

Dr Magdalena Sitek<sup>1</sup>

## *Turystyka miejska*

---

**Abstract.** *City tourism.* One of the fastest developing tourism types is city tourism. City tourism is connected with managing of citizens' free time without leaving the city. There are free aspects of this matter: phenomenon of free time of the urban population, possible forms of leisure time activities in cities and environmental protection. Large, medium and small cities develop a strategy for the development of urban tourism. Such strategies include the characterization of the town and determine how to acquire new tourists.

1) Dr Magdalena Sitek, Prorektor Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie oraz adiunkt na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie.



Turystyka miejska powiązana jest z potrzebą zagospodarowania wolnego czasu osób zamieszkujących w mieście, bez jego opuszczania. W optyce tematu znajdują się zatem trzy kwestie wymagające głębszego omówienia i powiązania ze sobą, a mianowicie zjawisko wolnego czasu mieszkańców miast, możliwe formy jego zagospodarowania w mieście (turystyka miejska), ale w powiązaniu z wykorzystaniem i jednocześnie ochroną środowiska naturalnego.

## Czas wolny

Rosnąca ilość wolnego czasu powiązana jest niewątpliwie w rozwoju techniki. Innowacyjna gospodarka sprawia, że coraz to nowsze urządzenia przejmują na siebie wykonywanie wielu czynności dnia codziennego, które jeszcze dwadzieścia lat temu zajmowały człowiekowi większą część dnia. Zmiany w stylu życia widać zarówno w przysłowiowej kuchni, jak i w pracy. W domu pracę za człowieka przejęły takie urządzenia jak: zmywarki, miksery czy roboty. Ponadto można kupić gotowe półprodukty, ograniczając się jedynie do ich podgrzania. Rewolucja technologiczna najbardziej widoczna jest jednak w sposobie wykonywania pracy zawodowej. W biurach nikt nie używa już maszyny do pisania, a popełnione błędy koryguje się jednym naciśnięciem klawisza klawiatury komputera. Informatyzacja i digitalizacja dokumentów sprawia, że wiele czynności zawodowych można wykonywać w domu, jak chociażby księgowanie. To wszystko sprawia, że człowiek żyjący w wielkich i średnich aglomeracjach ma coraz więcej wolnego czasu, który musi w jakiś sposób zagospodarować.

Narastająca liczba czasu wolnego staje się problemem głