaczeń w alfabecie Braille'a, ale jest możliwość zwiedzania Muzeum z przewodnikiem dla osób niewidomych i słabowidzących. W obiekcie znajdują się także katalogi w alfabecie Braille'a do niektórych wystaw, tyflografiki, dotykowe opracowania wybranych dzieł oraz audiodeskrypcje. Można skorzystać z aplikacji tłumacza języka migowego online, a ponadto w Muzeum znajdują się cztery pętle indukcyjne i większość materiałów audiowizualnych jest tłumaczona na polski język migowy.

Na terenie dawnego lotniska Rakowice-Czyżyny znajduje się Muzeum Lotnictwa. Obiekt ma wyznaczone miejsce parkingowe dla osób z niepełnosprawnością fizyczną, a w budynku nie ma żadnych przeszkód architektonicznych. Wśród przystosowań można wskazać windę z przyciskami w alfabecie Braille'a, możliwość wypożyczenia wózka, podjazdy na progach dla wózków inwalidzkich, toaletę dla osób z niepełnosprawnością wyposażoną w elektroniczny system, który umożliwia wezwanie pomocy.

Kopalnia Soli Wieliczka zapewnia swobodny dostęp turystom z dysfunkcją ruchu na Trasie Turystycznej dzięki organizacji przestrzeni i takim udogodnieniom jak winda oraz ruchome platformy podnośnikowe. Wszystkie toalety na trasie zwiedzania są oznakowane i dostosowane dla osób z niepełnosprawnościami. Istnieje możliwość poszerzonego o elementy z audiodeskrypcją zwiedzania Muzeum z przewodnikiem, w towarzystwie asystenta oraz jest szansa poznania zabytków za pomocą dotyku. Niestety Zamek Żupny aktualnie jest niedostosowany dla osób, które mają problemy z poruszaniem się, nie oferuje miejsc parkingowych ani toalety. Rozwiązanie architektoniczne pozwala jedynie osobom niewidomym i niedowidzącym przebywać na dziedzińcu, gdzie znajduje się makieta Zamku z opisami w języku Braille'a.

Atrakcje związane z przestrzenią otwartą

Kraków, dzięki swojej bogatej historii oferuje możliwość odwiedzenia wielu obiektów muzealnych, ale posiada również ciekawą przestrzeń zewnętrzną służącą rekreacji. Analizie dostępności obiektów zlokalizowanych w przestrzeni outdoorowej dla osób z poszczególnymi niepełnosprawnościami zostały poddane m.in. Bulwary Wiślane, kultowy Rynek Główny i Rynek Podgórski oraz Kopiec Kościuszki.

Pierwsze trzy obiekty służą jako przestrzeń rekreacyjna. Pełnią funkcje ciągów spacerowych dla

większości odwiedzających je osób. W każdym z nich dostępność przestrzenna dla osób z niepełnosprawnością ruchową jest znaczna, z racji tego przyznano im wysokie noty w użytej w analizie skali. Z racji historii danych obiektów i czasu ich budowy konieczne było wprowadzenie modyfikacji zapewniających pożądane dostępności. Dostosowano odpowiednio ciąg dróg komunikacyjnych oraz zainstalowano rampy dojazdowe oraz podjazdy, umożliwiające sprawne poruszanie się wózków inwalidzkich, jak i dziecięcych. Dodatkowo, w sposób nie narażający infrastruktury, pozbyto się zbędnych progów czy stopni, a gdzie to możliwe np. na Rynku Podgórskim, nierówną powierzchnię zastąpiono gładką płytą. Nie zastosowano jednak żadnych dodatkowych dostosowań związanych z niepełnosprawnością wzrokową i słuchową.

Kopiec Kościuszki jako obiekt zewnętrzny, również może pochwalić się bardzo dobrym przystosowaniem związanym z niepełnosprawnością ruchową. Obiekt udoskonalono o takie elementy jak windy oraz zaplecze sanitarne. Zastosowano także rozwiązania ułatwiające sprawne zwiedzanie osobom niewidomym.

Obiekty widowiskowo–sportowe

W badaniach skupiono się także na udogodnieniach w obiektach widowiskowo - sportowych. Miasto jako ośrodek intensywnego życia kulturowo - rozrywkowego obfituje w wydarzenia wszelkiego rodzaju. Niepełnosprawność jest aspektem w wielu przypadkach wykluczającym z życia. W tym wypadku nie pominięto jednak takich osób, chcąc umożliwić im komfort na jak najlepszym poziomie. Najlepiej przystosowanymi obiektami tego typu jest Centrum Kongresowe ICE oraz Tauron Arena. Dzięki podjętym na etapie budowy decyzjom, obiekty w maksymalnym stopniu zapewniają dostępność poruszania się dla każdego. Wyposażenie obiektów to m.in. odpowiednio zagospodarowana przestrzeń, zwiększona automatyzacja, brak progów i stopni, które pozwalają na swobodny wjazd wózka inwalidzkiego, rampy i podjazdy, bogate zaplecze sanitarne czy specjalnie przystosowane miejsca parkingowe, zapewniające odpowiednią ilość miejsca. Obniżone ludy w punktach obsługi/informacji przyczyniają się do większej swobody psychicznej w korzystaniu z obiektu przez osoby niepełnosprawne. W przypadku dodatkowych trudności udzielona zostanie pomoc przeszkolonej kadry obiektu. Udogodnienia dostępności zastosowano również w odniesieniu do osób z niepełnosprawnościami wzroku i słuchu. Każdy element na

terenie obiektów został dokładnie opisany piktogramami oraz specjalnymi znakami ostrzegawczymi. Tam gdzie to możliwe zastosowano alfabet Braille’a.

Pozostałe obiekty

Analizie poddano inne obiekty nie zaliczające się do wcześniej wyodrębnionych kategorii, stanowiące równie ważne zaplecze kulturowo - rozrywkowe miasta, mogące pochwalić się dużą liczbą odwiedzających. Są one w różnym stopniu przygotowane do przyjęcia odwiedzających z niepełnosprawnościami. Ogród Doświadczeń im. Stanisława Lema powstał jako park edukacyjny. Na wczesnym etapie budowy podjęto decyzje o przystosowaniu obiektu dla osób ze specjalnymi wymaganiami dotyczącymi ruchu. Dodatkowo od paru lat obiekt zajmuje się organizacją w okresie zimowym pokazu „Ogród Światel”, który również ma specjalne przystosowania. Mimo dobrej dostępności obiektu dla niepełnosprawności osób z dysfunkcją ruchu, nie znajdziemy tam rozwiązań dla osób niewidomych i niesłyszących. Powoduje to wykluczenie ich w samodzielny zwiedzaniu obiektu.

Park Wodny w Krakowie już na etapie budowy zaplanował potrzebne udogodnienia pozwalające w przyszłości na korzystanie z całego obiektu wszystkim bez wyjątku. W tej kategorii możemy przypisać mu wartość najlepszego przystosowania z uwagi na prawie maksymalną dostępność, pozwalająca na zniwelowanie wszelkich barier utrudniających osobom z trudnościami korzystanie z obiektów znajdujących się wewnątrz. W inwestycji postawiono na zlikwidowanie progów i stopni, odpowiednią szerokość korytarzy, zautomatyzowanie obiektu w postaci zainstalowania wind i automatycznie otwieranych drzwi, zaplecza sanitarnego czy specjalnie wydzielonej szatni dla osób niepełnosprawnych. Uwagę zwrócono również na odpowiednie oznaczenia alfabetem Braille’a i pętle indukcyjną, która stanowi jeden ze środków wspomaganie słuchu, która może posłużyć pojedynczej osobie jak i większej grupie.

Budynek Sanktuarium Bożego Miłosierdzia w Łagiewnikach, jeden z najnowszych obiektów sakralnych w Krakowie dysponuje zbliżoną dostępnością jak Park Wodny, pomijając brak przystosowania dla niepełnosprawności słuchowej.

Podsumowanie

Osoby z niepełnosprawnościami wg danych Eurostatu stanowią już 20% populacji Polski. Natomiast liczba osób seniorów 60+ osiągnęła już w 2022 r. 25% ludności kraju (GUS 2022). Rośnie siła nabywca seniorów – do 2035 roku udział „silver generation” w całkowitej wartości zakupów wzrośnie do 37%. Seniorzy są wciąż niedoreprezentowaną grupą wśród uczestników ruchu turystycznego. Osoby z niepełnosprawnością i starsze stanowią już ponad 30% potencjalnych klientów organizatorów turystyki, biur podróży i punktów informacji turystycznej (Kowalski 2023). Dlatego warto teraz tworzyć ofertę turystyczną z dostępnością zapewnioną w miejscach docelowych. Kraków jest jednym z głównych celów podróży, przyciągającym miliony turystów tak krajowych jak i zagranicznych. Wśród nich coraz większy odsetek stanowią osoby z niepełnosprawnościami.

Potrzeby osób z niepełnosprawnościami brane są pod uwagę zarówno na etapie planowania jak i realizacji programów, których celem jest poprawienie dostępności. Zwiększanie dostępności Europy dla osób z niepełnosprawnościami jest kluczowym elementem kompleksowej europejskiej strategii w sprawie niepełnosprawności, kreowania turystyki dostępnej dla wszystkich wpisującej się w koncepcje rozwoju zrównoważonego. Unia Europejska popiera podejście tzw. „projektowania uniwersalnego”, z którego korzyści czerpie większa część społeczeństwa, w tym osoby starsze i osoby o ograniczonej sprawności ruchowej, czyli osoby ze szczególnymi potrzebami.

Potrzeby osób z niepełnosprawnościami są priorytetem programów sporządzanych zarówno na poziomie europejskim, państwowym jak również na poziomie lokalnym. Miasto Kraków sukcesywnie wdraża standardy dostępności dla osób z niepełnosprawnościami, podejmuje inicjatywy, które mają na celu tworzenie dostępnej przestrzeni dla mieszkańców ze szczególnymi potrzebami. Kraków, jako pierwsze miasto w Polsce, wyróżniony został już w 2010 r. przez Komisję Europejską mianem „Access City”, europejską nagrodę dla miast dostępnych dla osób z niepełnosprawnością i osób starszych. Konkurs „Access City” zainicjowano w 2010 r., by podnieść poziom świadomości dotyczącej niepełnosprawności i promować inicjatywy zwiększające dostępność w europejskich miastach liczących co najmniej 50 000 mieszkańców. Ma on na celu zapewnienie równego dostępu do życia miejskiego dla osób z niepełnosprawnościami.

Jak podkreślił Bogdan Dąsał, Pełnomocnik Miasta Krakowa ds. Osób z Niepełnosprawnościami (wywiad przeprowadzony w Radio Kraków, w dniu 08.07.2023r.), Wydział Turystyki i Promocji Urzędu Miasta Krakowa, wychodzi z różnego rodzaju inicjatywami, aby poprawić dostępność miasta dla osób z niepełnosprawnościami i wpływając tym samym na wizerunek Miasta Kultury dostępnego dla wszystkich. Można tu przytoczyć kilka przykładów np. przystanki K+R dla autokarów, które przystosowane są również do obsługi pasażera na wózku inwalidzkim, toalety publiczne z udogodnieniami dla osób z niepełnosprawnościami, w tym „komfortka” na Wawelu, umożliwiającą przeprowadzenie podstawowych zabiegów pielęgnacyjnych u dzieci i dorosłych. Punkty Informacji Turystycznej posiadają materiały i przeszkolony personel w zakresie obsługi turysty z niepełnosprawnościami. Ponadto 205 obiektów hotelarskich dostosowanych jest do potrzeb osób z niepełnosprawnościami i posiadają dedykowane takim osobom pokoje. Również Krakowskie Biuro Festiwalowe, organizując imprezy masowe, wyznacza specjalne strefy dla osób z różnymi niepełnosprawnościami, np. zabezpieczone podesty dla wózków, standardem są także tłumacze języka migowego.

Miasto Kraków stara się również, w miarę możliwości architektonicznych, udostępnić korzystanie z wysokiej kultury podczas różnych festiwali np. Sacrum Profanum, czy Misteria Paschalia, tutaj niejednokrotnie barierą dostępności może być zabytkowy charakter obiektu. W niektórych miejscach pojawiły się jednak rozwiązania – w Teatrze STU oraz w Teatrze Starym zamontowano windy.

Analizując dokumenty planistyczne Krakowa, można zauważyć, że wszystkie podmioty, które kierują swoją ofertę do turystów, z zakresu sportu, kultury, czy rekreacji, dostrzegają potrzebę tworzenia przestrzeni i dostosowywania obiektów dla osób z różnymi niepełnosprawnościami.

Dążenie Krakowa do bycia miastem bardziej dostępnym dla osób ze specjalnymi potrzebami przejawia się w dostosowywaniu poszczególnych atrakcji na przyjęcie tych grup odwiedzających, co zostało stwierdzone w naszych badaniach. Zadanie to w znacznym stopniu utrudniają bariery architektoniczne, które towarzyszą wielu zabytkowym obiektom. Najlepszym przykładem jest Droga Królewska i atrakcje położone na jej trasie, które uwidaczniają kanony budownictwa obowiązujące w dawnych czasach - nierówne nawierzchnie, schody i progi, wąskie przejścia czy też ciężkie drzwi. Kolejnym

problemem jest dostęp do miejsc parkingowych, w tym tych wydzielonych dla osób z niepełnosprawnościami. Badania ukazały, że podejmowane są próby odpowiedniej adaptacji zabytkowych powierzchni dla niepełnosprawnych ruchowo poprzez stosowanie platform, wind oraz zapewnianie dostępu do specjalnych toalet. Oferta zwiedzania coraz częściej uwzględnia także osoby z dysfunkcjami wzroku i słuchu - umieszczane są odpowiednie makiety, opisy w alfabecie Braille'a, pętle indukcyjne oraz niejednokrotnie pojawia się możliwość zwiedzania z tłumaczem języka migowego. Dzięki tym działaniom historyczna część miasta już teraz jest w pewnym stopniu dostępna dla turysty niepełnosprawnego, choć wymaga jeszcze wielu działań w tym zakresie.

Większość krakowskich atrakcji turystycznych ma udogodnienia techniczne zapewniające możliwość i odpowiedni komfort zwiedzania osobom z dysfunkcjami narządu ruchu, wzroku oraz słuchu. Takie udogodnienia znajdziemy w nowopowstających atrakcjach, które projektowane są już z myślą o tych odwiedzających. Z analizy dostępności wybranych krakowskich muzeów wyłonił się ogólny, bardzo korzystny obraz ich przystosowań dla turystów z różnymi niepełnosprawnościami.

Atrakcje związane z przestrzenią zewnętrzną również są dobrze zaaranżowane, ale głównie dla osób, które mają problem z poruszaniem się. Powinny zatem zostać podjęte działania, aby zapewnić dostępność turystom z innymi niepełnosprawnościami.

Pozostałe badane obiekty, w tym widowiskowo – sportowe także nie wykluczają z życia kulturowo–społecznego osób ze specjalnymi potrzebami. W tej kategorii znów największy nacisk został położony na wyeliminowanie trudności związanych z dysfunkcją ruchową. Mimo że można doszukać się pewnych elementów przystosowawczych, to osoby niewidzące i niedowidzące oraz niesłyszące i niedosłyszące stale czekają na wprowadzenie dodatkowych rozwiązań.

Rada Miasta Krakowa w dniu 24 marca 2021 r. przyjęła Uchwałę LIV/1497/21 w sprawie polityki zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021-2028 (Walas red. 2021). Polityka ta ma przynieść większą harmonię, poszanowanie dla dziedzictwa i wartości kulturowych, a także czerpanie korzyści z rozwoju przez wszystkich, a więc i osób z niepełnosprawnościami.

Spis literatury

- Al Kahtani, S.J.H.; Xia, J.; Veenendaal, B. (2011). *Measuring accessibility to tourist attractions*. In: Proceedings of the Geospatial Science Research Symposium, Melbourne, Australia, 12–14
- Bakker, M., van der Duim, R., Peters, K., Klomp, J.(2020). *Tourism and Inclusive Growth: Evaluating a Diagnostic Framework*. Tourism Planning and Development, <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1850517>
- Biddulph, R. (2018). *Social enterprise and inclusive tourism. Five cases in Siem Reap, Cambodia*, Tourism Geographies, 20:4, 610-629, DOI:10.1080/14616688.2017.1417471
- Cabaj, W., Kruczek, Z., (2010). *Podstawy geografii turystycznej*. Proksenia, Kraków.
- Darcy, S., Ambrose, I., Schweinsberg, S., Buhalis, D. (2011). *Universal Approaches to Accessible Tourism*. W: D. Buhalis, S. Darcy (red.). *Accessible Tourism. Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications, 300–316.
- Darcy, S. (2010). *Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences*. Tour. Manag. 31, 816–826
- Duda-Seifert M., Zajączkowski J. (2011). *Accessibility of Wrocław tourist attractions for people with physical disabilities*, „Tourism Role in the Regional Economy”, Vol. 3, Social, Health-Related, Economic and Spatial Conditions of Disabled People's Tourism Development, Wyższa Szkoła Handlowa, Wrocław.
- European Commission. *Access – City Award 2010: Rewarding and inspiring accessible cities across the EU*. (2011). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Europejska strategia w sprawie niepełnosprawności 2010-2020: Odnowione zobowiązanie do budowania Europy bez barier. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0636>, dostęp 30.12.2023
- Espinosa Ruiz A., Bonmatí Lledó C. (eds.) (2013). *Manual de accesibilidad e inclusión en museos y lugares del patrimonio cultural y natural*. Gijón.
- Francuz S., Calińska-Rogała D. (2019). *Ocena przystosowania atrakcji turystycznych dla osób z niepełnosprawnościami w Polsce*. Przedsiębiorczość i Zarządzanie. Tom XX | Zeszyt 2, Część II, ss. 315–328.
- Fyall A., Garrod B., Leask A. (2003). *Managing Visitor Attractions: New Directions*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Gaweł Ł. (2023). *Museums without visitors? Crisis and revival - managing the "digital world" in Polish museums in times of pandemic*. Sustainability, 15. <https://doi.org/10.3390/su15151844>
- Osoby niepełnosprawne w 2022* (2023). Informacje sygnałne. GUS. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/warunki-zycia/ubostwo-pomoc-spoeczna/osoby-niepelnosprawne-w-2022-roku,26,5.html>
- Jamaludin, M.; Kadir, S.A. (2012). *Accessibility in Buildings of Tourist Attraction: A case studies comparison*. Procedia-Soc. Behav. Sci. 35, 97–104.
- Kapusta P. (2018). *Przewodnik po Krakowie dla turysty z niepełnosprawnościami*, Urząd Miasta Krakowa, Biuro ds. Osób Niepełnosprawnych.
- Konwencja ONZ o prawach osób niepełnosprawnych*. (2012). Dz. U. z dnia 25 października 2012 r., poz. 1169
- Kowalski K. (2023), *Turystyka osób ze szczególnymi potrzebami - Poradnik dla organizatorów turystyki, biur podróży i punktów informacji turystycznej*, Warszawa
- Instrukcja obsługi* (2023), 2024, Urząd Miasta Krakowa, Kraków.
- Kruczek Z., Stanisławczyk K. (1994). *Ocena dostępności walorów krajoznawczych i bazy hotelowej Krakowa dla turystów niepełnosprawnych*. Folia Turistica. Nr 5, 1994, s. 29-46.
- Kruczek Z. (2011). *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., Nowak K. (2023). *Wpływ pandemii COVID-19 na funkcjonowanie atrakcji turystycznych w Polsce*. Warsztaty z Geografii Turyzmu, 13, 37-50.

- Kruczek, Z., Szromek, A.R. (2020). *The Identification of Values in Business Models of Tourism Enterprises in the Context of the Phenomenon of Overtourism*. *Sustainability* 12, 1457. <https://doi.org/10.3390/su12041457>
- Kruczek, Z.; Gmyrek, K.; Ziżka, D.; Korbiel, K.; Nowak, K. (2024). Accessibility of Cultural Heritage Sites for People with Disabilities: A Case Study on Krakow Museums. *Sustainability* 16, 318. <https://doi.org/10.3390/su16010318>
- Luiza, S. M. (2010). Accessible tourism-the ignored opportunity. *Annals of Faculty of Economics*, 1: 1154–57.
- Park, J.; Chowdhury, S. (2018). *Investigating the barriers in a typical journey by public transport users with disabilities*. *J. Transp. Health*, 10, 361–368.
- Popiel, M. (2017). *Wybrane aspekty turystyki dostępnej w Krakowie w opinii studentów z niepełnosprawnościami*. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(3), 50–63. <https://doi.org/10.24917/20801653.313.4>
- Popovic, D., Slivar, I. Gonan Božac M. (2022). *Accessible Tourism and Formal Planning: Current State of Istria County in Croatia*. *Administrative Sciences*, 12: 181. doi.org/10.3390/admsci1204018
- Program Rządowy Dostępność Plus 2018-2025 (2018). Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, Warszawa 2018, <http://www.dostepnosclplus.gov.pl>, dostęp 31.12.2023.
- Rucci, A.C. and Porto, N. (2022). Accessibility in tourist sites in Spain: does it really matter when choosing a destination? *European Journal of Tourism Research*, 31, 3108.
- Scheyvens, R., Biddulph, R. (2018). *Inclusive tourism development*, *Tourism Geographies*, 20:4, 589-609, DOI: 10.1080/14616688.2017.1381985
- Santana, S.B.; Peña-Alonso, C.; Espino, E.P.C. (2020). Assessing physical accessibility conditions to tourist attractions. The case of Maspalomas Costa Canaria urban area (Gran Canaria, Spain). *Appl. Geogr.* 125.
- Śledzińska J. (2011). *Turystyka dla wszystkich. Dostępność infrastruktury turystycznej w Polsce dla osób z różnymi niepełnosprawnościami* [w:] Wyrzykowski J., Marak J. (red.), *Tourism role in the regional economy*, Wrocław, Uniwersytet Ekonomiczny.
- Steinbauer, S. (2019). *Ich will nicht ins Paradies, wenn der Weg dorthin so schwierig ist“ Sehbehinderung und barrierefreier Tourismus, Abschlussarbeit, Wien.*
- Strategia na rzecz osób z niepełnosprawnościami*. Załącznik do uchwały nr 27 Rady Ministrów z dnia 16 lutego 2021 r. (poz. 218). <https://niepelnosprawni.gov.pl/p,170,strategia-na-rzecz-osob-z-niepelnosprawnościami-2021-2030>.
- Szłubowska, A. (2023). *Badanie zjawisk niepełnosprawności przez statystykę w Polsce*. W: Sytuacja osób niepełnosprawnych. Portret demograficzny, ekonomiczny i społeczny, red. Piotr Łysoń. Rządowa Rada Ludnościowa i GUS, Warszawa 2023.
- UNESCAP, (2009). https://www.accessibletourism.org/resources/takayama_declarati_on_top-e-fin_171209.pdf
- UNDP, Evaluation of disability-inclusive development at UNDP, 2016. <https://erc.undp.org/evaluation/documents/download/10230>, dostęp 23.02.2023
- Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami z 19 lipca 2019, Dz.U. 2019. Poz. 1696
- Ustawa z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych, Dz. U. 2019 poz. 848
- Tu chcę żyć. Kraków 2030. Strategia Rozwoju Krakowa (z dnia 7 lutego 2018 roku), Urząd Miasta Krakowa, Kraków,
- Walas, B. (red.) (2021). *A Sustainable Tourism Policy for Krakow in the Years 2021–2028, Diagnosis and Recommendations*, Municipality of Krakow; Resolution of the Kraków City Council: Krakow, Poland, <https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki/dokumenty/n/327249/karta>, dostęp 31.12.2023.
- World Health Organization. (2021). Disability and health, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (dostęp 5 czerwca 2022).
- Zajadacz A. (2015). Evolution of models of disability as a basis for further policy changes in accessible tourism. *J. Tour. Futures* 2015, 1, 189–202.
- Zaluska, U., Kwiatkowska-Ciotucha, D., Grześkowiak, A. (2020). Travelling from Perspective of Persons with Disability: Results of an International Survey. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17). <https://doi.org/10.3390/ijerph191710575>
- Zwiedzamy Kraków. *Informator dla osób niepełnosprawnych z dysfunkcją narządów ruchu*, (1991). Autorzy: Zygmunt Kruczek, Katarzyna Stanisławczyk, Krakowski Ośrodek Informacji Turystycznej, Kraków 1991.

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-6.

Measuring the Sustainability of Tourism - Purpose and underlying concept - Peter Laimer - Deputy Director, Directorate Spatial Statistics, Statistics Austria

Pomiar zrównoważonego rozwoju turystyki – cel i koncepcja

Abstract

Attracting tourists mainly depends on – apart from the necessary tourism infrastructure facilities – an intact and unsoiled nature and picturesque landscapes. Therefore, a **high quality** of the **natural and social environment** is one of the most important production factors of tourism industry, as tourists want to move to attractive and unpolluted places which are one of the main travel purposes.

In many regions and countries **sustainable tourism policies** are more or less well developed; however, there is still a **lack of guidance and information** on how to monitor this progress. Given its economic, social and environmental implications and its potential for growth, tourism plays, and will continue to play, a major role in our societies.

Considering this fact, the **development of tools** measuring the economic, social and ecological sustainability applicable to the tourism industry was initiated by various (national and international) organizations and proposed for implementation.

Based on the “UN 2030 Agenda” (see UN 2015), the UN World Tourism Organisation (UNWTO, now “UN Tourism”; see UNWTO 2017a) - one of the leading international organisations dealing with tourism and tourism statistics - has set itself the goal of measuring sustainable tourism as part of a specially defined project “**Measuring the Sustainability of Tourism**” (MST; see UNWTO 2017b) and a multidisciplinary Expert Group on MST¹² has been set up jointly with the UN Statistics Division (UNSD). The need for statistical analysis of the topic stems from the increasing realization that tourism - beyond its links with the economy - has an impact on the environment and society in general. A pre-condition for MST is the development of a **common accepted statistical framework** which aims to provide an internationally agreed statistical tool to measure the impacts and dependencies of tourism on the economy, society and the environment.

¹² <https://www.unwto.org/tourism-statistics/expert-group-on-mst>

Therefore, a “**Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism**” (SF-MST; see UNWTO 2023a) has been developed by UNWTO in partnership with leading countries, and with the support of the UNSD, the International Labour Organization (ILO) and others. Work is being led by the Expert Group on MST under the auspices of the UNWTO Committee on Statistics¹³. After the “Global Consultation Process” in October/November 2023 the Framework is going to be sent to the UN Statistical Commission¹⁴ (UNSC) for its endorsement through the Commission.

The document is **structured as follows**: after the introduction and the rationale of the document, the second section provides an overview of the steps developing the SF-MST; the third section shows the underlying concepts of SF-MST. The fourth section gives insights related to the purpose of developing a SF-MST; before concluding the fifth part provides some thoughts related to potential indicators measuring the sustainability of tourism.

The **document is mainly based** – among others - on the Draft SF-MST (see UNWTO 2023a), the presentation held on 26 October 2023 at Vistula University Group (see Laimer 2023) and the keynote paper presented at the Manila Conference in 2017 (see Laimer 2017).

Abstrakt

Przyjazdy turystów są warunkowane nie tylko niezbędną infrastrukturą turystyczną, ale również zależą od nieskazitelnej przyrody oraz malowniczych krajobrazów. Dlatego też wysoka jakość środowiska przyrodniczego i społecznego jest jednym z najważniejszych czynników na rzecz rozwoju branży turystycznej. Turyści chcą przyjeżdżać do atrakcyjnych i niezanieczyszczonych miejsc.

W wielu regionach i krajach polityki w zakresie zrównoważonej turystyki są w różnicowanym stopniu rozwinięte. W dalszym ciągu brakuje wytycznych i informacji dotyczących sposobu monitorowania rozwoju turystyki zrównoważonej. Biorąc pod uwagę skutki gospodarcze, społeczne i środowiskowe oraz potencjał wzrostu, turystyka odgrywa i nadal będzie odgrywać główną rolę w naszych społeczeństwach.

Mając to na uwadze, różne organizacje (krajowe i międzynarodowe) zainicjowały i zaproponowały do wdrożenia rozwój narzędzi pomiaru zrównoważenia gospodarczego, społecznego i ekologicznego dla branży turystycznej.

W oparciu o „Agendę ONZ 2030” (por. ONZ 2015) Światowa Organizacja Turystyki ONZ (UNWTO; por. UNWTO 2017a) – jedna z wiodących organizacji międzynarodowych zajmujących się turystyką i statystyką w dziedzinie turystyki – postawiła sobie za cel pomiar turystyki zrównoważonej jako część projektu „Pomiar zrównoważonego rozwoju

¹³ <https://www.unwto.org/tourism-statistics/unwto-committee-on-statistics>

¹⁴ <https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/>

turystyki” (MST; zob. UNWTO 2017b) oraz stworzono multidyscyplinarną grupę ekspertów ds. MST wspólnie z Wydziałem Statystyki ONZ (UNSD). Potrzeba analizy statystycznej tematu wynika z rosnącej świadomości, że turystyka – poza powiązaniem z gospodarką – ma wpływ na środowisko i społeczeństwo.

Warunkiem wstępnym MST jest opracowanie wspólnie przyjętych ram statystycznych, których celem jest zapewnienie uzgodnionego na szczeblu międzynarodowym narzędzia statystycznego do pomiaru wpływu i zależności turystyki na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko.

Dlatego też UNWTO we współpracy z wiodącymi krajami i przy wsparciu UNSD, Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP) i innych organizacji opracowało „Statystyczne ramy pomiaru zrównoważonego rozwoju turystyki” (SF-MST; zob. UNWTO 2023a). Prace prowadzi Grupa Ekspertów ds. MST pod auspicjami Komitetu ds. Statystyki UNWTO. Po „globalnym procesie konsultacji” w październiku/listopadzie 2023 r. Ramy zostaną przesłane do Komisji Statystycznej ONZ (RB ONZ) w celu zatwierdzenia za pośrednictwem Komisji.

Struktura dokumentu jest następująca: po wstępie i uzasadnieniu dokumentu druga część zawiera przegląd etapów opracowywania SF-MST; trzecia sekcja przedstawia podstawowe koncepcje SF-MST. Czwarta sekcja zawiera spostrzeżenia związane z celem opracowania SF-MST; przed zakończeniem część piąta zawiera przemyślenia dotyczące potencjalnych wskaźników mierzących zrównoważony rozwój turystyki.

Dokument opiera się głównie m.in. na Draft SF-MST (por. UNWTO 2023a), prezentacji, która odbyła się 26 października 2023 r. w Grupie Uczelni Vistula w Warszawie (por. Laimer 2023) oraz referacie programowym zaprezentowanym na Konferencji w Manili w 2017 r. (por. Laimer 2017).

Keywords: sustainability, tourism, statistical framework, indicators

JEL: Z31- Tourism economics – Industry Studies

Rationale of the document

So far, the success of tourism has mainly been measured by **physical and quantitative parameters** such as overnight stays and arrivals, which reflect, however, only a small aspect of the tourism industry. Tourism can have a range of **effects** on the economy, the environment and the society; there is a need for a comprehensive approach to monitor tourism development, therefore.

Thus, for a **targeted tourism policy**, instruments are needed which permit a comprehensive picture and a

holistic view related to tourism. By means of a set of innovative measures and indicators all dimensions related to a sustainable development of tourism have to be examined and monitored. (see BMAW 2018)

The document uses the development of the UNWTO’s SF-MST to show possibilities for comprehensive measurement of tourism. Having such a multipurpose conceptual framework it is possible to record data about tourism’s economic, environmental and social connections and effects in a holistic way and considering differences across geographic scales from local to national and international levels.

Developing a SF-MST - the steps over time

The development of SF-MST **builds on and is coherent with, well-established statistical frameworks** including the ‘International Recommendations on Tourism Statistics 2008’ (IRTS 2008; see UNWTO 2010a), the ‘Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008’ (TSA: RMF 2008; see UNWTO 2010b), the ‘System of Environmental-Economic Accounting 2012’ (SEEA 2012; see UN 2014), the ‘System of National Accounts 2008’ (SNA 2008; see UN 2009) and International Labour Organisation (ILO) statistical manuals.

Following the work programme presented to the **UN Statistical Commission** (UNSC) 2017¹⁵, engagement with various stakeholders has taken place notably through the Expert Group on MST. It is composed of representatives from National Statistical Offices (NSOs) and Ministries (National Tourism Administrations; NTAs) in charge of tourism from around 40 countries covering all world regions, as well as representatives from over 30 international and regional organizations, subnational authorities, academia and the private sector.

Several countries and sub-national destinations from all world regions have piloted the implementation of SF-MST. These **pilots** served to test the framework for policy relevance and technical feasibility. The pilots showcased that it is possible to measure in a comparable way the breadth of elements that comprise tourism sustainability - from environmental to social and economic aspects, at national and sub-national levels - within a single integrated framework. (see UNWTO 2020 and UNWTO 2022).

¹⁵ <https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/>

<https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/48>

An **open, transparent and inclusive approach** to gathering comments and feedback on SF-MST has been adopted. A global consultation on the final draft of SF-MST was conducted in October and November 2023, directed at both the statistical community and the tourism community. Furthermore, a series of **capacity development initiatives** on MST, in the form of workshops and seminars, have taken place.

The **MST programme** is a process that includes various lines of work beyond the development of SF-MST, continuing to work in partnership with countries, international organizations and others on supporting the further implementation of SF-MST, including through the drafting of compilation guidance and capacity development, the development of a set of SF-MST based indicators for international comparability purposes, and the subsequent setting up of an international dataset with country reporting on these indicators.

The SF-MST can function as a **catalyst for the development of systems** of tourism statistics which include data based on the IRTS 2008 and TSA:RMF 2008. To support countries in the implementation of SF-MST, UNWTO will develop in 2024, under the supervision of the UNWTO Committee on Statistics and with the support of the Expert Group on MST, an implementation programme; this will include:

- the preparation of an **SF-MST compilation guide** to assist implementing efforts by providing additional guidance on data sources and methods,
- organization of the seventh **International Conference on Tourism Statistics** that will focus on SF-MST implementation,
- **capacity development activities** at both regional and national levels, in the form of workshops, seminars, and training programmes, as well as training the trainers,
- an **additional publication(s) on the lessons learned from MST pilots**, following the existing two publications mentioned above.

These activities will cover technical knowledge on SF-MST, exchange of good practices and institutional arrangements. The **implementation programme** will be accompanied by resource mobilization efforts to support the financing of the planned activities. (see UNWTO 2023b)

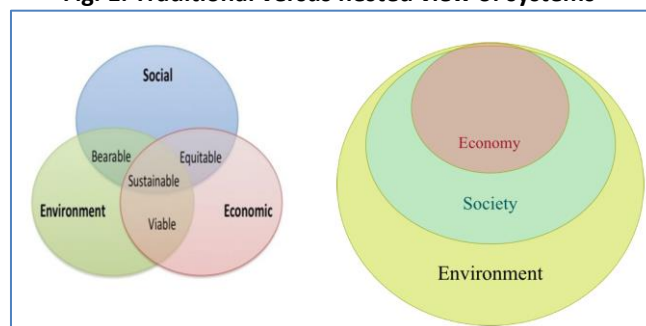
Finally, the **UN Statistical Commission** (UNSC) is being invited to endorse the SF-MST at its 55th meeting in New York, held 27 February – 1 March 2024 ¹⁶.

SF-MST: the concept behind

The design of SF-MST recognizes the importance of **reflecting the interactions between the economic, environmental and social dimensions** at different spatial scales, from national and global scales to sub-national and destination scales. (UNWTO 2023a, para 2.2)

More generally, SF-MST recognizes that individual contexts, such as for a single tourism destination, are usefully characterized in terms of “**nested systems**” where the economic system is embedded within a social context which in turn sits within an environmental system (see [Figure 1](#), right side). In contrast the more traditional conception of the relationship between the three dimensions shows the economy, the environment and society as distinct systems, even if slightly overlapping (see [Figure 1](#), left side). Using a nested-systems framing to consider the sustainability of tourism supports inclusion of all three primary dimensions of sustainability and provides the opportunity to explicitly consider the connections between different spatial scales. (UNWTO 2023a, para 2.5)

Fig. 1. Traditional versus nested view of systems



Source: UNWTO 2023a, Figures 2.1a+b

Purpose of SF-MST

Different purposes have brought the development of a framework for measuring the sustainability of tourism on the international agenda:

- Tourism can have a **range of effects on the economy, the natural and built environment**, the local

¹⁶ <https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/55/>; see also Report of the 55th session, page 20 (55/115)

https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/session_55/documents/2024-36-FinalReport-EE.pdf

population at the places visited and the visitors themselves. Given the range of direct and indirect effects and the wide spectrum of stakeholders involved, there is a need for an integrated approach to tourism development, management and monitoring. (UNWTO 2023a, para 1.1)

- The SF-MST is a **multipurpose conceptual framework** designed to support the recording and presentation of data about the sustainability of tourism. It aims to record data about tourism’s economic, environmental and social connections and effects in a holistic way and considering differences across geographic scales from local to national and international levels. (UNWTO 2023a, para 1.2)
- **Statistical frameworks provide a structure for organizing data and statistics** using common concepts, definitions, classifications and reporting rules. Collectively, this establishes a common language for measurement and the presentation of data. Statistical frameworks are applied in all areas of official statistics and play the role of transforming source data into well-accepted and authoritative statistics that can be used to support many aspects of decision making. (UNWTO 2023a, para 1.3).

Figure 2 highlights that the **SF-MST encompasses measurement of the economic, environmental and social dimensions of tourism** and is intended to support application at all spatial scales from the local destination level to the global scale. Further, SF-MST is concerned with what should be the focus of measurement. The topic of how data might be collected and transformed following the concepts and definitions of the SF-MST is described in supporting statistical compilation guidance and the topic of who might use the data and why it might be used should be the subject of ongoing discussions between compilers of statistics and various decision makers and stakeholders. However, SF-MST is intended to provide a common language to support those discussions. (UNWTO 2023a, para 1.5)

SF-MST will be relevant to **three groups of stakeholders** each involved in different ways in relation to information for decision making about sustainable tourism. These groups are

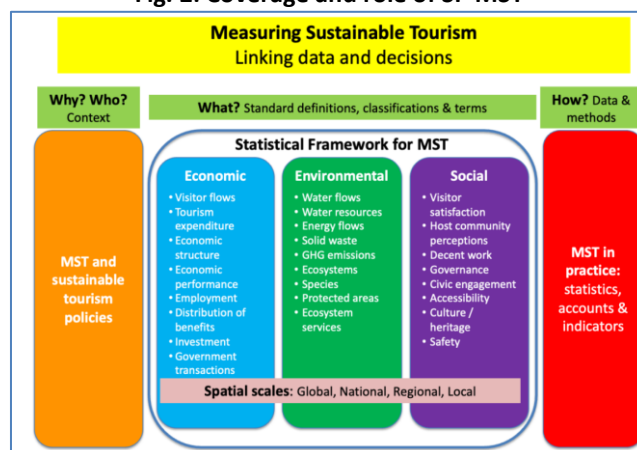
- **data producers**, including but not limited to national statistical offices (NSO), for whom SF-MST

supports the compilation of comparable and robust statistics;

- **data analysts** who integrate data from various sources and provide information to decision makers, for whom SF-MST provides a common focal point for data and standard classifications that facilitate integration; and
- **decision makers** across public and private sectors, for whom SF-MST describes a common language for discussion of progress towards sustainable tourism.

However, **SF-MST is primarily intended for use by NSOs and related technical agencies** whose role it is to collect data and compile statistics for all areas within a country for a range of statistical themes. In many countries, the collection and compilation of tourism statistics involves also the NTA who is able to both support data collection and to ensure a close link between tourism statistics on the one hand and tourism policy on the other. The broad coverage of statistical topics within the scope of SF-MST provide a wide range of opportunities to connect tourism statistics to tourism policy including concerning economic development, climate change, circular economy, disaster preparedness, employment and social and cultural heritage. (UNWTO 2023a, para 1.7)

Fig. 2: Coverage and role of SF-MST



Source: UNWTO 2023a, Figure 1.2

Potential indicators – measuring the sustainability of tourism

UNWTO and its “Committee for Statistics” considered that **tourism may be relevant in many more goals and targets**

within the “Sustainable Development Goals” (SDGs)¹⁷ beyond those that explicitly mention tourism; therefore, an additional set of indicators around a “tourism theme” could be developed to complement the above indicators in order to support global and national monitoring for the SDGs. This would include indicators to monitor elements not covered in the existing indicators for targets 8.9, 12.b and 14.7. For most additionally proposed indicators there is a strong connection to other types of indicators recommended in other sustainable tourism processes (see Laimer 2023).

The SF-MST output data can also be used to **derive indicators** that summarize performance. The **SF-MST itself does not incorporate a definitive indicator set** for assessing the sustainability of tourism. Table 1 below lists the set of themes covered by SF-MST and notes some indicators that are commonly considered in the measurement of those themes (see also UNWTO 2023a, para 2.89).

That initial proposal for a set of core indicators derived from SF-MST might be relevant for **international comparability purposes** as well as a possible way forward that includes rounds of consultations and testing in countries. In due time, the core set of indicators is expected to be incorporated into the UNWTO tourism statistics database

¹⁷ <https://sdgs.un.org/goals>

Table 1: Potential indicators

Dimension	Measurement theme	Potential Indicators
General indicators	Visitor length of stay	Average length of stay of inbound and domestic visitors
	Tourism concentration	Number of visitors per 100 residents; Number of visitors per hectare of habitable land
	Tourism visitor dependency	Number of inbound visitors (total/tourist/same day) relative to total internal visitors (total/tourist/same day)
	Tourism seasonality	Variations in visitor arrivals (total/inbound/tourist/same day) on a regular time horizon and in regular frequencies.
Economic	Visitor expenditure	Average internal tourism expenditure per visitor ((total/inbound/domestic/tourist/same day)
	Tourism economic structure	Share of large and SME tourism establishments, Share of resident owned tourism establishments relative to all tourism establishments
	Tourism economic performance	Tourism direct GDP; Tourism share of total output for each tourism industry
	Distribution of economic benefits	Share of compensation of employees relative to tourism direct value added in the tourism industries
	Employment in tourism	Total employment in tourism industries (# jobs, # person employed & # employees); Share of employed persons in tourism industries relative to total economy; Number of jobs held by women in the tourism industries; Labour productivity of tourism industries
	Tourism investment	Total gross fixed capital formation (GFCF) in tourism specific fixed assets relative to total GFCF of tourism industries; Total GFCF in tourism industries relative to total economy GFCF
	Government tourism-related transactions	Total tourism related government final consumption expenditure
Environmental	GHG emissions	Internal GHG emissions per visitor; Internal GHG emissions per unit of tourism direct GDP
	Solid waste flows	Solid waste generated per visitor; solid waste generated per unit of tourism direct GDP; Share of solid waste generated by tourism industries relative to total solid waste
	Water flows	Tourism water use per visitor and per visitor overnight; Tourism water use per unit of tourism value added
	Wastewater	Tourism wastewater per visitor overnight
	Water resources	Annual tourism water use as a proportion of the net change in stock of water resources.
	Energy flows	Total end-use of energy products by tourism industries
	Ecosystem extent for tourism related areas	Share of tourism-related ecosystem assets to the total area of the tourism region; Percentage of protected areas (marine and terrestrial) to total area
	Ecosystem services flows for tourism related areas	Total recreation related services in a region
Social	Visitor satisfaction	Share of visitors satisfied with overall experience at destination; Number of repeat visitors, Extent to which visitors would recommend a destination
	Host community perception	Overall perception of host communities of visitors
	Decent work	Share of compensation of employed persons relative to tourism direct value added in the tourism industries; Share of persons employed in tourism industries who are informally employed;
	Governance	Implementation of standard accounting tools to monitor the economic and environmental aspects of tourism sustainability (see SDG indicator 12b.1)

Source: UNWTO 2023a, Table 2.1.

Using the **SF-MST as a base for conceptual content**, which presents a proposal for a set of indicators to support measurement of the sustainability of tourism and to provide a starting point for establishing an agreed core set of data for international reporting on tourism’s sustainability. One motivation for SF-MST is not the lack of past work on measuring the sustainability of tourism but the lack of harmonisation and comparability that in turn limited the potential for the key messages to be readily conveyed to decision makers. (see UNWTO 2023a)

However, related to indicators the **following challenges** might be observed (see Laimer 2023):

- tourism is very **complex and interacts with many sectors** of the economy, with the environment and with the local population;
- **tourism policy objectives vary**, and regional and local conditions must be taken into account;
- results should be well chosen in the context of sustainability, taking into account the **applicability and usability of data** for tourism policy decisions;
- **well-coordinated cooperation** between tourism and environmental policy in the broad sense and (tourism, environmental and social) statistics;
- the **overall comprehensibility and feasibility** (i.e., in terms of comparability and data availability) of figures and data for measuring tourism sustainability must be ensured as good as possible;
- many countries are well developed in most environmental areas, i.e., waste separation, water use, renewable energy, etc., which also affect the tourism industry, but which are **difficult for the tourism industry to quantify** and measure or present separately;
- the **objectives of countries’ tourism policies are different**, regional and local conditions have to be taken into account; therefore, general statements on tourism sustainability -applicable to all regions and destinations -are not possible (i.e. comparability of indicators has to be considered); a comprehensive analysis is mainly possible only at destination level.

Conclusions

It is obvious that **tourism is of great significance for the economy** of many countries. Receiving a more detailed or concrete answer for policy makers related to its

sustainability, additional measures have to be introduced getting **more information on the ecological and social agreeableness of the tourism development**.

Relevant measures and the SF-MST will help to understand the size of tourism, its structure and in particular its **interrelation with the ecological, social and economic environment**. SF-MST supports to manage tourism components and their relationship to the environment; it permits decision makers (on local, regional, federal as well as national level) a broader view of the whole tourism system moving away from the traditional, one-sided economic approach.

There is no doubt this is an **ambitious project**; nevertheless, it can be counted on the international tourism statistics network of official statistics, guided by international organisations which have a long track record in facilitating the measurement of coherent pictures of economic, environmental and social change around the world.

Information society demands more and more data in shorter intervals than ever. In particular related to tourism for which nature and social stability is doubtless the prerequisite of tourism, MST in general and its statistical framework are **important initiatives to gain reliable information on tourism in its wider context**.

Literature:

- BMAW (Federal Ministry Republic of Austria Labour and Economy) (2018) “Plan T – Masterplan for Tourism” Available at <https://www.bmaw.gv.at/dam/jcr:0ea14456-ac84-4d66-ac69-d507317cd3f2/PLAN%20T%20-%20MASTER%20PLAN%20FOR%20TOURISM.pdf> (Accessed: 3 December 2023).
- Laimer (2017) “Tourism Indicators for Monitoring the SDGs”. Central Paper presented at the 6th UNWTO International Conference on Tourism Statistics, 21-24 June 2017, Manila/Philippines.
- Laimer (2023) “Tourism Indicators for Monitoring the SDGs. Underlying methods, concepts and challenges”. Presentation held at Vistula University Group, Warszawa/Poland on 26th October 2023 at the Conference: Impact of tourism on sustainable development of countries and regions.
- UN (2009) System of National Accounts 2008. Elaborated by United Nations, the European Commission, the Organisation for Economic Co-operation and Development, the International Monetary Fund and the World Bank Group. Available at <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf> (Accessed: 27 December 2023).
- UN (2014) *System of Environmental-Economic Accounting 2012. Central Framework*. Elaborated by United Nations, European Union, Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, The World Bank. Available at https://unstats.un.org/unsd/envaccounting/seearev/seea_cf_final_en.pdf (Accessed: 27 December 2023).
- UN (2015), Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015. Available at <https://documents-dds->

ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/89/PDF/N1529189.pdf?OpenElement (Accessed: 21 December 2023).

UNWTO (2010a) “International Recommendations for Tourism Statistics”. Studies in Methods, Series M No.83/Rev.1. Available at https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf (Accessed: 27 December 2023).

UNWTO (2010b) “Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008”. Elaborated by UN, UNWTO, Eurostat and OECD. Studies in Methods, Series F No.80/Rev.1. Available at https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf (Accessed: 27 December 2023).

UNWTO (2017a) “2017 International Year of Sustainable Tourism for Development”. Available at <https://www.unwto.org/tourism4development2017> (Accessed: 6 December 2023).

UNWTO (2017b) “Measuring the Sustainability of Tourism”. Available at <https://www.unwto.org/tourism-statistics/measuring-sustainability-tourism> (Accessed: 21 December 2023).

UNWTO (2020) “Experiences from Pilot Studies in Measuring the Sustainability of Tourism – A Synopsis for Policy Makers”. ISBN: 978-92-844-2403-0. Available at <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424047> (Accessed: 27 December 2023).

UNWTO (2022) “Measuring the Sustainability of Tourism – Learning from Pilots”. ISBN: 978-92-844-2405-4. Available at <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424061> (Accessed: 27 December 2023).

UNWTO (2023a) “Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST)”. Draft prepared for Global Consultation October 2023. Available at https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-10/SF-MST_complete_version_OCT2023_cover03.pdf (Accessed: 6 December 2023).

UNWTO (2023b) *Report of the World Tourism Organization on tourism statistics. Note by the Secretary-General at the 55th UN Statistical Commission, 27 February – 1 March 2024*. Available at https://unstats.un.org/UNSDWebsite/statcom/session_55/documents/2024-17-TourismStats-EE.pdf (Accessed: 20 December 2023).

UNWTO (2023c) “Measuring the Sustainability of Tourism (MST): Proposals for a set of indicators. Draft prepared for discussion at the 4th Meeting of the Expert Group on Measuring the Sustainability of Tourism, September 2023”. Available at https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/MST_Indicators_EG_version_Sep2023_13092023_REV1.pdf (Accessed: 18 December 2023).

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-7.

Atrakcyjność turystyczna Zamościa - ocena wybranych zabytków Perły Renesansu, w kontekście idei Miasta Idealnego¹⁸ - mgr Kamila Gromadzka

Tourist attractiveness of Zamość: Evaluating selected monuments of the Pearl of Renaissance, in the context of the Ideal City's idea

Abstrakt

Zamość, to miasto idealne, położone w południowowschodniej Polsce, nazywane Perłą Renesansu i Padwą Północy. Miasto założone przez Kanclerza Jana Zamoyskiego w XVI w. Zaprojektowane przez włoskiego architekta Bernardo Morando, który przeniósł na te tereny teorie dotyczące „miasta idealnego” prosto z Italii. Ta współpraca - fundatora i architekta pozwoliły na stworzenie miasta doskonałego, o antropomorficznej strukturze, które zachowało się do czasów współczesnych w niemal niezmiennym stanie.

Abstract

Zamosc is an ideal town, located in south-eastern Poland, called The Pearl of Renaissance and Padua of the North. The city was founded by the Chancellor Jan Zamoyski in the 16th century. It was designed by Bernardo Morando, an Italian architect, who brought to this area theories of an "ideal city" straight from Italy. This cooperation between the founder and the architect, allowed for the creation of a perfect city, with an anthropomorphic structure, which has survived up to nowadays, almost unchanged.

Cel i zakres pracy, pytania badawcze

W pracy podjęto próbę odpowiedzi na pytania: jakie uwarunkowania kulturowe i historyczne czynią Zamość miastem atrakcyjnym turystycznie, oraz jak uhonorowanie miasta najwyższymi formami ochrony zabytków wpływa na jego atrakcyjność?

W odpowiedzi na postawione pytania omówiono i zaprezentowano wybrane zabytki znajdujące się w mieście Zamość. Przy wyborze poszczególnych obiektów, zastosowano kryterium lokalizacji – przedstawiono zabytki znajdujące się w ścisłym centrum Starego Miasta. Zabytki te zostały zaprezentowane, jako przykłady wybitnych walorów turystycznych, będących fenomenem na skalę światową, które znajdują się na terenie ochrony konserwatorskiej

wynikającej z uznania miasta za Pomnik Historii i Dobro Światowego Dziedzictwa UNESCO – w historycznym centrum Starego Miasta.

Metodyka pracy

Artykuł powstał w oparciu o pracę magisterską, nagrodzoną w Konkursie Na Najlepszą Pracę Magisterską „Teraz Polska Turystyka” (2022). Praca magisterska pod tytułem: „Analiza atrakcyjności turystycznej i ocena zaplecza hotelarsko – turystycznego Zamościa i jego okolic”, została napisana pod kierunkiem Prof. dr hab. Mariana Panasiewicza (Akademia Nauk Stosowanych Wincentego Pola w Lublinie). Rzeczona praca dyplomowa, jak i niniejszy artykuł powstały w oparciu o analizę literatury przedmiotu. Studiowano także witryny internetowe poświęcone tematyce atrakcji turystycznych Zamościa. Ponadto, w ramach prac nad niniejszą pracą przeprowadzono badania terenowe, polegające na analizie stanu faktycznego i sprawdzeniu aktualności treści omówionych w pracy dyplomowej z 2022 roku ze stanem obecnym (2024 r.). Wykonano także dokumentację fotograficzną omawianych zabytków.

The aim of the study, research questions

The aim of the article is to answer the questions: what cultural and historical conditions, make Zamość an attractive city for tourist, as well as how does honouring the city with the highest forms of monuments' protection, effect on its attractiveness? For the purpose of answering these questions, selected monuments have been presented and discussed. To select individual objects, a location criterion was used - monuments located in the very centre of the Old Town were presented. These monuments have been presented as the examples of outstanding tourist values - a global phenomenon, located in a conservation area. These objects are being both a Monument of History and the object of UNESCO Heritage Register.

Research methods

This article was created based on a Master's Diploma Thesis, awarded in a contest for the best MA Diploma Thesis “Teraz Polska Turystyka” (2022). The thesis entitled: "The analysis of tourist attraction and assessment of hotel and tourist facilities of Zamosc and its neighbour areas" has been written under the supervision of Professor Marian Panasiewicz, Ph.D. (Vincent Pol University, Lublin). The

¹⁸ kamilagilewicz922@gmail.com

thesis and this article were created by literature and the Internet sources review. Additionally, field research was conducted as part of the work. This included analysing the current state, and checking the validity of the content discussed in the 2022 diploma thesis, against the current state of 2024. Photographic documentation was also taken during this process.

Słowa kluczowe: Zamość, renesans, Bernardo Morando, miasto idealne, zabytki, UNESCO, Pomnik Historii
Key words: Zamosc, renaissance, Bernardo Morando. ideal town, monuments, UNESCO, Monument of History
JEL: L83, Z32, Z39

Wprowadzenie

Współcześnie Zamość jest uznawany za fenomen w historii architektury, nie tylko polskiej, ale też europejskiej (Łapa i in. 2005). W literaturze przedmiotu i przewodnikach turystycznych (np.: Kazimierzczuk 2004; Łapa i in. 2005; Fortuna-Marek i in. 2018), jak i w Internecie (np.: www.antekwpodrozy.pl; www.fabrykaturstytyki.pl; www.zci.zamosc.pl), można odnaleźć informacje o zabytkach Zamościa, które są zlokalizowane w obrębie Starego Miasta, czyli na obszarze ochrony konserwatorskiej. Ochrona ta wynika z obecności miasta na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO¹⁹, a także z faktu obecności Zamościa na Liście Pomników Historii RP²⁰. Rejestr Zabytków wymienia ponad 150 zabytków w mieście Zamość, w tym ponad 100 obiektów zlokalizowanych bezpośrednio na Starym Mieście i w najbliższej okolicy, obejmuje także Rotundę oraz Park Miejski z kojcem wraz ulicami i placami publicznymi (*Rejestr Zabytków Nieruchomych – województwo lubelskie*, Narodowy Instytut Dziedzictwa,). Krajobraz kulturowy Zamościa, to połączenie stylów odzwierciedlających różne epoki i czasy, m.in.: renesans, barok, a także czasy zaborów.

Od XVI w., czyli okresu, w którym Jan Zamoyski ufundował Zamość, czyniąc go siedzibą swojej Ordynacji, krajobraz architektoniczny przekształcał się, wraz z wpływem czasu. Niektóre, z pierwotnie wybudowanych budynków zmieniły swój wygląd, w wyniku przebudowań, lub na skutek wydarzeń historycznych (np.: Kościół ZNMP, potocznie nazywany Kościołem Franciszkanów, który w przeszłości był kinem, koszarami, a obecnie jest miejscem kultu religijnego). Omawiając historię Zamościa, nie można zapomnieć, że od samego początku intencją fundatora było to, aby miasto było wielokulturowe, to znaczy aby mieszkali

w nim przedstawiciele różnych nacji (m.in.: Grecy, Żydzi, Ormianie). Dzięki temu, współcześnie spacerując po Starym Mieście, można podziwiać katolicką katedrę, która obecnie jest miejscem kultu religijnego, a także dawną synagogę, która obecnie pełni funkcję muzeum. Znajdując się na Rynku Wielkim, można dostrzec kolorową mozaikę kamienic i budynków, niegdyś handlowych i mieszkalnych, w których obok siebie i w zgodzie żyli Ormianie, Grecy, a także Żydzi. Zamojskie Stare Miasto to przemyślana kompozycja ulic, budynków i placów, połączonych ze sobą jak organy jednego organizmu. Bardzo ładne i ciekawe podsumowanie tego, jak różnorodny jest Zamość zawarto w publikacji: *Gminny program opieki nad zabytkami miasta Zamość* (Fortuna-Marek i in. 2020). Autorzy piszą w niej o Zamościu, w następujący sposób: „*W przypadku Zamościa mamy do czynienia z wyjątkowym pod względem wartości zasobem historycznego (zabytkowego) krajobrazu kulturowego. Jest to krajobraz miejski (zurbanizowany), zdominowany wartościami historycznymi, artystycznymi i naukowymi*”. Taka puenta zdaje się być idealnym odzwierciedleniem, tego jaki jest Zamość i zarazem wstępem do opowieści o wybranych zabytkach, walorach i atrakcjach Perły Renesansu.

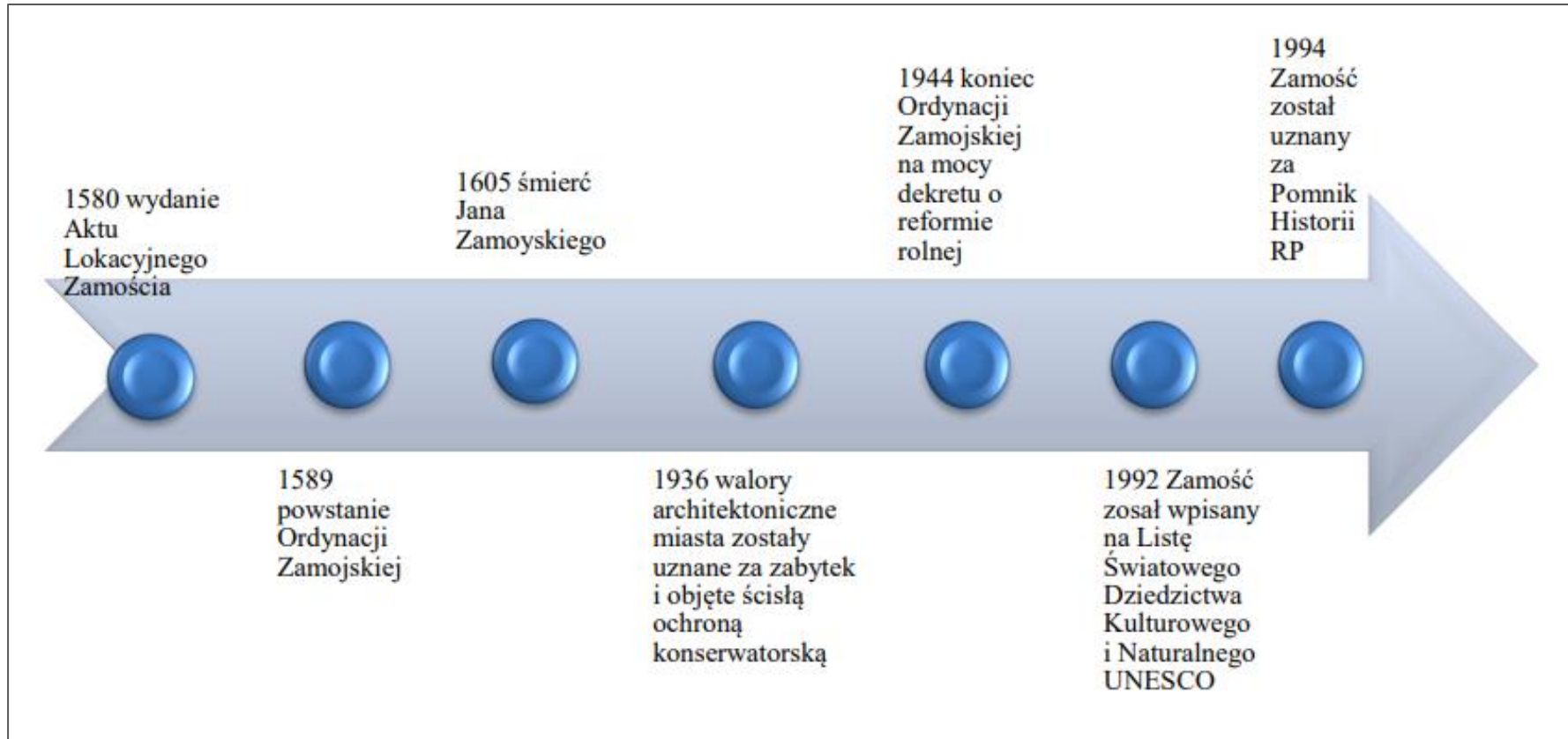
Rys historyczny

Zamość powstał pod koniec XVI w. Pierwsze, istotne wzmianki historyczne dotyczące miasta pojawiły się w 1580 r. Wtedy wydano Akt i Przywilej lokacyjny dla miasta. Niedługo potem, w 1589 r. powstała także Ordynacja Zamojska, która była czymś w rodzaju państwa w państwie. Posiadała ona własne sądownictwo, siły militarne, rolnictwo, przemysł, rzemiosło i handel, a także własną drukarnię i uczelnię wyższą – Akademię Zamojską (Witusik 1978). Pierwszym ordynatem był Jan Zamoyski, Hetman Wielki Koronny, który żył w latach 1542-1605. Pod koniec jego życia, majątek wchodzący w skład Ordynacji liczył 6 miast i 149 wsi (Witusik 1978). Obecnie, jak podaje Urząd Statystyczny w Lublinie (lublin.stat.gov.pl), w 2019 roku miasto miało 30 km² powierzchni i liczyło ponad 63 tysiące mieszkańców. Zamojskie Stare Miasto jest jednym z 17 obiektów z Polski znajdujących się na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO (www.unesco.pl). Na rycinie 1. zaprezentowano najważniejsze daty z historii Zamościa.

¹⁹ W dalszej części artykułu zastosowano zamiennie nazwy: *Lista UNESCO, Lista Światowego Dziedzictwa UNESCO*,

²⁰ W artykule zastosowano także: *Pomnik Historii, Pomnik Historii RP*

Ryc. 1. Najważniejsze daty z historii Zamościa²¹



Źródło: opracowanie własne, 2024.

²¹ Źródła pozyskania wybranych dat zostały ujęte w bibliografii

Rola i znaczenie najwyższych form ochrony zabytków dla miasta Zamościa

Walory kulturowe i historyczne Zamościa, jego wartość i znaczenie dla historii Polski i świata zostały docenione przez instytucje krajowe, samorządowe i światowe. W literaturze przedmiotu Zamość jest przedstawiany jako dobro architektoniczne o najwyższej wartości (np.: Fortuna-Marek i in. 2018). W 1936 r. walory architektoniczne miasta zostały oficjalnie uznane za zabytek i objęte ścisłą ochroną konserwatorską (www.zabytek.pl).

Pomnik Historii

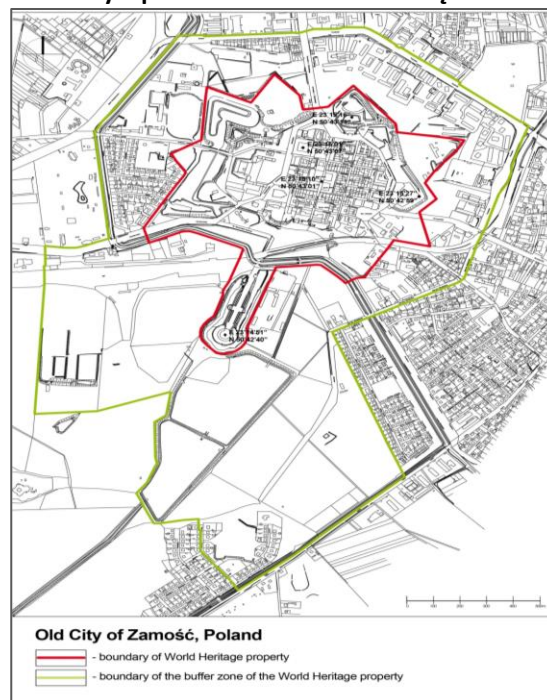
Jak podaje strona Narodowego Instytutu Dziedzictwa (www.nid.pl): *Pomnik Historii to jedna z pięciu form ochrony zabytków wymienionych w Ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Terminem tym określa się zabytek nieruchomy o szczególnym znaczeniu dla kultury. Rangę pomnika historii podkreśla fakt, że jest on ustanawiany rozporządzeniem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej na wniosek Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W przypadku dzieł architektury kryteria (Kryteria wyboru, www.nid.pl), stanowią, że dany zabytek musi między innymi: prezentować wybitne walory architektoniczne, a przy tym być jednorodny stylistycznie lub o czytelnym i zharmonizowanym ze sobą nawarstwieniach (www.nid.pl).*

Miasto Światowego Dziedzictwa UNESCO

UNESCO jest agendą Organizacji Narodów Zjednoczonych dla Wychowania, Nauki i Kultury (www.unesco.pl). Podstawowe działania tej organizacji skupiają się wokół wspierania międzynarodowej współpracy w zakresie kultury, nauki i sztuki. W 1972 r. UNESCO przyjęło Konwencję dotyczącą Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego, co przyczyniło się do powstania Listy Światowego Dziedzictwa (www.turystyka.zamosc.pl). W 1992 r. Zamość został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Zamość wpisano na podstawie Kryterium IV. W uzasadnieniu stwierdzono: Kryterium (IV): *Zamość jest wyjątkowym przykładem miasta renesansowego zaprojektowanego w końcu XVI wieku, które zachowało swoje oryginalne rozplanowanie, fortyfikacje oraz dużą liczbę ważnych budynków, łączących włoskie i środkowo-europejskie tradycje budowlane*

(ICOMOS, October 1992, whc.unesco.org; Fortuna-Marek i in. 2018). Zamość został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa podczas XVI sesji odbywającej się w Santa Fe w USA 14 grudnia 1992 r. Kopię dokumentu przedstawiającego wpis Zamościa na Listę UNESCO zaprezentowano na rycinie nr 3.

Ryc. 2. Granice obszaru chronionego na mocy wpisu miasta Zamość na Listę UNESCO



Źródło: Fortuna-Marek i in.: *Stare Miasto w Zamościu Plan Zarządzania Dobrem Światowego Dziedzictwa UNESCO założenia i kluczowe działania /materiał do konsultacji*, 2018, s.4, data dostępu 02.06.2022r

Ryc.3. Decyzja o wpisie miasta na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO



Źródło: www.zamosciopedia.pl/index.php/li-lk/item/1835-lista-swiatowego-dziedzictwa-kulturowego-unesco, data dostępu: 03.06.2022r

Tekst na dokumencie, przedstawionym na rycinie nr3. potwierdza wpis Zamościa na Listę UNESCO. Brzmi on następująco: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage; The World Heritage Committee has inscribed the Old City of Zamość on the World Heritage List; Inscription on this List confirms the exceptional and universal value of a cultural or natural site which requires protection for the benefit of all humanity* (Decyzja o wpisie miasta na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, www.zamosciopedia.pl). W tłumaczeniu oznacza to: *Organizacja Narodów Zjednoczonych dla Wychowania, Nauki i Kultury; Konwencja o Ochronie Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego; Komitet Światowego Dziedzictwa wpisał Stare Miasto Zamość na Listę Światowego Dziedzictwa; Wpis na tę Listę potwierdza wyjątkową i uniwersalną wartość miejsca kulturowego lub przyrodniczego, które wymaga ochrony dla korzyści całej ludzkości* (tłumaczenie własne). W tych kilku zdaniach wyrażono istotę i wielkość uznania Starego Miasta w Zamościu za dobro o światowej randze.

Wpisanie obiektu na Listę Światowego Dziedzictwa nakłada na państwo obowiązek jego ochrony przed zniszczeniem i zachowanie go jak najstaranniej w niezmięnionej postaci (www.turystyka.zamosc.pl). W Zamościu na Listę wpisano całe Stare Miasto, jednakże strefa ochrony konserwatorskiej obejmuje także fortyfikacje położone na terenach wokół twierdzy. Jak podaje portal zabytki.zamosc.pl: *granice ochrony konserwatorskiej wyznaczają: ulice Peowiaków i Sadowa od północy, rzeka Łabuńka z terenem wokół Rotundy od zachodu i południa oraz ulice Podwale, Okopowa i Peowiaków od wschodu*. Ochronie podlega cały teren, a nie poszczególne obiekty. Rejestr zabytków wymienia ponad 100 obiektów na zamojskiej Starówce. Obejmuje także rotundę oraz Park Miejski z kojcem. Rejestr zabytków podlegających ochronie otwiera wpis: *„Stare Miasto w obrębie fortyfikacji wraz ze wszystkimi budynkami murowanymi i drewnianymi, ruinami, drzewostanem oraz ulicami i placami publicznymi”* (www.turystyka.zamosc.pl; www.zabytki.zamosc.pl). Wielkość chronionego obszaru wraz ze Strefą Buforową wynosi 75.0391 ha, a sama Strefa Buforowa to 214.916 ha (www.whc.unesco.org). Granice obszaru chronionego na mocy wpisu miasta na Listę UNESCO przedstawiono na rycinie nr 2.

Jak podaje strona internetowa Ligi Miejsc Światowego Dziedzictwa w Polsce: *„Zamość jest rzadkim przykładem niemal całkowicie zachowanego miasta renesansowego(...) wzniesionego (...) w oparciu o włoskie teorie „miasta idealnego”. To jedyny tego rodzaju przykład miasta prywatnego (...) rozplanowanego na szlaku handlowym łączącym zachodnią i północną Europę z Morzem Czarnym. Ta wybitna urbanistyczna kreacja będąca wyrazem twórczego geniuszu człowieka odcisnęła znamienne piętno w rozwoju architektury i na płaszczyźnie planowania przestrzennego miast, nie tylko w Polsce, ale także w całej Europie Środkowej”* (www.worldheritage.pl).

Koncepcje na temat miasta idealnego na przestrzeni epok i ich wpływ na ukształtowanie Zamościa

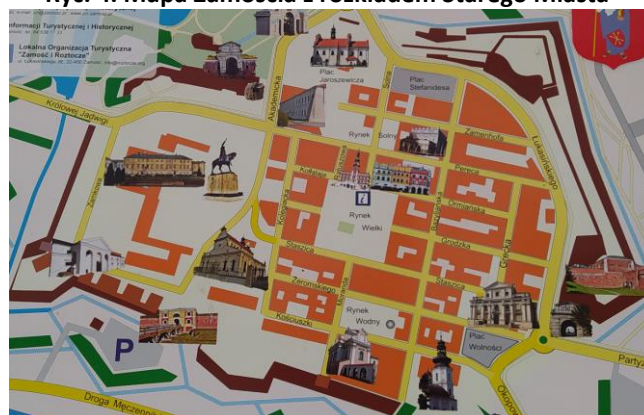
W renesansie powracano do ideałów znanych jeszcze z antyku. Sama nazwa jest kojarzona z odrodzeniem, czyli powrotem do starożytności. Bernardo Morando projektując Zamość na zlecenie Hetmana Jana Zamoyskiego, miał stworzyć miasto idealne. Obecnie, wiele wieków później, można dostrzec że to, co próbowano osiągnąć tworząc miasta doskonałe, to było poszukiwanie ładu, harmonii, swego rodzaju pierwiastka boskości. Rozważania te stały się tematem książek i opracowań (np.: Gutowski 2006). Jak podają Fortuna-Marek i in. (2018): *Poszukiwania rozwiązań idealnych(...) są próbą intelektualnego porządkowania świata (...) Wyrażają się w rozmaitych dziedzinach, w tym w urbanistyce(...)*. Na ukształtowanie idealnego miasta w renesansie, duży wpływ miała myśl neoplatoniska, opierająca się na kole i wpisaniu w nie form. Taki układ był idealny, ponieważ odwoływał się do figury będącej obrazem nieskończoności (Gutowski 2006). Przyczyną zastosowania takiej figury jak koło i umieszczaniu w nim figur geometrycznych, oraz innych form, zdaje się być istotna rola geometrii, w której ważną rolę odgrywają proporcje, liczby, symbolika wymiarów. W swojej publikacji Fortuna-Marek i in. (2018) dokonują przeglądu teorii i założeń urbanistycznych które ukształtowały się w renesansie, a z których część pochodzi z Włoch (np.: Traktat Giorgio Vasariego). Pozwalają one ulokować teorie dotyczące Zamościa w kontekście założeń historyczno-urbanistycznych. Nie bez znaczenia ich zdaniem, jest fakt że architekt Zamościa – Bernardo Morando, był dobrze zorientowany w teorii urbanistyki i architektury i to, że pochodził ze środowiska artystycznego skupionego między Wenecją a Padwą.

Antropomorficzna struktura miasta

Jak podaje Wikipedia: *antropomorfizacja lub antropomorfizm – zabieg językowy, polegający na nadawaniu niebędącym ludźmi przedmiotom, pojęciom, zjawiskom, zwierzętom itp. cech ludzkich i ludzkich motywów postępowania* (pl.wikipedia.org). W publikacji: *Stare Miasto w Zamościu Dobro Światowego Dziedzictwa UNESCO OCENA WARTOŚCI I PLAN ZARZĄDZANIA*, Fortuna – Marek i in. (2018) piszą, że struktura antropomorficzna pojawiła się w traktacie Francesco di Giorgio Martiniego, z końca XV w. Martini stwierdzał, że najdoskonalszym bytem jest ten, który jest stworzony przez Boga, czyli ludzkie ciało. Wizualizacja ciała człowieka, jako modelu miasta idealnego została przedstawiona na rycinie nr 5. W odniesieniu do miasta struktura ta odnosi się do elementów zabudowy miejskiej, które jak ludzkim ciele mają określone role. Na rycinie nr 4. przedstawiono mapę Zamościa z rozkładem Starego Miasta. W ciekawy sposób pisze o tym także prof. Jerzy Kowalczyk, w rozdziale zatytułowanym: *Ideologiczne aspekty urbanistyki Zamościa*, który jest fragmentem książki *Kultura i ideologia Jana Zamoyskiego* (2005). W swych rozważaniach zwraca on na powiązania pomiędzy miastem, a kolegiatą (obecnie katedra). Podstawą planu obu jest układ antropomorficzny. Kowalczyk nawiązując do omawianego układu opisuje związki pomiędzy miastem, a świątynią. Zwraca uwagę, że np.: kaplice przy prezbiterium są odpowiednikami kolegiaty i akademii, a podłużne nawy to odpowiedniki ulic z arkadowymi portykami. Plan miasta z naniesionym planem kolegiaty przedstawiono na rycinie nr 6. Widoczne powiązania, zdaniem Kowalczyka są świadomym zabiegiem fundatora, co wyróżnia zarówno kolegiatę, jak i miasto na tle renesansowej urbanistyki europejskiej (Kowalczyk, 2005). Co ciekawe, proporcje kościoła w stosunku do proporcji miasta wynoszą, trzy do dwóch (3:2) i stanowią piętnastokrotnie mniejsze odbicie wymiarów ówczesnego miasta (polska-org.pl). Patrząc na rycinę nr 6 można dostrzec, że po nałożeniu na siebie planów kolegiaty i miasta są one niemal spójne.

Przekładając strukturę antropomorficzną na plan Zamościa Pałac Zamoyskich jest głową, ulica Grodzka to kręgosłup, Rynki Solny i Wodny to organy wewnętrzne, bastiony to łokcie i ręce do obrony, a Rynek Wielki to serce (www.newspolishdesign.pl; Kowalczyk 2005).

Ryc. 4. Mapa Zamościa z rozkładem Starego Miasta



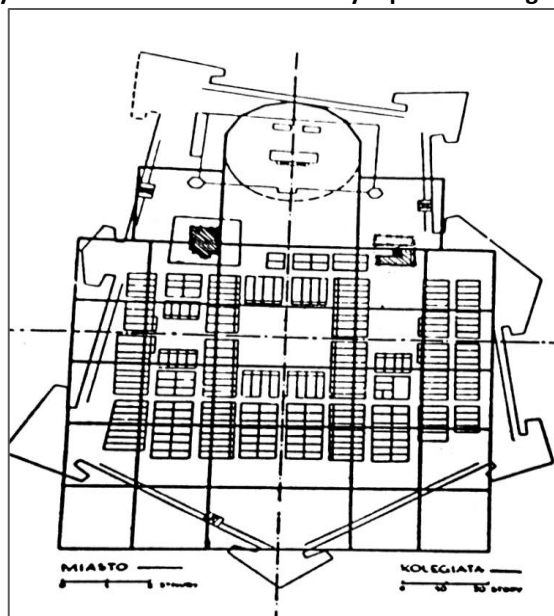
Źródło: fotografia własna, 2020.

Ryc. 5. Człowiek jako model miasta idealnego, z kodeksu Francesco di Giorgio Martiniego z ok. 1500 r.



Źródło: Kowalczyk J. *Kultura i ideologia Jana Zamoyskiego*, Wydawca: Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Muzeum Zamojskie, Warszawa 2005, s. 253, data dostępu: 02.06.2022.

Ryc. 6. Plan Zamościa z naniesionym planem kolegiaty



Źródło: Kowalczyk J., 2005, *Kultura i ideologia Jana Zamoyskiego*, Wydawca: Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Muzeum Zamojskie, Warszawa, s. 252, data dostępu: 14.06.2022

Jednym z najstynniejszych planów omawiających architekturę i rozplanowanie Zamościa, jest *Perspektywiczny plan Zamościa* z ok. 1603 roku, z dzieła Geорга Brauna. Zaprezentowano go na rycinie nr 7.

Ryc. 7. Perspektywiczny plan Zamościa z ok. 1603 r.

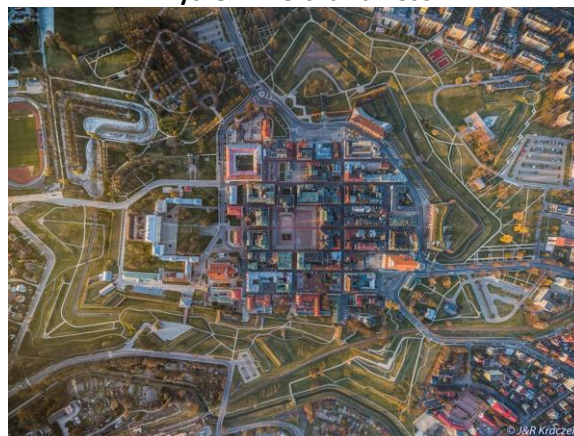


Źródło: Georg Braun & Franz Hogenberg - <http://www.barron.co.uk/?pgid=180>, Domena publiczna, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=1944533>, pozyskano z: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Zamo%C5>, data dostępu 12.06.2022r

Zdaniem Kowalczyka (2005), Zamoyskiemu zależało na ujednoliconej architekturze miasta i ustalił on w tym celu określone normy, dotyczące budynków. Na omawianym

planie, można dostrzec, że kompozycja, jaką tworzy miasto jest jednorodna i spójna, właśnie m.in.: dzięki owym normom, o których pisze Kowalczyk. Na rycinie nr 7. przedstawiono *Perspektywiczny plan Zamościa*. Jest to najstarsze wyobrażenie miasta. Na tym wyobrażeniu pokazano dokładnie obwarowania miasta, regularne kształty i schemat dawnej zabudowy. Miasto w tamtym czasie łączyło funkcje handlową, społeczną, kulturalną i co najważniejsze obronną. W dolnej części widnieje inskrypcja: *ZAMOSCIVM. Nova Poloniae civitas, a magnifico eius regni Cancellario a fundamentis exstructa*, co w tłumaczeniu oznacza: *Zamość. Nowe miasto Polski przez dostojnego tego Królestwa kanclerza od fundamentów zbudowane* (www.zamosciopedia.pl). Widok współczesny zaprezentowano na rycinie nr 8.

Ryc. 8. Twierdza Zamość



Źródło: fot. autorstwa J&R Kraczek, pozyskano z: <https://www.wykop.pl/wpis/49523553/twierdza-zamosc-fot-j-amp-r-kraczek---zapraszam-ws/>, data dostępu: 27.06.2022r

Charakterystyka wybranych zabytków

Rynek Wielki

Rynek Wielki w Zamościu jest jednym z najpiękniejszych XVI-wiecznych placów w Europie. To reprezentacyjny plac miasta. Na nim krzyżują się pod kątem prostym 2 osie Starego Miasta – ulica Grodzka o długości 600 metrów i ulice Solna i Moranda liczące 400 m. Ta ostatnia łączy Rynek Wielki z Rynkiem Solnym i Rynkiem Wodnym (Łapa i in. 2005). Na rycinie nr 9. zaprezentowano symetryczny kształt kwadratu – Rynek Wielki o wymiarach 100 x 100 metrów. Wokół niego znajdują się dawne kamienice mieszczkańskie, piękne podcienia i Ratusz. Współcześnie Rynek Wielki jest miejscem koncertów, jarmarków i wydarzeń artystyczno-

kulturalnych w Zamościu (np.: Jarmark Hetmański, Juwenalia Akademii Zamojskiej, Zamojska Arlekinada).

Ryc. 9. Rynek Wielki w Zamościu, widok z Ratusza



Źródło: fotografia własna, 2024.

Ratusz

Ratusz znajduje się przy Rynku Wielkim. Został on zbudowany na przełomie XVI i XVII wieku według projektu Bernarda Moranda – architekta Zamościa. To, co go wyróżnia to fakt, że nie zajmuje on centralnej części Rynku Wielkiego, ale został wkomponowany w ciąg kamienic tworząc tym samym jedną całość. Na stronie internetowej Zamościopedii, czyli internetowej encyklopedii Zamościa autorstwa Andrzeja Kędziory, można przeczytać, że: „Wzorowane na stylu włoskim ratusze wznoszono w całej Europie od Amsterdamu po Augsburg i od Lipska po Zamość” (www.zamosciopedia.pl, za: N. Davies Europa, 1998). Pierwsza przebudowa ratusza miała miejsce już w latach 1639 – 1651. Wówczas powiększono i podwyższono gmach, a z trzech stron powstały podcienia. W XVIII wieku (lata 1767-1770) wybudowano dwuskrzydłowe schody wsparte na arkadach. W czasach zaborów budynek został pozbawiony ozdobnych attyk i bogatego wystroju elewacji, ale w okresie powojennym przywrócono mu dawną świetność. Współcześnie ratusz ma wieżę zegarową o wysokości 52 metrów, nad wejściem znajduje się herb miasta przedstawiający Św. Tomasza Apostoła (patrona miasta). Z wieży ratuszowej o godzinie 12.00 grany jest hejnał zamojski, który wybrzmiewa tylko w 3 strony świata, oprócz Krakowa. Jak podają legendy, ma to związek z dawną niechęcią wobec tego miasta, z którym w przeszłości Zamość konkurował (Łapa i in. 2005). Ratusz zaprezentowano na rycinie nr 10.

Ryc. 10. Ratusz w Zamościu



Źródło: fotografia własna, 2024.

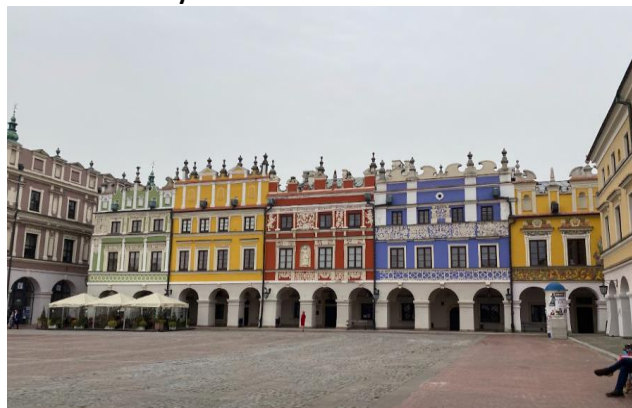
Kamienice ormiańskie

Kamienice ormiańskie znajdują szczególne miejsce w przewodnikach poświęconych zamojskiemu Staremu Miastu. Wynika to z tego, że są one bardzo bogato zdobione. Podziwiając je można dostrzec liczne sztukaterie, wzory, ornamenty i wypukło rzeźbione figury np.: Madonny, Św. Kazimierza, aniołów, a także postaci z mitologii. Do najważniejszych kamienic ormiańskich można zaliczyć:

- a) Kamienica Wilczkowska (zielona),
- b) Kamienica Rudomiczowska (żółta),
- c) Kamienica Pod Aniołem (czerwona)
- d) Kamienica Pod Małżeństwem (niebieska)
- e) Kamienica Pod Madonną (pomarańczowo – żółta).

Zaprezentowano je na rycinie nr 11.

Ryc. 11. Kamienice ormiańskie

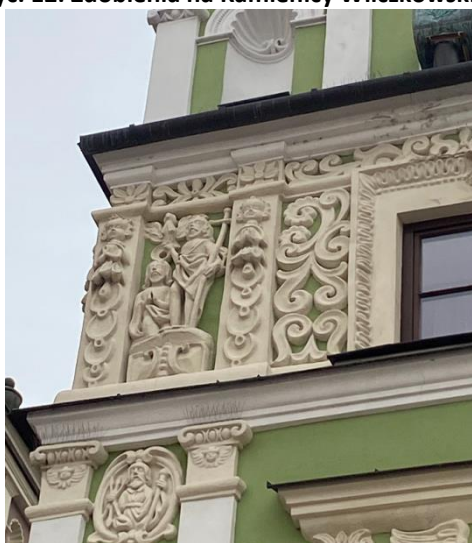


Źródło: fotografia własna, 2024.

Kamienica Wilczkowska

Jak podaje strona internetowa zabytek.pl, jest to kamienica renesansowo – barokowa, znajdująca się w centralnej części, najbliższej ratusza. Jest orientowana, trójkondygnacyjna, posiada ozdobną attykę. Na parterze zdobiona przez dwuarkadowe podcienie. Ponad łukami, na granicy pierwszego piętra można podziwiać fryz z plecionką, która tworzy okręgi. Nad oknami pierwszego piętra znajdują się gzymsy. Okna z drugiego piętra mniejsze od znajdujących się niżej, są ozdobione bogato można dostrzec motywy roślinne i ornamenty (zabytek.pl). Motywy roślinne i zdobienia są widoczne na rycinie 12.

Ryc. 12. Zdobienia na Kamienicy Wilczkowskiej



Źródło: fotografia własna, 2024.

Kazimierczuk (2004) pisze, że była ona początkowo parterowa. W pierwszej połowie XVII wieku jej właścicielem był profesor Akademii Zamojskiej, Adam Burski. W 1665 r. przejął ją Jan Wilczek, rajca zamojski. To jemu kamienica zawdzięcza nazwę i dobudowane piętro. Obecny kształt przybrała w latach 1672-1676 – wtedy otrzymała bogate dekoracje we frontowych i bocznych fasadach. W lewym górnym rogu można podziwiać płaskorzeźbę św. Jana Chrzciciela, który udziela chrztu Jezusowi. Nie jest to przypadkowe, ponieważ to właśnie on jest patronem Jana Wilczka. Jeszcze niżej znajduje się płaskorzeźba św. Tomasza Apostoła (Kazimierczuk 2004).

Kamienica Rudomiczowska

O tej kamienicy Kazimierczuk (2004) pisze, że powstała ona w latach 1645-1672. Jej losy przez jakiś czas związane były z profesorami Akademii Zamojskiej, najpierw Kołakowskiego, a potem Rudomicza, od którego nazwiska pochodzi nazwa. Był on rektorem Akademii Zamojskiej. Pod kątem architektonicznym więcej informacji na temat omawianego budynku można znaleźć na stronie zabytek.pl prowadzonej przez Narodowy Instytut Dziedzictwa.

Elewacja frontowa owej kamienicy jest manierystyczną dekoracją, na której są fryzy i kamienne dekoracje okien. Jest orientowana, trójkondygnacyjna i wsparta na trzech arkadach. Nad oknami można podziwiać masywne gzymsy okienne i znajdujący się nad nimi fryz z bogatym zdobieniem. Jeszcze wyżej znajduje się cokół pochodzący z attyki z pilastrami i ramami z motywami wypukłych kształtów owalnych. (Kazimierczuk 2004; zabytek.pl). Zaprezentowano ją na rycinie nr 13.

Ryc. 13. Kamienica Rudomiczowska



Źródło: fotografia własna, 2024.

Kamienica Pod Aniołem

O kamienicy Pod Aniołem wiadomo tyle, że bywa również nazywana kamienicą Pod św. Małgorzatą lub Kamienicą Bartoszewiczów. Należała ona do kupca ormiańskiego Gabriela Bartoszewicza. Figura, która znajduje się na wysokości pierwszego piętra to Archanioł Gabriel, patron właściciela kamienicy z czasów jej powstania (Łapa

i in. 2005). Szerszy opis podobnie, jak w przypadku poprzednich kamienic, można odnaleźć na stronie zabytek.pl. W ślad za tym można przeczytać, że kamienica posiada manierystyczną dekorację i jest to jedna z najbardziej zdobionych kamienic ormiańskich.

Ryc. 14. Kamienica Pod Aniołem



źródło: fotografia własna, 2024.

Ryc. 15. Kamienica Pod Aniołem



Źródło: fotografia własna, 2024.

Ryc. 16. Kamienica Pod Aniołem



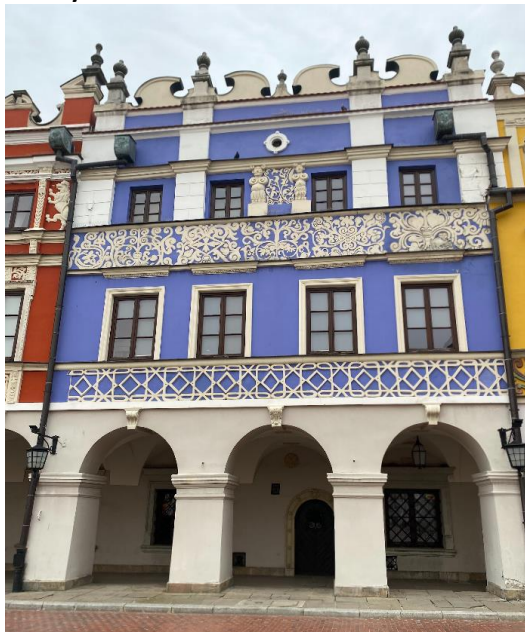
Źródło: fotografia własna, 2024.

Podobnie, jak inne kamienice – ta także jest orientowana. Kamienica posiada trójarkadowe podcienia, na fasadzie znajduje się attyka. Na całej elewacji można podziwiać bogate, orientalne zdobienia. Pomiędzy oknami pierwszego piętra znajduje się wspomniana wcześniej płaskorzeźba Archanioła. Drugie piętro zdobią lwy i smok na tle liścia akantu. Główne drzwi wejściowe prowadzące od frontu zdobi portal (Łapa i in. 2005; zabytek.pl). Przedstawiono ją na rycinach: 14, 15, 16.

Kamienica „Pod Małżeństwem”

Łapa i in. (2005) opisując Kamienicę „Pod Małżeństwem” piszą, że bywa też nazywana „Szafirową” od koloru elewacji.

Ryc. 17. Kamienica Pod Małżeństwem



Źródło: fotografia własna, 2024.

Ryc.18. Kamienica Pod Małżeństwem



fotografia własna, 2024.

Należała do małżeństwa – rodziny Ariewowiczów. Powstała ona pod koniec XVI wieku. Należała do ormiańskiego kupca z Łucka. Pierwotnie była parterowa. Wyróżnia się płaskorzeźbą pary, interpretowanej jako małżeństwo. Owe „Małżeństwo”, to widoczna na rycinach 17. i 18. groteskowa para przedstawiająca mężczyznę i kobietę. Na twarzy kobiety można dostrzec uśmiech, natomiast mężczyzna jest smutny. Istnieje też legenda, przytoczona przez portal turystyka.zamosc.pl, która przedstawia odwrotną interpretację – mężczyzna jest wesoły, a kobieta smutna. Legenda ta głosi, że pan tego

domu nie był w stanie wytrzymać z kłótniową żoną. Wielokrotnie prosił ją o odrobinę spokoju. Te prośby jednak okazały się nieskuteczne, więc sięgnął po ostateczność i oskarżył ją o czary, za co spotkała ją kara – spalenie na stosie. Stąd uśmiech kamiennego pana. Niezależnie od tego, w jakim nastroju przedstawiona jest para, warto zwrócić uwagę na to, co znajduje się wokół płaskorzeźby. Figurkom towarzyszą zdobienia, motywy roślinne i orientalne, co zdaniem Łapy jest dowodem cech orientalnych wprowadzonych przez właściciela kamienicy – Ormianina Torosza. Kazimierczuk (2004) dodaje, że przez historyków, właśnie Kamienica „Pod Małżeństwem” jest uważana za najbardziej typową dla kamienic ormiańskich w Zamościu. Od strony architektonicznej, więcej informacji dostarcza wpis poświęcony zabytkowi na stronie Narodowego Instytutu Dziedzictwa (zabytek.pl). W ślad za tym, można dowiedzieć się, że jak większość budynków tego typu, ta również jest orientowana i podobnie jak w przypadku większości kamienic w Zamościu ta także elewacją frontową zwrócona jest w stronę Rynku Wielkiego. Opiera się ona na trój arkadowym podcieniu o półkolistych łukach, nad nim znajduje się gzyms. Oprócz płaskorzeźby, wyróżnia się dwoma fryzami – dolnym, z ornamentami geometryczno-plecionkowymi i górnym z płaską, stylizowaną dekoracją roślinną. W zwieńczeniu kamienicy można podziwiać attykę z pilastrami, które zostały wykorzystane do budowy drugiego piętra. (www.turystyka.zamosc.pl; zabytek.pl; Łapa i in. 2005; Kazimierczuk 2004).

Kamienica Pod Madonną

O tej kamienicy Łapa i in. (2005) piszą, że bywa nazywana „Sołtanowską”. Druga nazwa pochodzi od właściciela – Sołtana Sachwelowicza, ormiańskiego kupca, który handlował tkaninami, a w podcieniach prowadził sklep. Powstała w I połowie XVII w. Kazimierczuk (2004) zaś podaje, że widoczna Madonna jest neobarokowa. Cała kamienica jego zdaniem jest najpiękniejsza ze wszystkich ormiańskich. Kamienica jest orientowana. Przedstawiono ją na rycinach nr: 19. i 20.

Ryc. 19. Kamienica Pod Madonna



Źródło: fotografia własna, 2024.

Z architektonicznego punktu widzenia warto zwrócić uwagę na całą frontową elewację. Na dole znajdują się trójarkadowe podcienia, nad nimi szeroki fryz z motywami wici roślinnej. Pierwsze piętro jest ukształtowane w asymetryczny sposób. Okna są prostokątne, niektóre w ozdobnych ramach. Górne są zwieńczone masywnymi gzymsami, nad nimi znajdują się zdobione kartusze herbowe z monogramami „SS” (Soltan Sachwelowicz). Madonna, której płaskorzeźba jest najbardziej charakterystyczna, znajduje się pomiędzy oknami środkowym i wschodnim. Przedstawia ona Matkę Boską wspartą na smoku, która na rękach trzyma Dzieciątko Jezus. (zabytek.pl; Kazimierczuk 2004; Łapa i in. 2005).

Ryc.20. Kamienica Pod Madonna



Źródło: fotografia własna, 2024.

Kamienica Linkowska

Kamienica ta, to XVII – wieczna budowla, pierwotnie jednopiętrowa, łączy się bezpośrednio z sąsiadującymi budynkami. Elewacja jest dwuosiowa i ceglana, całość składa się z trzech kondygnacji. W dolnej kondygnacji można podziwiać dwuarkadowe podcienie. Szczególną uwagę oprócz rzeźb umieszczonych w fasadzie zwracają trzy pilastry wykonane w porządku jońskim. (Łapa i in. 2005; zabytek.pl). Jest orientowana, skierowana ku Rynkowi Wielkiemu. Znajduje się w zachodniej części Rynku Wielkiego. Nie należy do grona „kamienic ormiańskich”, ale wyróżnia się urokliwą fasadą, w której znajdują się popiersia postaci z mitologii rzymskiej – Minerwy i Heraklesa. Według legend miały one stać na straży porządku, ponieważ właściciel (Michał Link) obawiał się nękania przez ducha Morando, z uwagi na wybudowanie obiektu w odmiennym od Morandowskiego stylu (Łapa i in. 2005). Z punktu widzenia architektury, kamienica ta wyróżnia się fasadą, w kolorze czerwonym, która nawiązuje do północnego klasycyzującego baroku. Zaprezentowano ją na rycinach nr: nr 21 i 22.

Ryc. 21. Kamienica Linkowska



Źródło: fotografia własna, 2024.

Ryc.22. Kamienica Linkowska



Źródło: Fotografia własna, 2024

Katedra

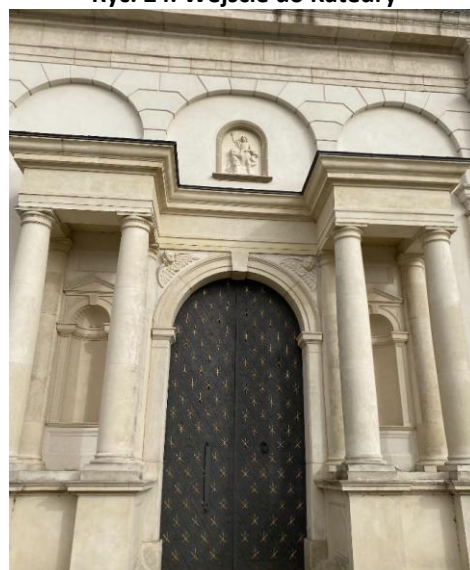
Ostatnim obiektem, omówionym w niniejszym artykule, świadczącym o wybitnych walorach architektonicznych Zamościa jest Katedra p.w. Zmartwychwstania Pańskiego i świętego Tomasza Apostoła. Znajduje się ona na południowym zachodzie w stosunku do Rynku Wielkiego. Jak podaje Zdzisław Kazimierczuk (2004): *to najcenniejszy zabytek Starego Miasta w Zamościu, jeden z najbardziej wartościowych zabytków architektury sakralnej przełomu XVI i XVII wieku w Polsce*. Cała świątynia jest zbudowana w stylu późnorenansowym, składa się z pięcioprzęsłowego korpusu nawowego opartego na planie kwadratu, prezbiterium i kaplic znajdujących się po obu stronach.

Ryc. 23. Kaplica wewnątrz Katedry



Źródło: fotografia własna, 2024

Ryc. 24. Wejście do Katedry



Źródło: fotografia własna, 2024

Jest bazyliką trójnawową. Kościół jest orientowany. W czasie swojego istnienia była przebudowana w stylu klasycystycznym w latach 1824–26, przez J. Mallet-Malletskiego. W XX w. przeszła generalny remont, a następnie była odnowiona w latach 2010 – 2011 (www.katedra.zamojskolubaczowska.pl; Fortuna Marek i in. 2018). Już w XVI wieku intencją fundatora było to, aby w świątyni znalazły się cenne przedmioty i dzieła. Dzięki temu przebywając w obecnej katedrze można podziwiać wybitne dzieła malarskie i rzemieślnicze twórców europejskich np.: obrazy Jacopo Tintoretta z Włoch, czy wykute w srebrze, rokokowe tabernakulum projektu zamojskiego inżyniera Jerzego de Kawe, a wytworzone przez złotników Jana Christiana Jancke i Beniamina Chentschela z Wrocławia (Kazimierczuk 2004). Jak podaje Kowalczyk (2005): *Kolegiata w Zamościu ze wszystkimi elementami rzeźbiarskimi(...) stanowi istny traktat teologiczny, obmyślany przez fundatora i wykonany rękami architekta, rzeźbiarzy i murarzy*. Potwierdza to zatem wielki mecenat i umiłowanie sztuki Jana Zamoyskiego, a także świadomość znaczenia symboliki i całej świątyni. Wewnątrz można podziwiać korynckie filary arkadowe z bogato rzeźbionym belkowaniem i kolebkowe sklepienia z licznymi sztukateriami – motywy roślinne i geometryczne.

Ryc. 25. Wnętrze Katedry



Źródło: Fotografia własna, 2024.

Wewnątrz Katedry, na belkowaniu Jan Zamoyski kazał umieścić napis: *DOMINA MEA VIRGO DEIGENITRIX IN COELUM ASSUMPTA EST – Pani Moja Bogurodzica Dziewica wniebowzięta*. Przytoczona sentencja ma związek z tym, że cała katedra z woli fundatora, była nie tylko wotum dziękczynnym, ale także hołdem wobec Maryi, Matki Odkupiciela i Królowej Apostołów, a słowa te miał wypowiedzieć św. Tomasz Apostoł, po tym jak uwierzył we Wniebowstąpienie NMP (www.katedra.zamojskolubaczowska.pl).

Ryc. 26. Napis wewnątrz Katedry Domina Mea Virgo...



Źródło: Fotografia własna, 2024.

Ryc. 27. Katedra, widok od frontu



Źródło: Fotografia własna, 2024.

Dojrzalszość katedry doczekała się naśladowania, ponieważ, jak podaje cytowany wcześniej Kazimierczuk (2004): w XVII wieku architekt Paweł Dominicini wzorował się na niej tworząc kościół bernardynów we Lwowie. Pisząc o katedrze Kazimierczuk (2004) podaje, że Jan Zamoyski w swoim testamencie wyraził pragnienie, aby Zamość stał się siedzibą biskupstwa, a kolegiata katedrą. Marzenie fundatora spełniło się dopiero w 1992 roku na mocy decyzji papieża Polaka - Jana Pawła II o utworzeniu diecezji zamojsko-lubaczowskiej i podniesieniu kolegiaty do rangi Katedry (www.katedra.zamojskolubaczowska.pl; Kazimierczuk 2004).

Podsumowanie

Celem artykułu była próba odpowiedzi na pytania: jakie uwarunkowania kulturowe i historyczne czynią Zamość miastem atrakcyjnym turystycznie, oraz jak uhonorowanie miasta najwyższymi formami ochrony zabytków, wpływa na jego atrakcyjność? Postawiono hipotezę, iż Zamość jest atrakcyjny turystycznie.

W wyniku przeprowadzonej analizy i po zapoznaniu się z literaturą przedmiotu sformułowano następujące wnioski:

Zamość jest miastem atrakcyjnym turystycznie. Potwierdzenie tego można odnaleźć w przytoczonej w artykule literaturze. Przemawia za tym również uznanie miasta za Pomnik Historii i Dobro Światowego Dziedzictwa

UNESCO. W literaturze przedmiotu Zamość jest przedstawiany jako dobro architektoniczne o najwyższej wartości (np.: Fortuna – Marek i in. 2018).

Walory kulturowe, architektoniczne i historyczne Zamościa, jego wartość i znaczenie dla historii Polski i świata zostały docenione przez instytucje krajowe, samorządowe i światowe. Zamość został uznany za zabytek w 1936 r., w 1994 r. na mocy zarządzenia Prezydenta RP Lecha Wałęsy historyczny zespół miasta w zasięgu obwarowań XIX wieku został uznany Pomnik Historii RP i w 1992 r., 14 grudnia w Santa Fe w USA Zamość został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Naturalnego UNESCO. Uhonorowanie miasta, a konkretniej Starego Miasta, wraz ze strefą buforową tak wieloma, prestiżowymi formami ochrony zabytków jest świadectwem jego wyjątkowości i samo w sobie, świadczy o jego atrakcyjności turystycznej.

Bernardo Morando zaprojektował miasto, które spełniało wiele funkcji - siedziba fundatora, ośrodek akademicki, ważny ośrodek handlowy i twierdza. Miasto Zamość w czasach świetności było przemyślanym tworem, gdzie każdy element był spójnym, logicznym uzupełnieniem większej całości.

Na ukształtowanie miasta miały wpływ: koncepcje miast idealnych, układ antropomorficzny, a także wpływy zaczerpnięte z kultury i architektury włoskiej. Można tu także dostrzec orientalne akcenty (będące pamiątkami po wielokulturowej populacji miasta), widoczne w fasadach kamienic (zwłaszcza kamienice ormiańskie). Na uwagę zasługują także: przywiązanie do tradycji chrześcijańskiej (widoczne w Katedrze), nawiązanie do idealnych proporcji, wyrażone w antropomorficznej strukturze, widocznej zarówno w kompozycji całego miasta, jak i w układzie Katedry. Dbałość o detale i stosowana symbolika, wyrażająca się w wymiarach, układzie, oraz w zdobieniach obecnych na fasadach kamienic, znacząco wpływają na postrzeganie miasta, jako dobra architektonicznego.

Kolejnym uzasadnieniem, potwierdzającym postawione tezy, jest również symetria, widoczna na terenie całego Starego Miasta. Można tu przytoczyć, Rynek Wielki i jego wymiary 100 x 100 metrów, który jest z każdej strony otoczony kamieniczkami, oraz obecność 2 mniejszych Rynków, zlokalizowanych odpowiednio po obu stronach głównego placu miasta (Rynek Wodny i Rynek Solny).

Rejestr Zabytków województwa lubelskiego wymienia blisko 150 obiektów, wśród nich około 100 zlokalizowanych bezpośrednio na Starym Mieście i w jego

najbliższej okolicy. Zaprezentowane w artykule przykłady staromiejskiej zabudowy są zaledwie namiastką, tego co jest wspólnym dziedzictwem kulturowym całej ludzkości.

Krajobraz Zamościa jest zabytkowy, zurbanizowany, przeważają w nim wartości historyczne, artystyczne i naukowe.

Literatura:

- Fortuna-Marek A., Siwek A., Szymgin B. (2020). *Gminny program opieki nad zabytkami miasta Zamościa. Strategiczny dokument samorządu w ochronie zabytków*, Politechnika Lubelska, Lublin, pozyskano z: http://bc.pollub.pl/Content/13520/raport_zamosc.pdf, data dostępu: 16.06.2022r
- Fortuna-Marek A., Siwek A., Szymgin B. (2018) *Stare Miasto w Zamościu Dobro Światowego Dziedzictwa UNESCO OCENA WARTOŚCI I PLAN ZARZĄDZANIA*, Politechnika Lubelska, Lublin pozyskano z: https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/69145/siwek_etal_stare_miasto_w_zamosciu_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0k9sBfymNwD5mZPnktibe5zFZthLLSYdMsHqGwKsKsKVVQARbk-n7w5U, data dostępu: 01.06.2022r
- Gutowski B. (2006) *Przestrzeń marzycieli Miasto jako projekt utopijny*, Warszawa, pozyskano z: https://www.depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/16255/filo_zofia_miasta_miasto_jako_projekt_utopijny.pdf?sequence=1&isAllowed=y, data dostępu: 25.03.2024r
- ICOMOS, October 1992- dokument uzasadniający wpis Starego Miasta w Zamościu na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO opracowany przez Międzynarodową Radę Ochrony Zabytków z października 1992 roku, pozyskano z: <https://whc.unesco.org/document/153768>, data dostępu: 05.07.2022r
- Kazimierzczuk Z.(2004) *Przewodnik kieszonkowy. Zamość zabytki Starego Miasta i Twierdzy* Oficyna Wydawnicza „Kresy” Sp. Z.o.o., Zamość
- Kowalczyk J.(2005) *Kultura i ideologia Jana Zamoyskiego*, Wydawca: Instytut Sztuki Polskiej Akademii Nauk, Muzeum Zamojskie, Warszawa
- Kryteria wyboru uznania za Pomnik Historii*, Narodowy Instytut Dziedzictwa, pozyskano z : <https://nid.pl/wp-content/uploads/2021/11/KRYTERIA-WYBORU.pdf>, data dostępu: 04.06.2022r
- Łapa R. Słoniewski E. (2005) *Przewodnik po Zamościu*, PTTK oddział w Zamościu, Zamość
- Rejestr Zabytków Nieruchomych – województwo lubelskie (2022)*, Narodowy Instytut Dziedzictwa, pozyskano z: <https://nid.pl/wp-content/uploads/2022/04/LBL-rej.pdf>, data dostępu: 04.07.2022r
- Witusik A.(1978) *O Zamojskich Zamościu i Akademii Zamojskiej*, wydawnictwo Lubelskie, Lublin, wydanie I.
- Witryny internetowe:
<https://antekwopodrozy.pl/186-zamosc-przewodnik-po-najciekawszych-atrakcjach?jij=1654292848794>, data dostępu: 03.06.2022r
<http://www.fabrykatourystyki.pl/fabryka-turystyki/przewodnicy/zamosc>, data dostępu: 03.06.2022r
https://lublin.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_lubelskie/portrety_miast/miasto_zamosc.pdf, data dostępu 03.04.2024r
<https://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/polskie-objekty/>, data dostępu: 01.04.2024r
<http://zci.zamosc.pl/page/10/zabytki.html>, data dostępu: 03.06.2022r
<http://zci.zamosc.pl/page/361/miasto-idealne.html>, data dostępu: 01.06.2022r
<https://zci.zamosc.pl/page/364/ordynacja-zamojska.html>, data dostępu 30.03.2024
- Rejestr Zabytków Nieruchomych – województwo lubelskie, Narodowy Instytut Dziedzictwa, s.136 i następane, pozyskano z: <https://nid.pl/wp-content/uploads/2022/04/LBL-rej.pdf>, data dostępu: 14.06.2022r
- Zarządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 8.09.1994r w sprawie uznania za pomnik historii*, Monitor Polski nr 50. Pozycja 426. Pozyskano z :

Czasopismo Naukowe
„Turystyka – zarządzanie, administracja, prawo” Nr 2/2024

<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WMP19940500426/O/M19940426.pdf> data dostępu: 01.06.2022r

Witryny internetowe:

<https://antekwpodrozy.pl/186-zamosc-przewodnik-po-najciekawszych-atrakcjach?jji=1654292848794>, data dostępu: 03.06.2022r

<http://www.fabrykaturystyki.pl/fabryka-turystyki/przewodnicy/zamosc>, data dostępu: 03.06.2022r

<http://www.katedra.zamojskolubaczowska.pl/pl/historia/kosciolkatedralny>, data dostępu 11.06.2022r

<http://www.katedra.zamojskolubaczowska.pl/pl/historia/remontkatedry-i-wiezy>, data dostępu: 11.06.2022r

<https://newpolishdesign.pl/zamosc-dlaczego-nazywany-miastem-idealnym/>, data dostępu: 02.06.2022r

https://polska-org.pl/7271847,Zamosc,Katedra_Zmartwychwstania_Panskiego_i_sw_Tomasza_Apostola.html, data dostępu: 17.06.2022r

<http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/289/zamosc-w-pigulce.html>, data dostępu: 01.06.2022r

<http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/434/kamienice-ormianskie.html>, data dostępu: 01.06.2022r

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Antropomorfizacja>, data dostępu: 01.06.2022r

<http://worldheritage.pl/czlonkowie/miasto-zamosc/>, data dostępu: 08.06.2022r

<https://whc.unesco.org/en/list/564/>, data dostępu: 17.06.2022r

<https://zabytek.pl/pl/obiekty/zamosc-kamienica-mieszczanska-linkowska-ronikierow> - skorzystano z opracowania Ewy Prusickiej - Kołcon, OT NID w Lublinie, 20.11.2016r, data dostępu: 24.06.2022

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-8.

Czynniki sukcesu eventu na przykładzie Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie – mgr Patrycja Kaniewska
Event success factors based on the example of the International Walrus Rally in Mielno

Streszczenie

Współczesne wydarzenia, takie jak Międzynarodowy Złot Morsów w Mielnie, stanowią nie tylko okazję do spotkania pasjonatów, ale także doskonałą platformę do zbadania jakie czynniki wpływają na osiągnięcie sukcesu danego eventu. Stąd też główny cel pracy obejmował wykazanie i ocenę czynników sukcesu eventu na przykładzie MZM w Mielnie. Do realizacji celu wykorzystano badanie ankietowe z zastosowaniem kwestionariusza ankietowego, a także analizę czynników sukcesu. W pracy wykorzystano źródła wtórne (literatura przedmiotu, publikacje w czasopismach i wydawnictwach seryjnych, zasoby Internetu) oraz źródła pierwotne (wyniki badań ankietowych). Badania prowadzono od lutego do maja 2023 roku, a odpowiedzi udzieliło 172 uczestników MZM. Kwestionariusz opublikowano w mediach społecznościowych (Facebook) oraz rozpowszechniano za pomocą ulotek (zawierających kod QR) podczas trwającego wydarzenia MZM. Z badań wynika, że znaczącymi czynnikami sukcesu eventu, na przykładzie MZM, okazały się: ogólna organizacja, poziom bezpieczeństwa, lokalizacja oraz promocja w socialmediach. Pozytywny odbiór tych czynników i wdrażanie w nie innowacji spowodować mogą dalsze odnośnienie sukcesu tegoż eventu.

Słowa kluczowe: morsowanie, czynniki sukcesu, event, turystyka, Międzynarodowy Złot Morsów w Mielnie

Abstract:

Modern events such as the International Walrus Rally in Mielno not only provide an event in the gathering of enthusiasts, but also provide a platform to explore the importance of achieving the right event. This is also the main goal of the work, demonstrating and assessing the effects of the event that occurred at the the International Walrus Rally in Mielno. To achieve the purpose of the

survey study used from a survey study, and also affecting the effectiveness. The work used the source (subject literature, publications in magazines and serial publications, remains on the Internet) and the source (results of survey research). The research was conducted from February to May 2023, and 172 Rally participants responded. Questionnaire published on social media (Facebook) and via leaflets (containing a QR code) during Rally events. Research shows that the effects of events that occurred on Rally include: general organization, level of security, location and promotion in social media. Positive selection of these solutions and implementation not in solutions that may result in the success of this event.

Keywords: walrusing, success factors, event, tourism, International Walrus Rally in Mielno

JEL L83; M31; L82

Wstęp

Event to zjawisko przestrzenno-czasowe, wyjątkowe ze względu na interakcje pomiędzy otoczeniem, ludźmi i systemami zarządzania. Uczestnik musi wziąć udział w wydarzeniu osobiście, aby w pełni cieszyć się doświadczeniem. Dla uczestnika eventu jest to specjalna okazja do spędzenia wolnego czasu, przeżycia towarzyskiego lub kulturalnego, poza normalnym zakresem wyborów lub codziennymi doświadczeniami (Getz, 2007, s. 403-428). Warto dodać, że różne czynniki wpływają na motywację do podjęcia uczestnictwa w evencie. Przy czym sama motywacja ma przede wszystkim skłonić do działania, ale także rozbudzić świadomość i wpłynąć na potencjalnych uczestników mobilizującą (Nicholson, Pearce, 2001, s. 243).

Eventy to wydarzenia marketingowe. Określane są jako jednorazowe lub nieczęsto powtarzane wydarzenia wykraczające poza normalny program działań sponsorów lub organizatorów, stwarzające dla uczestnika okazję do przeżycia o charakterze rekreacyjnym, społecznym lub kulturalnym, wykraczające poza ogólnodostępne oferty lub codzienne doświadczenia. Celem eventu jest m.in. budowanie wizerunku oraz wzbudzanie zainteresowania. Event może służyć zarówno podniesieniu atrakcyjności destynacji, jak i wzmocnieniu wizerunku czy też jego zmianie (Piotrowski, 2012, s. 19).

Eventy charakteryzują się zazwyczaj dużą liczbą uczestników, zarówno mieszkańców danego obszaru, jak i

przybywających tam turystów lub odwiedzających. Często pobyt jest powiązany z innymi usługami, jakie świadczy dany region. Można więc mówić o ruchu turystycznym związanym z eventami (Borzyszkowski, 2011, s. 4-16). Event w sensie ekonomicznym jest częścią gospodarki usługowej, gdyż integralnie wpływa na takie aspekty jak usługi finansowe, hotelarstwo, handel detaliczny, zdrowie czy edukację. Ponadto wydarzenia są bardzo wszechstronne. Mogą być elastyczne i dzięki temu docierają do różnych grup odbiorców, dostosowując się do różnych sytuacji i osób o rozległych zainteresowaniach w wielu dziedzinach (Oklobdžija, 2015, s. 85).

Eventy zyskują na popularności – zarówno jako część oferty turystyczno-rozrywkowej danego miejsca, jak i jako narzędzia marketingowe pozwalające dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. W odniesieniu do sukcesu eventu w zakresie luk badawczych wskazywana jest m.in. potrzeba badań opinii uczestników – głównych odbiorców działań eventowych. Jak podkreślają Boniewicz i Kasperska (2022, s. 23-38) może to stanowić wskazówkę dla przedsiębiorstw z branży, w którym kierunku się rozwijać, by sprostać wymaganiom dzisiejszych odbiorców. Natomiast Getz i Page (2016, s. 593-631) wskazują na potrzebę badania eventów w kontekście atrakcyjności turystycznej, związanej z przewyższaniem sezonowości i generowaniem efektów ekonomicznych. Prezentowane badania są próbą wypełnienia tych luk poprzez zbadanie opinii uczestników na temat czynników sukcesu eventu odbywającego się poza sezonem letnim w gminie nadmorskiej. Przykładem takiego eventu jest Międzynarodowy Złot Morsów w Mielnie (MZM), organizowany co roku w lutym. Jest to wydarzenie, na które przyjeżdżają osoby morsujące z całego kraju, a także z zagranicy. Organizowane jest poza sezonem letnim, a mimo to gromadzi licznych uczestników. Głównym celem badań jest wskazanie i ocena czynników sukcesu eventu na przykładzie Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie. Stąd wynikają dwa zasadnicze pytania badawcze:

P1. Jakie czynniki decydują o sukcesie eventu?

P2. Jakie czynniki okazały się kluczowe w przypadku Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie?

W następnej sekcji artykułu na podstawie przeglądu badań na temat eventów sformułowano hipotezy badawcze. W kolejnych sekcjach zaprezentowano zastosowane metody

badawcze, wyniki przeprowadzonych badań, dyskusję oraz podsumowanie.

Uwarunkowania sukcesu eventu w ujęciu teoretycznym

Organizacja eventu to nieodłączny element osiągania sukcesu. Im więcej starań dołoży się podczas tego etapu, tym lepsze rezultaty można osiągnąć. Dobrą metodą na wstępnym etapie organizacji eventu jest narzędzie 5W2H: who (kto), what (co), when (kiedy), where (gdzie), why (dlaczego), how (jak) and how many (ile). Należy skupić się na tym, do kogo skierowany jest event i co będzie obejmował. Pomoże to w dobrze kolejnych narzędzi i składników zaplanowanego wydarzenia (Pawlak, 2013, online). Niemniej ważnym punktem jest dobór odpowiedniego terminu, takiego, który będzie współgrać z charakterem eventu, ale także wpłynie pozytywnie na jego odbiór, a tym samym na sukces. Oczywiście oprócz daty należy przewidzieć i zapoznać się z rynkiem, określając gdzie będzie najdogodniejsza lokalizacja (Lean You, 2023, online). Istotne jest również ogólne zebranie informacji, dlaczego jest zaplanowany event. Cel jest ważnym punktem określającym istotę powstania i dobrze przemyślany przyczyniać się będzie do możliwego sukcesu wydarzenia (Akademia jakości, 2023, online).

Kalinowska-Żeleźnik (2015, s. 717-728) wskazuje, że sukces wydarzenia wymaga perfekcyjnie zbudowanej struktury organizacyjnej. Autorka w tym zakresie proponuje metodykę *meeting planning* obejmującą siedem modułów: identyfikację celu i zakresu, opracowanie i kontrolę budżetu, ustalenie planu i programu, wybór lokalizacji, planowanie działań marketingowych i public relations, rejestrację uczestników i kierowanie przebiegiem eventu oraz zamknięcie i ewaluację. Ponadto Autorka podkreśla, że kluczowym elementem wpływającym na końcowy sukces eventu jest jego wypromowanie przy użyciu odpowiednio wybranych narzędzi. Podobną listę czynników sukcesu eventu proponują Wan Yusof, Ismail i Rahman (2015, s. 400-407). Czynnikiemami tymi są: jasne cele, lokalizacja miejsca, zasoby finansowe, procedury postępowania, marketing i promocja oraz sponsoring wydarzenia. Przy czym pierwsze trzy czynniki mają charakter pierwotny, decydujący o powodzeniu przedsięwzięcia.

Kuras (2013, online) podkreśla również znaczenie zespołu dla sukcesu eventu. Ważny jest wybór pracowników o różnych kwalifikacjach, co powinno ułatwić realizację tak złożonego przedsięwzięcia, jakim jest event. Utworzenie efektywnego zespołu nabiera

szczególnego znaczenia podczas organizacji imprez masowych, ponieważ skala wydarzenia utrudnia głównemu menedżerowi kontrolę wszystkich zadań. Westerbeek, Turner i Ingerson (2002, s. 303-322) również duże znaczenie przypisują odpowiedniemu zespołowi. Ponadto wymieniają: odpowiedzialność organizatorów, marketing, możliwości, komunikację, wsparcie zewnętrzne oraz infrastrukturę i obiekty, które można wykorzystać. Cserháti i Polák-Weldon (2013, s. 25-30) proponują podobną listę czynników sukcesu eventu, do której wliczają: planowanie celów i zadań, odpowiedzialność, przywództwo, kulturę organizacyjną, współpracę i komunikację, a także partnerstwo. Poza czynnikami wewnętrznymi w literaturze przedmiotu podkreśla się znaczenie zewnętrznych czynników ułatwiających organizację i przeprowadzenie wydarzenia, a wśród nich zarówno współpracę i komunikację, jak i wsparcie finansowe. Zgodnie z teorią zasobową źródła sukcesu eventu mogą mieć charakter wewnętrzny i zewnętrzny. Rozpatrywane są w kilku kategoriach, takich jak: zasoby ludzkie, zasoby finansowe, zasoby fizyczne, zasoby organizacyjne, zasoby reputacji oraz inne. Ważny jest również podział na zasoby materialne i niematerialne eventu. Często to właśnie zasoby niematerialne decydują o niepowtarzalnym charakterze wydarzenia (Chutiphongdech, Kampitak, 2022, s. 1-10).

Na podstawie przeglądu literatury Kazimierzczak (2016, s. 253-265) wymienia wiele czynników sukcesu eventu. Przede wszystkim jest to wyjątkowość wydarzenia, wynikająca z doświadczeń uczestników, co przekłada się również na atrakcyjność eventu. Niezwykłość eventów podbudowuje fakt, że odbywają się w określonym czasie i miejscu, zatem są niecodzienne, co łączy się z kolejnym ważnym czynnikiem, jakim jest epizodyczność eventu. Wspólne doświadczenia uczestników i możliwość interakcji to kolejny czynnik sukcesu, jakim jest wspólnotowość. Ważnym czynnikiem decydującym o sukcesie eventu jest również perfekcjonizm, obejmujący każdy szczegół. Warto podkreślić, że wymienione czynniki sukcesu eventu bezpośrednio korespondują z cechami eventu, takimi jak: nieprzypadkowość, wyjątkowość, unikatowość, niecodziennność, kreacyjność czy też celowość, zaplanowanie, atrakcyjność (Getz, 2007, s. 28; Bączek, 2011, s. 13). Łącząc czynniki sukcesu eventu z jego cechami sformułowano pierwszą hipotezę badawczą:

H1. O sukcesie eventu decydują czynniki wynikające z jego cech, takich jak nieprzypadkowość (celowość), wyjątkowość (niecodziennność) i atrakcyjność..

Kazimierzczak (2016, s. 253-265) podkreśla, że szczególnie ważnym czynnikiem sukcesu eventu jest jego kreatywność, oznaczająca wychodzenie naprzeciw indywidualnym potrzebom uczestników. Kolejną cechą związaną z postrzeganiem eventu przez uczestników jest wyobrażenie – pojęcie subiektywne, ale do pewnego stopnia zależne od scenerii i dramaturgii. Boniewicz i Kasperska (2022, s. 23-38) również podkreślają znaczenie oczekiwań uczestników eventu w sukcesie wydarzenia. Na tej podstawie sformułowano dwie wynikające z siebie hipotezy badawcze, zgodnie z którymi:

H2. Kluczowe czynniki sukcesu eventu są związane z oczekiwaniami uczestników.

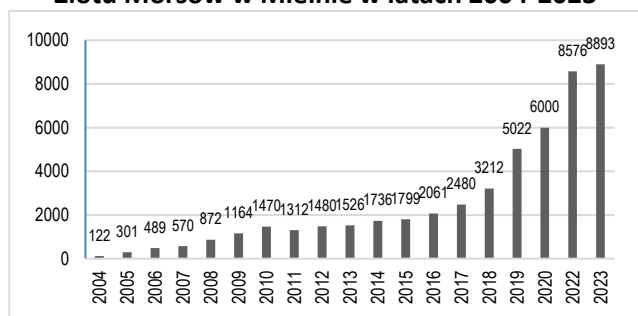
H2.1. W przypadku Międzynarodowego Zlotu Morsów kluczowe czynniki sukcesu są związane z oczekiwaniami uczestników odnoszącymi się do odpowiedniej lokalizacji i organizacji eventu, a także odpowiedniej promocji.

Charakterystyka Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie

Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie to coroczne wydarzenie gromadzące entuzjastów morsowania z całego świata. Pomysł na organizację tego spotkania zrodził się wśród osób morsujących na początku lat 90. XX wieku (Historia Morsowania, 2024, online). Oficjalna, a zarazem pierwsza, jeszcze skromna edycja Zlotu, miała miejsce w 2004 roku. Uczestniczyło w niej 120 osób biorących udział w niedzielnej kąpeli w towarzystwie muzycznej oprawy na plaży. Dla uczestników przewidziane były certyfikaty za wejście do Bałtyku. Organizacja wydarzenia ograniczała się do trzech tygodni (I Zlot Morsów, 2023, online). Przełomowym momentem w historii MZM był 2008 rok, kiedy to wprowadzono dwa nowe, obecnie już integralne punkty programu. Pierwszym z nich był korowód morsów, obecnie znany jako parada morsów, podczas której odważni uczestnicy prezentują się w kolorowych strojach (News V Międzynarodowy Zlot Morsów Mielno, 2023, online). Drugim elementem, który wpisał się na stałe w kalendarz Zlotu, jest odśpiewanie hymnu morsów „Bałtyckie Morsy”, autorstwa Ryszarda Ulickiego, znanego między innymi z „Kolorowych Jarmarków” (Miasto Koszalin Tygodnik, 2024, online). W

kolejnych latach MZM wzbogacił się o liczne elementy kulturowe i promocyjne, które przyczyniły się do wzrostu jego popularności. Wprowadzono oficjalne logo, które obecnie stanowi znak rozpoznawczy wydarzenia, oraz różnorodne gadżety promocyjne, z których najbardziej popularne są przypinki, stanowiące pamiątkę dla uczestników (Przypinki Dla Morsów, 2023, online).

Ryc. 2. Liczba uczestników Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie w latach 2004-2023



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Zlot Morsów Mielno, 2023, online.

Liczba osób biorących udział w Zlocie systematycznie wzrasta (rysunek 1), co świadczy o rosnącym zainteresowaniu. Podczas wyjątkowego Zlotu w 2023 roku liczba kąpiących się bliska była 9 tys. osób (Magazyn Zlotowy, 2024). Jedynie w 2021 roku w obliczu zagrożenia epidemicznego, wydarzenie zostało odwołane, co doprowadziło do skumulowania uczestników dwóch kolejnych edycji (Głos Koszaliński, 2023, online).

Obecnie Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie to czterodniowe wydarzenie, które przekroczyło ramy tradycyjnej niedzielnej kąpieli w Bałtyku, oferując uczestnikom szerokie spektrum atrakcji. Istotnym aspektem organizacyjnym jest stała data przeprowadzania Zlotu, zawsze przypadająca na drugi weekend lutego (Historia Zlotu, 2023, online). Stały charakter terminu umożliwia planowanie uczestnictwa z rocznym wyprzedzeniem, co ułatwia dostosowanie się do potrzeb turystycznych i logistycznych uczestników (Wydarzenie Facebook, 2024, online).

Coroczne edycje MZM posiadają opracowany program, udostępniany publicznie, co stanowi kluczowy element organizacji wydarzenia. Opracowany plan jest niezbędny dla organizatorów podczas czterodniowego eventu, zapobiegając chaosowi i dezorientacji wśród uczestników. Program jest dystrybuowany podczas odbioru wejściówek w biurze Zlotu, udostępniany na fanpage na Facebooku oraz na głównej stronie

internetowej zlotu (Fanpage Facebook, MZM 2023, online). Ponadto jest dostępny na plakatach w Mielnie oraz w magazynach zlotowych rozdawanych uczestnikom podczas wydarzenia. Organizatorzy zadbali o usystematyzowanie działań, unikając koncentracji wydarzeń w jednym miejscu poprzez wyznaczenie specjalnych stref, co ułatwia rozmieszczenie turystów oraz zwiększa atrakcyjność Zlotu Morsów (Magazyn Zlotowy, 2024).

Organizacja MZM rozpoczyna się kilka miesięcy przed samym wydarzeniem. Udział w Zlocie można zaplanować z wyprzedzeniem, gdyż zapisy na wydarzenie są otwarte już około listopada. Organizatorzy utrzymują stały kontakt z fanami, publikując regularnie w Internecie informacje o atrakcjach, planowanych wydarzeniach oraz szczegółach dotyczących samego przebiegu wydarzenia (Fanpage Facebook, 2023, online). Organizatorzy MZM angażują wiele służb porządkowych, zapewniających bezpieczeństwo uczestników. Podczas głównej kąpieli w Bałtyku obecni są liczni nurkowie i ratownicy, dbający o bezpieczeństwo osób biorących udział w kąpieli. Tak precyzyjne przygotowanie oraz zaangażowanie doświadczonych specjalistów stanowi gwarancję bezpieczeństwa podczas wydarzenia (WOPR Facebook, 2023, online).

Skuteczna promocja wydarzenia odgrywa kluczową rolę w jego sukcesie. Wybór odpowiednich narzędzi promocyjnych ma istotne znaczenie w dotarciu do potencjalnych uczestników. Promocja za pomocą mediów społecznościowych odgrywa niezwykle istotną rolę w strategii marketingowej MZM. Fanpage na Facebooku, obserwowany przez 17 tys. osób oraz konto na Instagramie, które zgromadziło ponad tysiąc obserwujących, stanowią niezastąpione narzędzia komunikacji z potencjalnymi uczestnikami (Facebook, 2024, online). Treści, przyciągają uwagę społeczności oraz zachęcają do interakcji.

Główna strona internetowa Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie stanowi nie tylko wizytówkę wydarzenia, lecz także kluczowy punkt kontaktowy z potencjalnymi uczestnikami. Regularnie aktualizowana, pełni funkcję centralnego źródła informacji o wydarzeniu. Strona zawiera szczegółowe informacje na temat planu Zlotu, programu wydarzeń oraz praktycznych kwestii organizacyjnych, takich jak możliwość zakupu biletów online czy warunki uczestnictwa (Zlot Morsów, 2023, online). Sekcja archiwalna jest kolejnym atutem strony,

prezentując historię poprzednich edycji Zlotu Morsów (Archiwum Zlot Morsów, 2023, online).

Współpraca z partnerami, realizowana w ramach programu „Przyjaciele Zlotu”, stanowi istotny element strategii promocyjnej Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie (Zlot Morsów Mielno, 2023, online). Partnerzy, tacy jak hotele, restauracje czy firmy usługowe, wspierają promocję wydarzenia poprzez zamieszczanie informacji o nim na swoich platformach oraz promocję wzajemnych usług. W ramach tej współpracy, wystawcy mają również możliwość promowania swoich produktów podczas Zlotu, co umożliwia im dotarcie do nowych klientów oraz zwiększenie świadomości marki (Facebook KOWR, 2023, online).

Istotną rolę w wypromowaniu MZM odgrywają także bardziej tradycyjne formy, takie jak promocja radiowa, w ramach której realizowana jest współpraca z radiem Eska (Radio Eska, 2023, online; Koszalin Eska, 2023, online). Kolejną tradycyjną formą jest promocja telewizyjna, a w jej zakresie współpraca ze stacją TVN i jej programem śniadaniowym „Dzień Dobry TVN” (Dzień Dobry TVN, 2023, online) oraz z lokalną stacją TV MAX (TV MAX, 2023, online).

Ponadto organizatorzy MZM wykorzystują strategię współpracy ze znanymi osobami w celu promocji i budowania marki wydarzenia. W ramach każdej edycji organizowane są bale i koncerty, na które zapraszani są muzycy, często związani ze światem morsowania. Przykładem jest zespół Piersi, który podczas XVII edycji Zlotu w Mielnie nagrał teledysk do piosenki o morsach, wykorzystując kadry z wydarzenia (Facebook Piersi, 2023, online). Ponadto gwiazdą jednej z edycji był Małgorzata Ostrowska, której utwór „Meluzyna” stał się motywem przewodnim Zlotu, a udostępnienie relacji z koncertu przyczyniło się do promocji MZM (Koszalin Info, 2023, online). Popularne osobistości, takie jak Valerjan Romanovski (autor książek o morsowaniu i rekordzista Guinnessa), Bartłomiej Kubkowski (znany z prób przepłynięcia Bałtyku) i Przemysław Kossakowski (dziennikarz-podróżnik) aktywnie wspierają promocję Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie (Morsy, 2023, online; Zlot Morsów Mielno, 2022, online; Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie – Facebook, 2023, online).

Kolejnym narzędziem promocyjnym, wykorzystywanym przez organizatorów MZM jest kampania SMS. Taka strategia komunikacji umożliwia

wysyłanie powiadomień przed wydarzeniem oraz w trakcie jego trwania. Dodatkowo system umożliwia kontaktowanie się z byłymi uczestnikami Zlotu, wysyłając im przypomnienia kilka dni lub tygodni przed planowanym wydarzeniem. Wiadomości tekstowe zawierają również unikatowe kody, które umożliwiają rejestrację na stronie i otrzymanie biletów.

Działania promocyjne przyczyniają się do zwiększenia widoczności Międzynarodowego Zlotu Morsów i budowania silnej marki wydarzenia, przyciągając zarówno aktywnych morsów, jak i szerszą publiczność zainteresowaną wydarzeniem oraz jego gośćmi (Wywiad z burmistrzem Mielna, 2023, online).

Metody badawcze

Czynniki sukcesu to określenie elementów oraz warunków, które mają znaczenie dla osiągnięcia sukcesu w danej sytuacji, projekcie, organizacji lub inicjatywie. Definicja czynników sukcesu może się nieco różnić w zależności od kontekstu, ale ogólnie odnoszą się one do kluczowych czynników lub determinujących czynników, które przyczyniają się do pozytywnych rezultatów, osiągnięcia celów lub dominującej pozycji (Gajdzik, 2010, s. 103). W tabeli 1 ukazano istotne cechy, którym charakteryzuje się analiza czynników sukcesu.

Tab. 1. Cechy czynników sukcesu

CECHA	DEFINICJA
Spójność z celami	Czynniki sukcesu ściśle łączą się z celami danej organizacji czy konkretnego zdarzenia np. eventu, projektu. Powinny cechować się zgodnością z misją, wizją i celami oraz przyczyniać się do ich realizacji
Mierzalność	Dzięki analizie czynników sukcesu, można zauważyć, że należą one do mierzalnych i możliwych do oceny, a ich wartości można w jednoznaczny sposób zdefiniować i poddać obserwacji.

Indywidualność	Należy zauważyć, iż dla każdej sytuacji, zdarzenia czy organizacji, czynniki sukcesu będą unikalne. Zdecydowanym jest, że w zależności od charakteru, branży i postawionych celów mogą się różnić
Wzajemne powiązania	Czynniki sukcesu mogą posiadać wzajemny wpływ na siebie. Dzieje się tak za sprawą relacji przyczynowo-skutkowych. Zmiana jednego z czynników może mieć istotny wpływ na ogólny wynik.
Dynamiczność	Zauważalnym jest, że czynniki sukcesu podlegają zmianom w czasie. Zależnie od zmieniających się warunków czy to rynkowych, czy społecznych, czynniki również podlegają określonym zmianom. Należy je obserwować i dostosowywać, aby utrzymywać ich skuteczność.
Skoncentrowanie wysiłków	Możliwym jest skoncentrowanie wysiłków i działań na kluczowych obszarach, które gwarantować będą osiągnięcie najlepszych wyników.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gajdzik, 2010, s. 103-106; Lisiński, 2004, s. 120-125; Waśniewski, 2016, s. 45-56.

Na podstawie literatury przedmiotu (Kalinowska-Żeleźnik, 2015, s. 717-728; Wan Yusof, Ismail i Rahman, 2015, s. 400-407; Westerbeek, Turner i Ingerson, 2002, s. 303-322; Cserháti i Polák-Weldon, 2013, s. 25-30) oraz specyfiki Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie do czynników sukcesu zaliczono: lokalizację, poziom bezpieczeństwa, jakość dźwięku, jakość oświetlenia, oznakowanie, atrakcje dodatkowe, ogólną organizację, promocję w social-mediach, promocję w telewizji, promocję w audycjach radiowych, promocję dostarczaną na mail, oraz promocję w formie SMS. Ogółem są to czynniki z zakresu organizacji wydarzenia i jego promocji. Wyboru kluczowych czynników sukcesu dokonano na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Kwestionariusz ankietowy został stworzony z wykorzystaniem Formularza Google Forms i udostępniony na ogólnodostępnych portalach dla osób morsujących (Facebook). Dodatkowo rozesłano kompatybilny link do prywatnych grup morsów. Ponadto podczas finału XX Zlotu rozdane zostały wizytówki z kodem QR i linkiem, pozwalające na bezpośredni dostęp do ankiety. Ankieta była rozpowszechniona po odbytym wydarzeniu tj. po 12 lutym 2023 roku. W badaniu wzięły udział 223 osoby, zamieszkujące różne regiony Polski. W kwestionariuszu zamieszczono pytanie filtrujące, dotyczące uczestnictwa w Zlocie Morsów w Mielnie. Do dalszej części badań wyselekcjonowano tylko odpowiedzi respondentów, którzy brali udział w badanym wydarzeniu. Na pytania dotyczące czynników sukcesu odpowiedzi udzieliło 172 respondentów, których opinie skategoryzowane zostały z uwzględnieniem skali od 1 do 5, gdzie 5 oznaczało najwyższą wartość.

Wyniki

Badanie czynników sukcesu Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie rozpoczęto od wyboru czynników kluczowych – na podstawie wyników badania ankietowego. Po ustaleniu konkretnych czynników wyliczono średnią z odpowiedzi dla każdego czynnika, która pozwoliła ustalić konkretną skalę pozwalającą na odrzucenie niektórych czynników. Ustalono, iż czynniki poniżej średniej 4,00 (gdzie 4 oznacza raczej pozytywną odpowiedź) nie będą stanowiły kluczowych czynników sukcesu. Ich niska wartość bowiem oznacza, iż nie stanowią głównego punktu gwarantującego sukces wydarzenia. W związku z tym faktem w dalszej analizie pozostały takie składniki jak: lokalizacja (4,79), poziom bezpieczeństwa (4,83), jakość dźwięku (4,52), jakość oświetlenia (4,5), oznakowanie (4,44), atrakcje dodatkowe (4,41), ogólna organizacja (4,48), oraz promocja w social mediach (4,42) (tabela 2).

Tab. 2. Czynniki sukcesu Złotu Morsów w Mielnie

Wyszczególnienie	Wartość odpowiedzi					Średnia
	5	4	3	2	1	
Liczebność odpowiedzi						
Lokalizacja	146	22	2	2	1	4,79
Poziom bezpieczeństwa	151	18	1	2	1	4,83
Jakość dźwięku	122	31	11	6	3	4,52
Jakość oświetlenia	120	32	12	6	3	4,50
Oznakowanie	102	56	8	6	2	4,44
Atrakcje dodatkowe	100	57	7	8	2	4,41
Ogólna organizacja	107	57	2	2	6	4,48
Promocja w social mediach (Facebook, Instagram)	140	12	0	3	20	4,42
Promocja w telewizji	65	32	10	29	40	3,30
Promocja w audycjach radiowych	56	41	14	25	41	3,26
Promocja dostarczana na mail	50	26	20	25	55	2,95
Promocja w formie SMS	56	25	15	19	59	3,00

Źródło: obliczenia własne na podstawie badania ankietowego n = 172.

Tabela 3. Kluczowe czynniki sukcesu Złotu Morsów w Mielnie

Kluczowe czynniki sukcesu	Ocena (np. 1-8 dla 8 czynników)	Waga	Wartość ważona
Lokalizacja	7	0,131630	0,92
Poziom bezpieczeństwa	5	0,132729	0,66
Jakość dźwięku	3	0,124210	0,37
Jakość oświetlenia	3	0,123660	0,37
Oznakowanie	3	0,122012	0,37
Atrakcje dodatkowe	4	0,121187	0,48
Ogólna organizacja	8	0,123111	0,98
Promocja w social mediach (Facebook, Instagram)	6	0,121462	0,73
Suma	-	1	4,89

Źródło: obliczenia własne na podstawie badania ankietowego n = 172.

Kolejnym punktem analizy było nadanie określonych wag poszczególnym czynnikom sukcesu oraz określenie ich oceny. Ocenę czynników ustalono metodą ekspercką, wykorzystując doświadczenie członków zespołu TourEvent Center Politechniki Koszalińskiej. Za najważniejszy czynnik uznano ogólną organizację (ocena 8). Kolejno istotne w ocenie okazały się lokalizacja (ocena 7) oraz promocja w social-mediach (ocena 6). Ocenę 5 przyznano poziomowi bezpieczeństwa. Wartość oceny 4 otrzymały atrakcje dodatkowe. Jakość dźwięku, oświetlenia oraz oznakowanie sklasyfikowano przez ekspertów w równej ocenie wynoszącej 3 dla każdego czynnika. Natomiast za wagi czynników posłużyły wyniki ankiety. Wartości średnie podzielono przez sumę tych wartości, tak, żeby łączna suma oceny musiała stanowić wartość 1.

Końcowym etapem było wyliczenie wartości ważonych kluczowych czynników sukcesu. Z ustalonych wyliczeń ostateczna ranga czynników ukształtowała się następująco (tabela 3):

1. ogólna organizacja – 0,98;
2. lokalizacja – 0,92;
3. promocja w social mediach – 0,73
4. poziom bezpieczeństwa – 0,66;
5. atrakcje dodatkowe – 0,48.
6. jakość dźwięku – 0,37;
7. jakość oświetlenia – 0,37;
8. oznakowanie – 0,37;

Wyniki badania kluczowych czynników sukcesów znajdują realne odzwierciedlenie w faktycznej organizacji Złotu Morsów w Mielnie. Dobra organizacja eventu wpływa na chęć uczestniczenia. Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie przyciąga uczestników i z roku na rok wyrażają pozytywne opinie o evencie w social-mediach. XX Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie został przez respondentów pozytywnie odebrany i przejawiali oni w zdecydowanej większości chęć uczestnictwa w kolejnych edycjach.

Z przeprowadzanego badania wynika, że za sukces Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie odpowiedzialna jest również jego lokalizacja. Wybór odpowiedniej lokalizacji, która jest atrakcyjna, a zarazem łatwo dostępna dla uczestników może wpłynąć na wzrost zainteresowania wydarzeniem, jak i na udział znaczącej liczby uczestników. Jeśli miejsce jest dobrze

skomunikowane, posiada dogodne połączenia transportowe i rozbudowaną bazę noclegową, zwiększa to prawdopodobieństwo uczestniczenia w danym evencie. Badanie wykazuje, iż czynnikiem sukcesu jest lokalizacja MZM, gdyż miejsce jest atrakcyjne pod wieloma względami. Mielno jest nadmorską miejscowością, co czyni ją atrakcyjnym miejscem dla uczestników spoza obszaru nadmorskiego. Plaże i dostęp do Morza Bałtyckiego tworzą odpowiednie warunki do organizacji wydarzenia, którego punktem kulminacyjnym jest wspólna kąpiel. Mielno posiada dobrze rozbudowaną infrastrukturę turystyczną, która dostępna jest dla turystów przez cały rok. Należy również nadmienić, iż Mielno ma dobry dostęp do dróg i połączeń komunikacyjnych, co ułatwia dotarcie do miejscowości zarówno uczestników lokalnych jak i tych spoza regionu. W pobliżu znajdują się również lotniska i porty morskie, które umożliwiają dostęp dla uczestników zagranicznych.

Promocja w social-mediach to również czynnik, który w ostatnich latach stanowi o sukcesie wydarzenia. Social-media pozwalają na dotarcie do wielu osób na całym świecie. Poprzez skuteczną promocję na platformach takich jak Facebook, Instagram czy YouTube można osiągnąć znacznie większy zasięg i dotrzeć do potencjalnych uczestników z różnych miejsc. Social media umożliwiają interakcje i angażowanie uczestników przed, w trakcie i po wydarzeniu. Poprzez interesujące treści, udostępnianie aktualizacji, organizowanie konkursów i prowadzenie transmisji live można zbudować więź z uczestnikami i utrzymywać ich zaangażowanie. Pozwala to także na dzielenie się swoimi doświadczeniami, informacjami na temat wydarzenia za pomocą social mediów. Wszelkie te działania stosowane są przez organizatorów Międzynarodowego Złotu Morsów w Mielnie.

W badaniu kolejnym czynnikiem o najwyższej wartości był poziom bezpieczeństwa. Wprawdzie morsowanie nie wymaga szczególnych zdolności, jednak kąpiel w zimnym morzu może okazać się niebezpieczna. Pewne niebezpieczeństwa są związane również z dużą liczbą uczestników wydarzenia. Ponadto od czasu pandemii COVID-19 ludzie zwracają większą uwagę na różne aspekty zabezpieczenia dużych imprez. Podczas Złotu bezpieczeństwa jest priorytetem, co docenili respondenci.

Morsowanie faktycznie nie należy do najbezpieczniejszych form rekreacji, i chociaż nie wymaga nadzwyczajnych zdolności i praktyk, to sam fakt obcowania

z żywiołem wody bywa bardzo niebezpiecznym. Oczywiście akwen odgrywa tu istotną rolę, a tym samym Złot Morsów w Mielnie wpływać może na zagrożenie poczucia bezpieczeństwa. Jednakże zauważalnym jest, że bezpieczeństwo podczas XX Złotu zostało zachowane na najwyższym poziomie, czego dowodem była również przychylna opinia ankietowanych. W ogólnej ocenie, poziom bezpieczeństwa odgrywa znaczącą rolę, ponieważ otaczający świat wciąż pamięta o wprowadzanych restrykcjach podczas trwania pandemii COVID-19. Organizatorzy, jak i społeczeństwo zostało wówczas ograniczone w swojej aktywności. Same eventy zostały na pewien czas zabronione, co też miało miejsce z XVIII Złotem Morsów, ponieważ organizatorzy musieli odwołać całość wydarzenia. Nie pomógł nawet fakt, iż wydarzenie miało mieć miejsce na otwartej przestrzeni.

Przyszłość kolejnych Międzynarodowych Złotów Morsów w Mielnie jest pewna. Już teraz organizatorzy serdecznie zapraszają na kolejną edycję, która odbywać się będzie od 8 do 11 lutego 2024 roku. Skuteczne zapoznanie się z potrzebami uczestników i wdrażanie ich do planu wydarzenia wpływać będzie na znaczenie postrzegania MZM w przyszłości. Ich już teraz dobrze zbudowana renoma oraz pozytywny charakter eventu i wizerunek marki sprawia, że co roku, mimo braku pełnego słońca i sezonu, do Mielna przybywa tysiące turystów, aby choć na chwilę zanurzyć się w falach zimnego Bałtyku.

Dyskusja

W zakresie przeprowadzonych badań testowano trzy hipotezy badawcze. Wszystkie zostały zweryfikowane pozytywnie. Zgodnie z pierwszą hipotezą o sukcesie eventu decydują czynniki wynikające z jego cech, takich jak nieprzypadkowość (celowość), wyjątkowość (niecodziennosc) i atrakcyjność. Z opinii uczestników Złotu Morsów w Mielnie wynika, że tego typu event – poza dobrą organizacją – powinien charakteryzować się specyficzną lokalizacją, wysokim poziomem bezpieczeństwa wspieranym odpowiednim nagłośnieniem, oświetleniem i oznakowaniem, a także dodatkowymi atrakcjami i rozgłosem w social-mediach. Event taki jak Międzynarodowy Złot Morsów w Mielnie wymaga perfekcjonizmu w organizacji z uwagi na przebieg wydarzenia, a także liczbę osób uczestniczących. Cecha ta jest wskazywana jako jeden z czynników sukcesu eventu

przez Kazimierczaka (2016, s. 253-265). Na duże znaczenie poziomu organizacji eventu wskazują również inni autorzy: Westerbeek, Turner i Ingerson (2002, s. 303-322), Kalinowska-Żeleźnik (2015, s. 717-728), a także Kuras (2013, online). Zgodnie z wynikami badań bardzo ważną okazała się lokalizacja Złotu Morsów, co jest związane z możliwością kąpiel w zimnej wodzie. Jest to zgodne z poglądami innych badaczy, którzy wskazują lokalizację jako jeden z czynników sukcesu eventu (Kalinowska-Żeleźnik, 2015, s. 717-728; Wan Yusof, Ismail i Rahman, 2015, s. 400-407). Prezentowane wyniki są również zgodne w zakresie znaczenia promocji dla sukcesu eventu (Kalinowska-Żeleźnik, 2015, s. 717-728; Wan Yusof, Ismail i Rahman, 2015, s. 400-407). W obecnych czasach szerokie grono odbiorców zapewnia promocja w social-mediach.

pozytywnie zweryfikowano również drugą i wynikającą z niej trzecią hipotezę badawczą, zgodnie z którymi kluczowe czynniki sukcesu eventu są związane z oczekiwaniami uczestników. W przypadku Międzynarodowego Złotu Morsów kluczowe czynniki sukcesu są związane z oczekiwaniami uczestników odnoszących się do odpowiedniej lokalizacji i organizacji eventu, a także odpowiedniej promocji. Boniewicz i Kasperska (2022, s. 23-38) wskazują na duże ich znaczenie jako wyznacznika ram eventu. Organizatorzy Złotu Morsów w Mielnie co roku dokładają starań, żeby spełnić rosnące oczekiwania. Są one szczególnie duże w zakresie organizacji, atrakcyjności wydarzenia i jego bezpieczeństwa. Z przeprowadzonych badań wynika, że uczestnicy bardzo dobrze oceniają te aspekty. W zakresie praktycznych implikacji przeprowadzonych badań warto podkreślić, że sposób organizacji i przeprowadzenia Złotu Morsów w Mielnie może być dobrym przykładem dla innych organizatorów dużych wydarzeń. Planowanie z dużym wyprzedzeniem czasowym, dbałość o detale, a w szczególności o bezpieczeństwo uczestników to dziś konieczność w zakresie organizacji eventów. Jednocześnie są to aspekty doceniane przez uczestników i budujące ich zaufanie i lojalność.

Czynniki sukcesu eventów takich jak Złot Morsów w Mielnie wymagają dalszych analiz – zarówno w zakresie interesariuszy, jak i stosowanych rozwiązań. W odniesieniu do interesariuszy warto zbadać jak do czynników sukcesu odnoszą się organizatorzy oraz sponsorzy. Natomiast w odniesieniu do stosowanych rozwiązań ważnym kierunkiem są innowacje wprowadzane w zakresie eventu,

szczególnie odnoszące się do rozwoju zrównoważonego. Tak liczna grupa uczestników wiąże się z wieloma wyzwaniami w tym zakresie (choćby generowanie i segregowanie odpadów czy ochrona lokalnej przyrody).

Podsumowanie

W kwestiach podejmowanych podczas analizy kluczowych czynników sukcesu eventu na przykładzie Zlotu Morsów w Mielnie, znaczące okazały się: ogólna organizacja, poziom bezpieczeństwa, lokalizacja jak i wspomniana już promocja w social-mediach. Pozytywny odbiór tych czynników i wdrażanie w nie innowacji spowodować mogą dalsze odnoszenie sukcesu tegoż eventu. Długofalowy sukces Zlotu zależy od ciągłego doskonalenia i dostosowywania się do oczekiwań uczestników oraz zmieniających się warunków. Wnioski płynące z analizy podkreślają kluczową rolę tych czynników w pozytywnym odbiorze imprezy zarówno przez społeczność lokalną, jak i miłośników ekstremalnych sportów na światową skalę.

Patrząc w przyszłość Międzynarodowego Zlotu Morsów w Mielnie, kluczowe czynniki sukcesu wymagają stałego doskonalenia. Optymalizacja organizacji, rozwój atrakcji i środków bezpieczeństwa są kluczowe. Promocja w social mediach powinna być dynamicznie dostosowywana do trendów, a współpraca z mediami i osobowościami różnorodna. Wzmacnianie lokalnych więzi i rozwój dodatkowych atrakcji są istotne dla przyciągania różnych grup odbiorców. Długofalowy sukces wymaga ciągłego monitorowania preferencji społecznych, innowacyjnego podejścia oraz dostosowywania się do oczekiwań uczestników.

Spis literatury

- Akademia jakości. (2023, online) <https://akademiajakosci.com/smart-metoda-definiowania-celow/> (12.03.2023).
- Archiwum Zlot Morsów. (2023, online) <https://zlotmorsow.mielno.pl/wpisy/historia-zlotu/> (15.03.2023)
- Bączek, J. B. (2011). *Psychologia Eventów*. Warszawa: Wydawnictwo Stageman Polska.
- Boniewicz E., Kasperska E. (2022). *Perspektywy rozwoju branży eventowej w Polsce w świetle oczekiwań odbiorców*. Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych, Nr 26.
- Borzyszkowski J. (2011). *Wpływ eventu na rynek turystyczny – przykład ślubu księcia Williama i Kate Middleton*. Turystyka Kulturowa, Nr 6.
- Chutipongdech T., Kampitak T. (2022). *A Systematic Review of the Key Success Factors of Sports Event Management: A Resource-based View Approach*. Annals of Applied Sport Science, Nr 10 (4).
- Cserhádi G., Polák-Weldon R. (2013). *Success factors of international sporting events in different regions of Europe*. Applied Studies in Agribusiness and Commerce, Nr 7 (1).
- Dzień Dobry TVN. (2023, online). <https://dziendobry.tvn.pl/zdrowie/sport-i-fitness/w-mielnie-trwa-21-miedzynarodowy-zlot-morsow-ile-osob-wskakuje-dozimnego-baltyku-st7767022> (23.03.2023).
- Fanpage Facebookoook MZM. (2023, online) https://www.facebook.com/ZlotMorsowMielno/?locale=pl_PL (15.03.2024)
- Fanpage Facebook Piersi. (2023, online). <https://fb.watch/qWlkeUIUFON/> (23.03.2023).
- Gajdzik B., Jama B. (2010). *Analiza strategiczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Getz D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Burlington: Elsevier.
- Getz D., Page S. (2016). *Progress and prospects for event tourism research*. Tourism Management, Nr 52.
- Głos Koszaliński. (2023, online) <https://gk24.pl/tag/zlot-morsow-mielno> (23.04.2023)
- Historia Morsowania. (2024, online). <https://zlotmorsow.mielno.pl/historia-morsowania/> (17.05.2023).
- I Zlot Morsów w Mielnie. (2023, online). <https://zlotmorsow.mielno.pl/i-zlot-morsow/> (17.04.2023).
- Kalinowska-Żeleźnik A. (2015). *Wykorzystanie Internetu i nowoczesnych technologii komunikowania w event marketingu*. Zeszyty Prasoznawcze, T. 58, Nr 3 (223).
- Kazimierczak M. (2016). *Event sportowy w procesie budowania społecznej tożsamości. Ujęcie teoretyczno-analityczne*. Handel Wewnętrzny, Nr 6 (365).
- Koszalin Eska. ((2023, online). <https://koszalin.eska.pl/morsy-opanowaly-plaze-w-mielnie-tak-wygladal-xxi-miedzynarodowy-zlot-aa-2nSr-8KTd-MKdW.html> (23.03.2023).
- Koszalin Info, (2023, online) <https://koszalininfo.pl/tag/xvii-miedzynarodowy-zlot-morsow-w-mielnie/> (14.03.2023).
- KOWR Fanpage Facebook. (2023, online). <https://www.facebook.com/kowrkoszalin> (15.03.2023)
- Kuras A. (2013, online). *Organizacja i zarządzanie eventem – budowanie zespołu*, <https://newpr.pl/organizacja-i-zarzadzanie-eventem-budowanie-zespołu/> (18.03.2024).
- Lean You. (2023,online). <https://leanactionplan.pl/dlugie-terminy-realizacji-zamowien-i-opoznienia-dostaw-u-klientow/> (12.03.2023).
- Lisiński M. (2004). *Metody planowania strategicznego*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A.
- Magazyn Zlotowy. (2024). <https://samorząd.pap.pl/sites/default/files/2024-02/Magazyn%20Zlotowy.pdf> (12.03.2023).
- Miasto Koszalin Tygodnik. (2024, online). <http://www.miasto.koszalin.pl/index.php/13-news/585-wyjatkowy-zlot-milosnikow-zimnych-kapieli> (12.03.2023).
- Międzynarodowy Zlot Morsów w Mielnie – Facebook (2023, online). <https://www.facebook.com/ZlotMorsowMielno> (17.04.2023).
- Morsjanie Radio Eska (2023, online). <https://morsjanie.eska.pl> (25.02.2023).
- Morsy. (2023, online) <https://zlotmorsow.mielno.pl/zlot-morsow-w-mielnie-coraz-blizej-mamy-cennik/> (12.03.2023).
- News V Zlot Morsów w Mielnie (2023, online). <https://wydarzenia.interia.pl/zachodniopomorskie/news-v-miedzynarodowy-zlot-morsow-mielno-2008,nld,1156680> (17.04.2023).
- Nicholson R., Pearce D. (2001). *Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at four South Island events*. Journal of Travel Research, Nr 39 (4).
- Oklobdžija S. (2015). *The role of events in tourism development*. BizInfo Journal, Nr 6 (2).

- Pawlak K. (2013, online). <https://docplayer.pl/5898926-Organizacja-impresz-pomocyjnych.html> (11.11.2022).
- Przypinki Dla Morsów. (2023, online). <https://buttonfly.pl/przypinki-dla-morsow/> (11.01.2023).
- Piotrowski P. (2012). *Determinanty skuteczności wydarzeń marketingowych w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta, Turystyka na obszarach miejskich uwarunkowania rozwoju. Narzędzia promocji*. Studia Ekonomiczne Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Nr 119.
- Radio Eska. (2023, online). <https://morsjanie.eska.pl/> (23.03.2023).
- TV MAX. (2023, online). <https://m.youtube.com/watch?v=gOrubCbQTjY> (23.03.2023).
- Wan Yusof W.Z., Ismail M.F., Rahman I.A. (2015). *Critical Success Factors (CSFs) of Meeting, Incentive, Convention & Exhibition (MICE) Event Management*. Advanced Science Letters, Nr 4.
- Westerbeek H., Turner P., Ingerson L. (2002). Key success factors in bidding for hallmark sporting events. *International Marketing Review*, Nr 19 (3).
- Waśniewski P. (2016). *Kluczowe czynniki sukcesu jako podstawa pomiaru dokonań*. Cz.1 Rachunkowość w zarządzaniu jednostkami gospodarczymi, Nr 2 (80).
- WOPR Facebook. (2023, online). https://www.facebook.com/WOPRKoszalin?locale=pl_PL (15.03.2024)
- Wydarzenie Facebook. (2024, online). [https://www.facebook.com/events/357314567094920/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A\[%7D&locale=pl_PL](https://www.facebook.com/events/357314567094920/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A[%7D&locale=pl_PL) (15.03.2024)
- Wywiad z burmistrzem Mielna. (2024, online) <https://koszalininfo.pl/burmistrz-mielna-o-zlocie-morsow-ile-morsow-wykapalo-sie-w-baltyku-kto-byl-najstarszy-film/> (15.03.2024).
- Złot Morsów Mielno. (2022, online). <https://zlotmorsow.mielno.pl/> (22.05.2023).



Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Charakterystyka przyjazdów do Polski w 2023 roku

W 2023 r. badania statystyczne w zakresie zagranicznej turystyki przyjazdowej i wyjazdowej oraz krajowej prowadzone były przez Urząd Statystyczny w Rzeszowie w ramach porozumienia zawartego pomiędzy Ministerstwem Sportu i Turystyki, Głównym Urzędem Statystycznym oraz Narodowym Bankiem Polskim. Badaniami objęte były podróże do Polski odbywane przez nierezydentów, tj. osoby, które nie mieszkają na stałe na terenie Polski oraz podróże krajowe i zagraniczne mieszkańców Polski (rezydentów). W grupie odwiedzających Polskę nierezydentów znajdują się także Polacy, którzy wyjechali do innego kraju i mieszkają tam ponad rok (czyli są rezydentami tych krajów). Odzwierciedlają to uzyskane wyniki, np. struktura przyjazdów według celów, gdzie dominuje cel odwiedzin oraz wykorzystywana baza noclegowa w trakcie podróży – dominują mieszkania rodziny i znajomych, itp.

Przyjazdy do Polski w 2023 r.

W 2023 r. według szacunków było 77,6 mln przyjazdów nierezydentów do Polski, tj. o 8% więcej niż w analogicznym okresie poprzedniego roku (w 2022 r. 71,8 mln). Liczbę turystów zagranicznych w 2023 r. oszacowano na poziomie 19 mln, tj. o 19% więcej niż w 2022 r. (w 2022 r. liczba przyjazdów turystycznych do Polski wyniosła 15,9 mln).

Czasopismo Naukowe
„Turystyka – zarządzanie, administracja, prawo” Nr 2/2024

Tab. 2. Liczba przyjazdów turystycznych według głównych grup krajów w 2023 r. (w tys.)

Wyszczególnienie	2022	2023	zmiana
Ogółem	15 948	18 987	19,1%
Kraje UE	9 387	11 150	18,8%
Stara UE	7 851	9 270	18,1%
Niemcy	5 220	6 029	15,5%
Holandia	378	438	15,9%
Austria	264	320	21,1%
Włochy	349	461	32,1%
Francja	445	541	21,7%
Szwecja	247	302	22,2%
Dania	169	202	19,7%
Belgia	181	222	22,5%
Hiszpania	232	316	36,2%
Irlandia	197	230	16,6%
Finlandia	86	105	22,5%
Portugalia	50	62	24,4%
Grecja	24	31	31,5%
Luksemburg	9	10	8,2%
Nowa UE	1 536	1 881	22,4%
Czechy	305	429	40,4%
Słowacja	197	234	18,9%
Litwa	434	506	16,4%
Łotwa	176	197	11,4%
Węgry	139	169	20,9%
Estonia	91	117	28,2%
Rumunia	97	114	18,4%
Bułgaria	43	49	13,2%
Słowenia	17	20	12,1%
Pozostałe kraje nowej UE	36	48	33,3%
Sąsiedzi spoza Schengen	4 310	4 896	13,6%
Ukraina	3 462	4 077	17,8%
Białoruś	735	740	0,6%
Rosja	113	79	-30,2%
Ważne zamorskie	614	766	24,8%
USA	453	543	20,0%
Kanada	70	95	36,6%
Korea Południowa	51	66	28,2%
Japonia	21	31	48,7%
Australia	19	31	62,1%
Reszta świata	1 637	2 175	32,9%
Wielka Brytania	699	978	40,0%
Norwegia	264	305	15,7%
Szwajcaria	119	146	22,6%
Turcja	38	48	26,7%
Chiny*	34	62	79,6%
Brazylia	11	15	37,8%
Izrael	155	191	23,7%
Indie	25	36	41,4%
Zjednoczone Emiraty Arabskie	20	42	112,0%
Inne	272	351	29,1%

* Łącznie z Hongkongiem i Makau.

Największe wzrosty w liczbie przyjazdów turystycznych zanotowano wśród przyjazdów turystów ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich (112%), Chin (80%), Australii (62%), Japonii (49%), Indii (41%), Czech (40%) oraz Wielkiej Brytanii (40%).

Tab. 3. Liczba przyjazdów turystów zagranicznych w 2023 r. według miesięcy (w tys.) oraz zmiana

Miesiące	2022	2023	zmiana
Styczeń	654,8	1 118,6	70,8%
Luty	765,8	1 118,6	46,1%
Marzec	1 061,7	1 419,6	33,7%
Kwiecień	1 253,7	1 557,2	24,2%
Maj	1 443,8	1 660,0	15,0%
Czerwiec	1 511,8	1 773,3	17,3%
Lipiec	1 822,3	2 139,5	17,4%
Sierpień	1 843,0	2 083,3	13,0%
Wrzesień	1 622,0	1 878,5	15,8%
Październik	1 492,8	1 610,3	7,9%
Listopad	1 246,3	1 295,4	3,9%
Grudzień	1 236,9	1 332,4	7,7%

Przyjazdy do Polski w 2023 r. według miesięcy nie były rozłożone równomiernie. Najwięcej przyjazdów odnotowano w lipcu (2,1 mln) oraz w sierpniu (2 mln), kiedy w Polsce odbywa się letni sezon turystyczny. Do miesięcy odznaczających się znaczną liczbą przyjazdów w 2023 r. należały także: wrzesień (1,8 mln) oraz czerwiec (1,7 mln). Największe wzrosty w liczbie przyjazdów

W 2023 r. odwiedziny u krewnych i znajomych był głównym celem przyjazdów samolotem do Polski (35,3%), dalej był to cel zawodowy lub służbowy (29,7%) oraz wypoczynek i rekreacja (25,7%). Wśród podróżujących samolotem zarejestrowano nieznaczne zwiększenie celu – wypoczynek i rekreacja.

Tab. 4. Długość pobytu turystów zagranicznych w Polsce w pierwszej połowie 2023 r. (w %)

	2022	2023	zmiana (w punktach procentowych)
1 do 3 noclegów	38,5	37,4	-1,1
4 do 7 noclegów	37,7	37,4	-0,3
8 do 14 noclegów	17,3	18,5	1,2
15 do 28 noclegów	4,9	4,9	0,0
Ponad 4 tyg.	1,6	1,8	0,2
Średnia liczba noclegów	6,3	6,7	0,4

turystycznych w 2023 r. stosunku do analogicznego okresu 2022 r. zanotowano w styczniu (+70%), w lutym (+46%) oraz w marcu (+24%).

Tab. 5. Zróżnicowanie celów pobytu według środka transportu turystów zagranicznych w 2023 r. (w %)

	2022		2023	
	Samolot	Pozostałe	Samolot	Pozostałe
Wypoczynek,	21,5	16,6	25,7	21,7
Odwiedziny u	35,9	42,2	35,3	40,6
Służbowy/zawodowy	32,7	17,1	29,7	12,6
Zakupy	0,2	11,6	0,3	14,3

Dominującym celem przyjazdów turystów zagranicznych w 2023 r. podobnie jak w latach poprzednich były odwiedziny krewnych i znajomych (38,4%). Drugim pod względem motywów przyjazdu był wypoczynek i rekreacja (23,2%), a trzecim w kolejności celem przyjazdów turystów zagranicznych był cel służbowy (19,2%). Nastąpiło zwiększenie osób deklarujących cel wypoczynek, rekreacja

Najwięcej turystów zagranicznych spędziło w Polsce od 4 do 7 noclegów (37%) oraz od 1 do 3 noclegów (37%). Średnio pobyt w Polsce w 2023 r. wynosił 6,7 noclegu (w 2022 r. 6,3 noclegu). Pobyt w 2023 r. w stosunku do 2022 r. uległ wydłużeniu średnio o 0,4 noclegu.

Tab. 6. Sposób organizacji przyjazdu podróży w 2023 r. (w %)

	2022	2023	zmiana (w punktach procentowych)
Zakup pakietu	9,0	10,9	1,9
Zakup części usług	6,7	7,6	0,9
Samodzielnie	84,3	81,5	-2,8

Większość turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski w 2023 r. zorganizowała sobie przyjazd do Polski samodzielnie (81%). Na zakup pakietu decydowało się 11% przyjezdnych turystów, a na zakup części usług 7,6%.

Turyści z zagranicy w 2023 r. najczęściej korzystali z noclegów u krewnych i znajomych (44,7%), dalej z hotelu, motelu i zajazdu (32,9%).

Tab. 7. Wykorzystanie bazy noclegowej w trakcie przyjazdów do Polski w 2023 r. (w %)

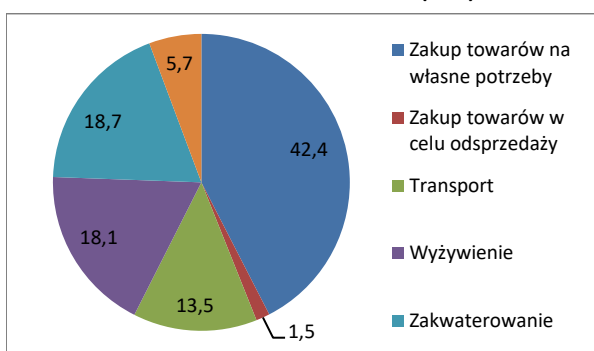
Wyszczególnienie	2022	2023	zmiana (w punktach procentowych)
Hotel, motel, zajazd	29,9	32,9	3,0
U rodziny lub znaiomych	45,6	44,7	-0,9
Pensjonat	2,5	2,8	0,3
Kwatera prywatna/agroturystyczna	6,5	6,3	-0,2
Pozostałe obiekty	17,4	15,9	-1,4

Zanotowano wzrost udziału wydatków związanych z zakupem towarów na własne potrzeby, a także wzrost udziału wydatków na wyżywienie i zakwaterowanie.

Tab. 8. Wydatki poniesione przez turystów zagranicznych na terenie Polski w 2023 r. (w %)

Wyszczególnienie	2022	2023	zmiana w punktach procentowych
Zakup towarów na własne potrzeby	43,5	42,4	-1,1
Zakup towarów w celu	1,4	1,5	0,1
Transport	15,0	13,5	-1,5
Wyżywienie	16,5	18,1	1,6
Zakwaterowanie	17,4	18,7	1,3
Inne	6,2	5,7	-0,5

Ryc. 1. Struktura wydatków poniesionych przez turystów na terenie Polski w 2023 r. (w %)

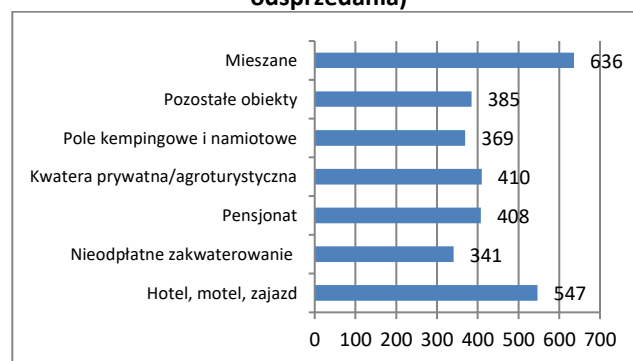


Największe wydatki turystów zagranicznych według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej w 2023 r. były rejestrowane u turystów korzystających ze zróżnicowanej bazy zakwaterowania (636 USD na podróż), dalej u turystów wykorzystujących hotel, motel oraz zajazd (547 USD).

Wielkość i struktura wydatków turystów

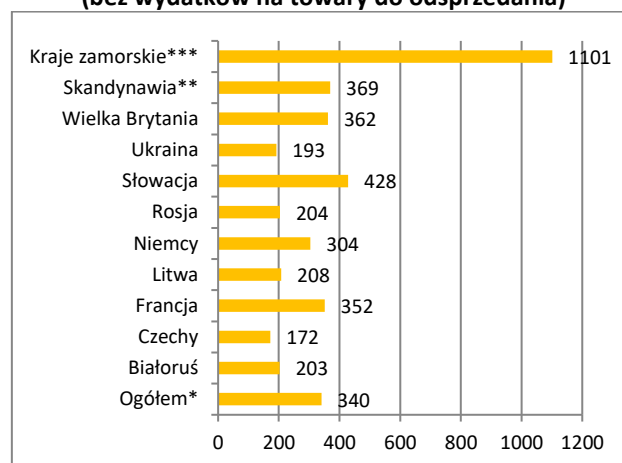
Z badań zrealizowanych w 2023 r. wynika, że w strukturze wydatków poniesionych przez turystów zagranicznych na terenie Polski największy udział stanowił zakup towarów na potrzeby własne (42,4%), zakwaterowanie (18,7%) oraz wyżywienie (18,1%), a także transport (13,5%). Zmiany w strukturze wydatków wskazują na niewielki spadek w grupie transportu

Ryc. 2. Przeciętne wydatki turystów zagranicznych według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej (w USD) w 2023 r. (bez wydatków na towary do odsprzedaży)



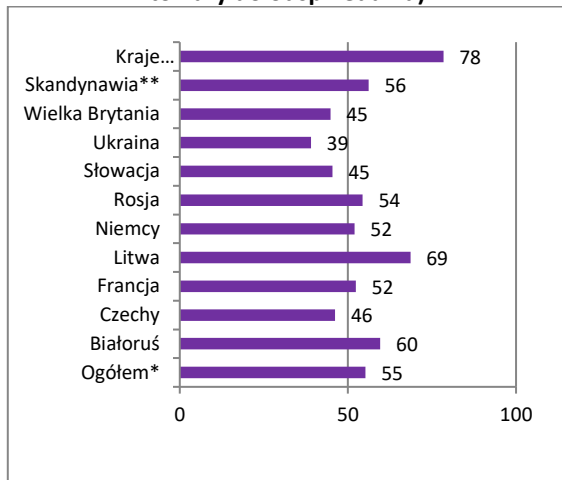
Odnotowano znaczny stopień zróżnicowania przeciętnych wydatków według krajów. Wydatki te wahały się w granicach od 172 USD (Czechy) do 1 101 USD (kraje zamorskie).

Ryc. 3. Przeciętne wydatki turystów zagranicznych w 2023 r. na podróż (w USD) (bez wydatków na towary do odsprzedaży)



* Średnia ważona, ** Skandynawia: Dania, Finlandia, Islandia, Norwegia, Szwecja, ***Australia, Japonia, Kanada, Korea Płd., USA.

Ryc. 4. Przeciętne wydatki turystów zagranicznych na 1 dzień pobytu (w USD) w 2023 r. (bez wydatków na towary do odsprzedania)



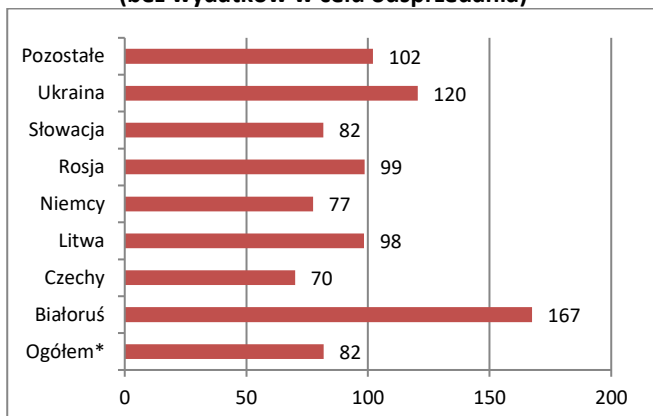
* Średnia ważona, ** Skandynawia: Dania, Finlandia, Islandia, Norwegia, Szwecja, ***Australia, Japonia, Kanada, Korea Płd., USA.

Przeciętne wydatki turystów zagranicznych na 1 dzień pobytu w 2023 r. wyniosły 50 USD i były o 5 USD większe niż w roku ubiegłym. Najwięcej na jeden dzień pobytu wydawali turyści z krajów zamorskich (78 USD), a także Litwy (69 USD) i Białorusi (60 USD). Najmniej mieszkańcy Ukrainy 39 USD na 1 dzień pobytu.

Wydatki odwiedzających jednodniowych

Z badań zrealizowanych w 2023 r. wynika, że przeciętne wydatki odwiedzających jednodniowych poniesione na terenie Polski łącznie z bez wydatków na towary do odsprzedania ukształtowały się na poziomie 82 USD na osobę.

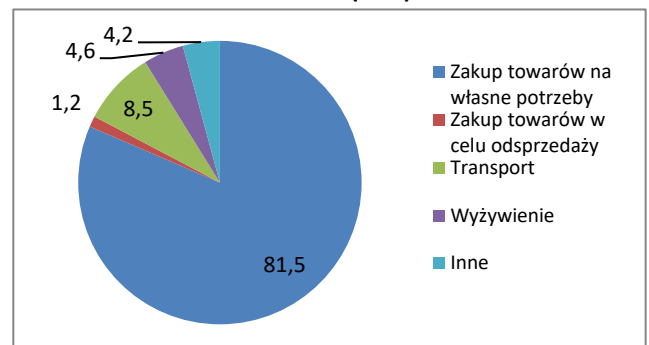
Ryc. 5. Przeciętne wydatki odwiedzających jednodniowych z zagranicy na podróż w 2023 r. (w USD) (bez wydatków w celu odsprzedania)



Najwyższe wydatki wśród odwiedzających jednodniowych zadeklarowali nasi wschodni sąsiedzi z Białorusi 167 USD oraz Ukrainy 120 USD.

Rodzajowa struktura wydatków odwiedzających jednodniowych w 2023 r. była podobna do lat poprzednich. Nadal największe sumy wydawane były w związku z zakupami na własne potrzeby (81,5%). Udział wydatków na transport wyniósł 8,2%, a żywienia 4,6%.

Ryc. 6. Struktura wydatków poniesionych przez odwiedzających jednodniowych na terenie Polski w 2023 r. (w %)



Podsumowanie

Analiza wyników badań przeprowadzonych w połowie 2023 r. pozwala zwrócić uwagę na kilka ważnych zjawisk:

- W 2023 r. według szacunków było 77,6 mln przyjazdów nierezydentów do Polski, tj. o 8% więcej niż w 2022 r.
- Liczbę turystów zagranicznych w 2023 r. oszacowano na poziomie 19 mln, tj. o 19% więcej niż rok wcześniej.
- Największe wzrosty w liczbie przyjazdów turystycznych zanotowano wśród przyjazdów turystów ze: Zjednoczonych Emiratów Arabskich, Chin, Australii, Japonii, Indii, Czech oraz Wielkiej Brytanii.
- Przyjazdy do Polski według miesięcy nie były rozłożone równomiernie. Najwięcej przyjazdów odnotowano w lipcu oraz w sierpniu. Do miesięcy odznaczających się znaczną liczbą przyjazdów w 2023 r. należały także: wrzesień oraz czerwiec.
- Dominującym celem przyjazdów turystów zagranicznych w 2023 r. podobnie jak w latach poprzednich były odwiedziny krewnych i znajomych. Drugim pod względem motywów przyjazdu był

wypoczynek i rekreacja, a trzecim w kolejności celem przyjazdów turystów zagranicznych był cel służbowy.

- W 2023 r. odwiedziny u krewnych i znajomych był głównym celem przyjazdów samolotem do Polski, dalej był to cel zawodowy lub służbowy oraz wypoczynek i rekreacja
- Ze względu na długość pobytu w Polsce najwięcej turystów zagranicznych spędziło w Polsce od 4 do 7 noclegów oraz od 1 do 3 noclegów. Średnio pobyt w Polsce w 2023 r. wynosił 6,7 noclegu. Większość turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski w 2023 r. zorganizowała sobie przyjazd do Polski samodzielnie (81%).
- Turyści z zagranicy w 2023 r. najczęściej korzystali z noclegów u krewnych i znajomych (44,7%), dalej z hotelu, motelu i zajazdu (32,9%). Zmniejszeniu uległ odsetek korzystających z noclegu u rodziny lub znajomych.
- W strukturze wydatków poniesionych przez turystów zagranicznych na terenie Polski największy udział stanowił zakup towarów na potrzeby własne, zakwaterowanie oraz wyżywienie. Największe wydatki turystów zagranicznych według rodzaju wykorzystywanej bazy noclegowej w 2023 r. były rejestrowane u turystów korzystających ze zróżnicowanej bazy zakwaterowania (636 USD na podróż).
- Odnotowano znaczny stopień zróżnicowania przeciętnych wydatków według krajów. Wydatki te wahały się w granicach od 172 USD (Czechy) do 1 101 USD (kraje zamorskie). Przeciętne wydatki turystów zagranicznych na 1 dzień pobytu w 2023 r. wyniosły 50 USD.
- Przeciętne wydatki odwiedzających jednodniowych poniesione na terenie Polski łącznie z bez wydatków na towary do odsprzedaży ukształtowały się na poziomie 82 USD na osobę.

Opracowano w Departamencie Turystyki
na podstawie badań statystycznych na prowadzonych przez GUS-
MSiT-NBP
Ministerstwo Sportu i Turystyki
Warszawa

DOI: 10.61016/TZAP-2956-8048-9.

Raport z badań statystyki turystycznej kraju – implikacje prawne, społeczne i gospodarcze

Dr Łukasz Zadorożny, US w Rzeszowie,
<https://orcid.org/0000-0002-3899-5352>

Dr Dominik Borek, MSiT, SGH w Warszawie,
<https://orcid.org/0000-0002-4359-9426>

Uczestnictwo mieszkańców Polski w podróżach

Na podstawie wyników badania statystycznego „Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach (PKZ)” wykazano, że liczba mieszkańców Polski (w wieku 15 lat lub więcej) uczestniczących w przynajmniej jednym prywatnym wyjeździe turystycznym, z co najmniej jednym noclegiem, wyniosła w 2023 r. 20,5 mln osób. Stanowiło to 65,6% ogółu osób należących do tej populacji w Polsce. W porównaniu z poprzednim rokiem było to o 6,9 p.proc. więcej.

Najliczniejszą grupą wśród uczestniczących były osoby w wieku 25-44 lata – z tej grupy wiekowej wyjechało 8,3 mln osób. Biorąc pod uwagę poziom wykształcenia, najwięcej osób uczestniczących w wyjazdach stanowili podróżni z wykształceniem wyższym (40,2%), a następnie średnim i policealnym (35,6%). Najmniejszy odsetek stanowiły osoby z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (11,2%). Rozpatrując status osób na rynku pracy, wśród podróżujących przeważały osoby pracujące. Ich udział wyniósł 67,6%.

W 2023 r. 34,4% mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej nie uczestniczyło w wyjazdach turystycznych (6,5 p.proc. mniej niż w 2022 r.). Jako główną przyczynę rezygnacji z wyjazdu podawano powody finansowe (37,7%, o 4,8 p.proc. więcej niż w 2022 r.). Jako kolejne istotne przyczyny nieuczestniczenia w podróżach wskazywano brak wolnego czasu z powodu zobowiązań wynikających z pracy lub nauki (16,7%), powody zdrowotne oraz brak motywacji do podróży (po 15,4%).

Podróże krajowe mieszkańców Polski

Mieszkańcy Polski w 2023 r. odbyli 75,5 mln podróży krajowych i zagranicznych ogółem (z co najmniej

jednym noclegiem), tj. więcej o 1,5% niż w 2022 r. Przeważały podróże krajowe, które stanowiły 79,4%.

Liczba zrealizowanych podróży krajowych ogółem (z co najmniej jednym noclegiem) przez mieszkańców Polski w 2023 r. wyniosła 60,0 mln, tj. mniej o 1,9% niż w 2022 r. Przeważały podróże krótkookresowe²², które stanowiły 58,7%. Osoby w wieku 15 lat lub więcej odbyły 52,2 mln podróży krajowych ogółem. Podróże w celach prywatnych, zrealizowanych przez osoby w tym wieku, stanowiły 96,3% (97,6% podróże długookresowe, a 95,4% podróże krótkookresowe).

Tab. 1. Cele podróży krajowych mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej w 2023 r. (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Długookresowe	Krótkookresowe
Wypoczynek, rekreacja, wakacje	46,7	63,9	35,0
Odwiedziny u krewnych lub znajomych	44,5	27,2	56,3
Edukacyjny	0,7	0,5	0,8
Zdrowotny	2,7	5,2	1,0
Religijny, pielgrzymka	0,6	0,3	0,8
Służbowy	3,7	2,4	4,6
Inny	1,1	0,6	1,4

W trakcie podróży krajowych najczęściej korzystano z transportu samochodowego, którego udział stanowił 81,0%. Był popularny zarówno w podróżach długookresowych (79,9%), jak i krótkookresowych (81,8%). Z pozostałych środków transportu w podróżach krajowych znaczenie miały również transport kolejowy (9,5%) oraz autobusowy (9,1%).

Głównym celem podróży krajowych mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej w 2023 r. był wypoczynek, rekreacja i wakacje – 46,7% (tab. 1). Ten cel był częściej wybierany w przypadku podróży długookresowych (63,9%) niż w krótkookresowych (35%), w których przeważał cel związany z odwiedzinami u krewnych lub znajomych (56,3%).

W 2023 r. podczas ponad połowy podróży krajowych (50,5%) mieszkańcy Polski w wieku 15 lat lub więcej korzystali z niewynajmowanych miejsc zakwaterowania, przede wszystkim z mieszkania u krewnych lub znajomych (46,2%). Ten rodzaj zakwaterowania popularny był zwłaszcza w trakcie

²² Podróże krótkookresowe to podróże trwające 2-4 dni. Podróże długookresowe to podróże trwające 5 dni lub dłużej.

podróży krótkookresowych – wybrano go w prawie 2/3 z nich. Spośród obiektów wynajmowanych najczęściej w trakcie podróży znalazły się hotele, motele lub zajazdy (16,2%), a następnie pensjonaty (9,4%).

Mieszkańcy Polski w wieku 15 lat lub więcej na jedną podróż krajową w 2023 r. wydali 863 zł. Było to o 49 zł więcej niż w 2022 r. Więcej kosztowała podróż długookresowa (1360 zł wobec 523 zł za krótkookresową).

Podróże zagraniczne mieszkańców Polski

W 2023 r. mieszkańcy Polski w wieku 15 lat lub więcej podróżowali (z co najmniej jednym noclegiem) za granicę głównie do krajów Unii Europejskiej (76,6% ogółu podróży). Szczególną popularnością cieszyły się wyjazdy do Niemiec. W omawianym roku odnotowano 2,6 tys. wyjazdów do tego kraju, co stanowiło 18,9% wszystkich podróży zagranicznych mieszkańców Polski w tej grupie wiekowej. Liczne były również podróże do Włoch (1,2 mln), które stanowiły 8,8% wszystkich podróży, a także do Hiszpanii (894,6 tys. podróży, tj. 6,6% ogółu) oraz Grecji (873,3 tys., tj. 6,4%). Krajem spoza Unii Europejskiej, do którego najczęściej podróżowali mieszkańcy Polski była Wielka Brytania (930,1 tys., tj. 6,8%). Popularnością cieszyły się również wyjazdy do nieco odleglejszych destynacji takich jak Turcja (507,9 tys., tj. 3,7%), Egipt (268,7 tys., tj. 2,0%), a także Stany Zjednoczone (177,3 tys., tj. 1,3%).

Głównym celem podróży zagranicznych mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej z przynajmniej jednym noclegiem był wypoczynek, rekreacja i wakacje (8,0 mln podróży). Udział tego celu w podróżach ogółem wyniósł 58,8%. Popularnością cieszyły się również podróże zagraniczne w celu odwiedzin krewnych lub znajomych (3,7 mln). Ich udział w strukturze w 2023 r. wyniósł 27,1%. W celach służbowych odnotowano nieco mniej wyjazdów (1,4 mln), a ich udział w strukturze wyniósł 10,4%.

Biorąc pod uwagę podróże turystów w celu wypoczynek, rekreacja i wakacje, najczęściej wyjazdów tego typu odnotowano do Włoch (1,0 mln podróży, tj. 81,1% ogółu podróży do tego kraju), a następnie do Grecji (842,3 tys., tj. 96,5%) i Hiszpanii (761,9 tys., tj. 85,2%). W celu odwiedzin krewnych lub znajomych, a także w celu służbowym mieszkańcy Polski najczęściej podróżowali do Niemiec. Liczba ww. podróży do tego kraju wyniosła odpowiednio 1,5 mln i 0,6 mln (tj. 57,1% i 22,2% podróży do tego kraju). W 2023 r. mieszkańcy Polski w celu odwiedzin krewnych lub znajomych często podróżowali również do Wielkiej Brytanii. Odnotowano wówczas

0,7 mln wyjazdów w tym celu, co stanowiło 75,5% ogółu wyjazdów do tego kraju.

Wśród wykorzystywanych przez turystów głównych środków transportu, dominował transport lotniczy. Jego udział w strukturze podróży zagranicznych z co najmniej jednym noclegiem wynosił 63,3%. Na drugim miejscu znalazły się pojazdy samochodowe prywatne i wynajęte z udziałem na poziomie 26,4%, natomiast na trzecim autobusy i autokary (8,0%).

Tab. 2. Przeciętne wydatki poniesione na podróże przez mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej (PLN)

Wyszczególnienie		2022	2023
przeliczone na podróż			
Krajowe	ogółem	814	863
	długookresowe	1 293	1 360
	krótkookresowe	467	523
Zagraniczne	ogółem	2 863	2 943

Na jedną podróż zagraniczną w 2023 r. mieszkańcy Polski wydali przeciętnie 2 943 zł (tab. 2). Było to o 80 zł więcej niż w 2022 r. Największe przeciętne wydatki na jedną podróż rezydenci ponosili w związku z transportem – 1 010 zł (o 29 zł mniej niż w 2022 r.), a następnie w związku z wynajmem zakwaterowania – 746 zł (o 18 zł więcej). W przypadku zagranicznych podróży jednodniowych na jedną podróż rezydenci wydali średnio 492 zł. Największe średnie wydatki rezydenci ponosili w związku z zakupem towarów (292 zł).

W omawianym roku mieszkańcy Polski odbyli 24,8 mln zagranicznych podróży jednodniowych (bez noclegu). W porównaniu z 2022 r. było to o 12,8% więcej. Głównymi krajami docelowymi jednodniowych podróży zagranicznych były kraje sąsiadujące z Polską. Dominowały podróże do Niemiec (10,0 mln podróży), które stanowiły 40,4% ogółu wyjazdów jednodniowych mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej. Nieco rzadziej podróżowano do Czech. W 2023 r. odnotowano 9,0 mln podróży jednodniowych do tego kraju, co stanowiło 36,4% ich ogółu. Podróże na Słowację stanowiły 17,8%, na Litwę – 3,4%, natomiast na Ukrainę 0,7%. Warto nadmienić, że w 2019 r. tj. przed pandemią COVID-19 i wybuchem wojny z Rosją udział podróży jednodniowych mieszkańców Polski na Ukrainę wyniósł 2,0%. Podróże jednodniowe na Białoruś i do Rosji w 2023 r. nie cieszyły się popularnością wśród polskich podróżnych. Ich udział w strukturze zagranicznych podróży jednodniowych wyniósł zaledwie po 0,1%.

Głównym celem zagranicznych wyjazdów jednodniowych był przede wszystkim wypoczynek i rekreacja (ponad 11,0 mln podróży bez noclegu), udział wyjazdów tego typu w strukturze wyniósł 44,4%. Liczne okazały się również zagraniczne podróże w celu zakupów (niespełna 11,0 mln). Udział tego celu w podróżach jednodniowych ogółem wyniósł 44,2%. Liczba zagranicznych podróży w celu służbowym wyniosła 1,1 mln, co stanowiło 4,4% w strukturze.

Mieszkańcy Polski wyjeżdżający na 1 dzień przekraczali granicę przeważnie samochodami osobowymi – 76,7%. Wśród pozostałych sposobów przekraczania granicy 8,4% stanowiły przekroczenia dokonane za pomocą autobusu i busu, natomiast 8,2% stanowiły przekroczenia piesze lub za pomocą roweru.

Aspekty prawne (regulacyjne) i ekonomiczne

W ramach prowadzonych przez Ministerstwo Sportu i Turystyki rejestrów publicznych na podstawie przekazywanych w formie elektronicznej przez marszałków województw danych dotyczących skategoryzowanych w województwie obiektów hotelarskich na stronie internetowej ministra właściwego do spraw turystyki zamieszcza się Centralny Wykaz Obiektów Hotelarskich. Wykaz ten jest jawny. Na jego bazie sporządzono statystykę skategoryzowanych obiektów turystycznych za lata 2022 i 2023.

Tab. 3. Liczba skategoryzowanych obiektów hotelarskich w podziale na rodzaje

Nazwa Obiektu (rok)	2022	2023
Kemping	118	120
Schronisko	49	50
Pensjonat	282	279
Hotel	2835	2832
Schronisko młodzieżowe	56	53
Dom Wycieczkowy	15	15
Motel	82	77
Łącznie	3437	3426

Na podstawie informacji o dokonanych wpisach do rejestru organizatorów szkoleń przekazywanych w postaci elektronicznej przez marszałków województw, na stronie internetowej ministra właściwego do spraw turystyki zamieszcza się Centralny Wykaz Organizatorów Szkoleń dla Kandydatów na Przewodników Górskich.

Tab. 4. Liczba organizatorów szkoleń dla kandydatów na przewodników górskich z podziałem na formę prawną

Forma Prawna (rok)	2022	2023
Jednostka organizacyjna	58	60
Osoba fizyczna	1	1
Łącznie	59	61

Na podstawie informacji o dokonanych wpisach do rejestru przekazywanych w postaci elektronicznej przez marszałków województw minister właściwy do spraw turystyki na stronie internetowej obsługującego go urzędu udostępnia Ewidencję, którą prowadzi Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny.

Tab. 5. Statystyka przedsiębiorców turystycznych w podziale na rodzaj działalności

Rodzaj działalności (rok)	2022	2023
Organizator Turystyki (OT)	3611	3813
Przedsiębiorca Ułatwiający Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych (PUNPUT)	28	28
OT/PUNPUT	855	955
Łącznie	4494	4796

Na podstawie danych o nadanych uprawnieniach przewodnika górskiego przekazywanych w postaci elektronicznej przez marszałków województw na stronie internetowej ministra właściwego do spraw turystyki są udostępniane dane liczbowe dotyczące uprawnień nadanych przez poszczególnych marszałków województw. Dane te są jawne.

Tab. 6. Liczba przewodników górskich ogółem

Zawód (rok)	2022	2023
Przewodnik górski (liczba)	5980	6025

Przeprowadzone badania jednoznacznie wskazały, iż w ramach Systemu Rejestrów Publicznych w Turystyce można w sposób jednoznaczny sporządzić kompleksowe zestawienie danych w kluczowych obszarach gospodarki turystycznej (przedsiębiorcy turystyczni, przewodnicy górscy, obiekty hotelarskie). Badanie wykazało, iż jedynym obszarem, w którym odnotowano niewielki spadek w stosunku do roku 2022 było hotelarstwo mierzone liczbą obiektów hotelarskich. Pozostałe obszary odnotowały wzrosty, w tym ten niezwykle imponujący w zakresie przedsiębiorców turystycznych, aż o ponad 6%.

Informacja dla Przedsiębiorcy

Dotacje dla sektora HORECA 2024



W kwietniu 2024 r. ogłoszono nabór wniosków na dotacje dla branży hotelarskiej, gastronomicznej i cateringowej (HoReCa) oraz turystycznej i kulturalnej w ramach Krajowego Planu Odbudowy. W ramach tego naboru do rozdysponowania jest 1,2 mld zł. To jeden z pierwszych naborów z KPO, który rozpocznie się na początku maja. Jego adresatami będą małe i średnie firmy z branży HoReCa.

Wysokość dofinansowania

Łączny budżet programu „A1.2.1. Inwestycje dla przedsiębiorstw w produkty, usługi i kompetencje pracowników oraz kadry związane z dywersyfikacją działalności w ramach KPO” (potocznie nazywanego HoReCa) wynosi ponad 1,2 mld złotych. Pozwoli on na wsparcie co najmniej 2,5 tys. przedsiębiorstw w skali całego kraju.

Powyzsza pula środków została podzielona na województwa w następujący sposób:

1) dla województwa kujawsko-pomorskiego – 46 713 639,00 zł (słownie: czterdzieści sześć milionów siedemset trzysta tysięcy sześćset trzydzieści dziewięć złotych 00/100);

2) dla województwa pomorskiego – 118 618 397,00 zł (słownie: sto osiemnaście milionów sześćset osiemnaście tysięcy trzysta dziewięćdziesiąt siedem złotych 00/100);

3) dla województwa zachodniopomorskiego – 98 563 330,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt osiem milionów

pięćset sześćdziesiąt trzy tysiące trzysta trzydzieści złotych 00/100);

4) dla województwa mazowieckiego – 187 713 248,00 zł (słownie: sto osiemdziesiąt siedem milionów siedemset trzysta tysięcy dwieście czterdzieści osiem złotych 00/100);

5) dla województwa podlaskiego – 22 990 287,00 zł (słownie: dwadzieścia dwa miliony dziewięćset dziewięćdziesiąt tysięcy dwieście osiemdziesiąt siedem złotych 00/100);

6) dla województwa warmińsko-mazurskiego – 38 031 806,00 zł (słownie: trzydzieści osiem milionów trzydzieści jeden tysięcy osiemset sześć złotych 00/100);

7) dla województwa lubelskiego – 42 433 462,00 zł (słownie: czterdzieści dwa miliony czterysta trzydzieści trzy tysiące czterysta sześćdziesiąt dwa złote 00/100);

8) dla województwa małopolskiego – 128 523 259,00 zł (słownie: sto dwadzieścia osiem milionów pięćset dwadzieścia trzy tysiące dwieście pięćdziesiąt dziewięć złotych 00/100);

9) dla województwa podkarpackiego – 48 670 083,00 zł (słownie: czterdzieści osiem milionów sześćset siedemdziesiąt tysięcy osiemdziesiąt trzy złote 00/100);

10) dla województwa świętokrzyskiego – 26 169 340,00 zł (słownie: dwadzieścia sześć milionów sto sześćdziesiąt dziewięć tysięcy trzysta czterdzieści złotych 00/100);

11) dla województwa łódzkiego – 55 640 429,00 zł (słownie: pięćdziesiąt pięć milionów sześćset czterdzieści tysięcy czterysta dwadzieścia dziewięć złotych 00/100);

12) dla województwa opolskiego – 29 471 083,00 zł (słownie: dwadzieścia dziewięć milionów czterysta siedemdziesiąt jeden tysięcy osiemdziesiąt trzy złote 00/100);

13) dla województwa śląskiego – 125 588 393,00 zł (słownie: sto dwadzieścia pięć milionów pięćset osiemdziesiąt osiem tysięcy trzysta dziewięćdziesiąt trzy złote 00/100);

14) dla województwa dolnośląskiego – 99 175 302,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt dziewięć milionów sto siedemdziesiąt pięć tysięcy trzysta dwa złote 00/100);

15) dla województwa lubuskiego – 27 147 863,00 zł (słownie: dwadzieścia siedem milionów sto czterdzieści siedem tysięcy osiemset sześćdziesiąt trzy złote 00/100);

16) dla województwa wielkopolskiego – 94 406 083,00 zł (słownie: dziewięćdziesiąt cztery miliony czterysta sześć tysięcy osiemdziesiąt trzy złote 00/100).

Wsparcie na przedsięwzięcie jest udzielane w formie refundacji części poniesionych kosztów kwalifikowalnych przedsięwzięcia. Maksymalna wartość wsparcia wynosi 90 proc. kosztów kwalifikowanych przedsięwzięcia. Maksymalna wartość wydatków kwalifikowalnych to 600 tys. złotych. Zatem wymagany jest wkład własny minimum 10 proc. kosztów kwalifikowalnych.

Wysokość wsparcia wyniesie od 50 tys. złotych do 540 tys. złotych.

Realizacja inwestycji nie powinna być dłuższa niż 12 miesięcy i musi zakończyć się przed 31 stycznia 2026 r.

Na co można otrzymać dotacje?

Wsparcie będzie udzielane na unowocześnienie lub dywersyfikację działalności. Efektem ma być stworzenie warunków do budowania odporności na wypadek kolejnych kryzysów oraz rozwój przedsiębiorczości polskich firm.

Dofinansowanie z Krajowego Planu Odbudowy można otrzymać na działania w ramach trzech komponentów.

Inwestycyjnego:

- zakup maszyn i urządzeń niezbędnych do wprowadzenia na rynek nowych produktów/usług,
- roboty budowlane, w tym budowa nowych linii produkcyjnych,
- zakup maszyn i urządzeń wyposażenia.

Szkoleniowego:

- podnoszenie kwalifikacji/przekwalifikowanie pracowników,
- unowocześnienie lub rozszerzanie profilu działalności.

Doradczego:

- opracowanie modelu biznesowego,
- przygotowanie procedur technicznych.

Wsparcie może obejmować również uzupełniająco koszty związane z zieloną transformacją (dotyczącą m.in. poprawy efektywności energetycznej i odnawialnych źródeł energii) oraz z transformacją cyfrową (np. zastosowania automatyzacji procesów, modernizacją systemów telekomunikacyjnych oraz informatycznych).

Inwestycja jest kierowana do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które prowadziły i prowadzą przeważającą działalność gospodarczą określoną odpowiednim kodem PKD, potwierdzoną wpisem do właściwego rejestru w jednej z branż: hotelarstwo, gastronomia, turystyka, kultura. Wśród kodów PKD znajdują się:

- Dział 55 – ZAKWATEROWANIE (55.10.Z Hotele i podobne obiekty zakwaterowania, 55.20.Z Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania, 30.Z Pola kempingowe (włączając pola dla pojazdów kempingowych) i pola namiotowe;
- Dział 56 – DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA ZWIĄZANA Z WYŻYWIENIEM (56.10.A Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne, 56.10.B Ruchome placówki gastronomiczne, 56.21.Z Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (katering), 56.29.Z Pozostała usługowa działalność gastronomiczna, 56.30.Z Przygotowywanie i podawanie napojów;
- Dział 59 – DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z PRODUKCJĄ FILMÓW, NAGRAŃ WIDEO, PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH, NAGRAŃ DŹWIĘKOWYCH I MUZYCZNYCH (59.14.Z Działalność związana z projekcją filmów);
- Dział 77 – WYNAJEM I DZIERŻAWA (77.21.Z Wypożyczanie i dzierżawa sprzętu rekreacyjnego i sportowego, 77.34.Z Wynajem i dzierżawa środków transportu wodnego, 35.Z Wynajem i dzierżawa środków transportu lotniczego;
- Dział 79 – DZIAŁALNOŚĆ ORGANIZATORÓW TURYSTYKI, POŚREDNIKÓW I AGENTÓW TURYSTYCZNYCH ORAZ POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA W ZAKRESIE REZERWACJI I DZIAŁALNOŚCI Z NIĄ ZWIĄZANE (79.11.A Działalność agentów turystycznych, 11.B Działalność pośredników turystycznych, 79.12.Z Działalność organizatorów turystyki, 79.90.A Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych, 79.90.B

Działalność w zakresie informacji turystycznej, 79.90.C
Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji,
gdzie indziej niesklasyfikowana);

- Dział 82 – DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z ADMINISTRACYJNĄ
OBSŁUGĄ BIURA I POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ
WSPOMAGAJĄCA PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI
GOSPODARCZEJ (82.30.Z Działalność związana z
organizacją targów, wystaw i kongresów);

- Dział 85 – EDUKACJA (85.51.Z Pozaszkolne formy edukacji
sportowej oraz zajęć sportowych i rekreacyjnych);

- Dział 91 – DZIAŁALNOŚĆ BIBLIOTEK, ARCHIWÓW,
MUZEÓW ORAZ POZOSTAŁA DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z
KULTURĄ (91.02.Z Działalność muzeów, 03.Z. Działalność
historycznych miejsc i budynków oraz podobnych atrakcji
turystycznych, 91.04.Z Działalność ogrodów botanicznych i
zoologicznych oraz obszarów i obiektów ochrony przyrody,
96.04.Z Działalność usługowa związana z poprawą kondycji
fizycznej).

Wnioski będzie można składać wyłącznie w postaci
elektronicznej przez Lokalny System Informatyczny PARP
do 5 czerwca 2024 r.

Wszelkie niezbędne dokumenty, w tym Ogłoszenie o
naborze, Regulamin naboru, Kryteria wyboru projektów
dostępne są pod adresem:
<https://kpo.parp.gov.pl/component/grants/grants/inwestycje-w-dywersyfikacje-dzialalnosci-sektora-horeca-oferta-dla-przedsiębiorców#dokumenty>



Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Turystyka

– zarządzanie, administracja, prawo

Lista recenzentów:

- prof. Mariela Modeva, University of Library Studies and Information Technologies (Bułgaria),
- prof. Stela Baltova, IBS Sofia - International Business School (Bułgaria),
- dr Eva Hvizdová, College of International Business ISM Slovakia in Presov (Słowacja),
- dr hab. Marek Storoška, College of International Business ISM Slovakia in Presov (Słowacja),
- dr Jozef Polačko, College of International Business ISM Slovakia in Presov (Słowacja),
- assos. Prof. PhD (professor emeritus) Rumen Draganov, University of Library Studies and Information Technologies (Bułgaria),
- prof. DSc Stoyan Denchev, University of Library Studies and Information Technologies (Bułgaria),
- dr Ilin Dimitrov, Minister of Tourism (Bułgaria),
- dr hab. Hanna Zawistowska, prof. SGH – Szkoła Główna Handlowa,
- dr Dominik Borek – Ministerstwo Sportu i Turystyki,
- dr hab. Ewa Dziedzic, prof. SGH – Szkoła Główna Handlowa,
- dr hab. Teresa Skalska, prof. SGTiH Vistula, Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa Vistula,
- dr hab. Katarzyna Podhorodecka, prof. ucz., WGiSR Uniwersytet Warszawski,
- dr Michał Koskowski - Szkoła Główna Handlowa,
- dr hab. Krzysztof Celuch, prof. SGTiH Vistula,
- dr hab. Włodzimierz Strelcow, prof. AP - Akademia Pomorska w Słupsku, Katedra Zarządzania,
- dr Julia Padafet – Akademia Pomorska w Słupsku, Katedra Zarządzania,
- dr Jarosław Szreder - Akademia Pomorska w Słupsku, Katedra Zarządzania,
- dr Arkadiusz Gryko - Akademia Pomorska w Słupsku, Katedra Zarządzania,
- dr Agnieszka Muszyńska, Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie,
- dr hab. Tomasz Bojar-Fijałkowski, prof. UKW, Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy,
- dr Mariusz Barczak, WSG w Bydgoszczy,
- dr hab. Beata Sadowska, prof. Uniwersytet Szczeciński,
- dr Piotr Kociszewski – Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych,
- dr hab. Alina Zajadacz, prof. UAM- Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu,
- dr hab. Daniel Puciato,
- dr Robert Andrzejczyk,
- dr hab. Marek Cierpiat-Wolan, prof. URz,
- dr hab. Jacek Borzyszkowski,
- prof. dr hab. Marek Bugdol,
- dr Wojciech Fedyk,
- dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. AWF
- dr Jarosław Lichacy,
- dr Bartłomiej Walas,
- prof. dr hab. Aleksander Panasiuk, Uniwersytet Jagielloński,
- dr hab. Katarzyna Bilińska, prof. UEK - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach,
- dr hab. Beata Sadowska, prof. Usz – Uniwersytet Szczeciński,
- dr Nikodem Sarna - Katedra Marketingu, Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie.

Ministerstwo Sportu i Turystyki
ul. Senatorska 14, 00-082 Warszawa
e-mail: redakcja@msit.gov.pl

Nr wpisu tytułu prasowego: PR21396
Nr ISSN 2956-8048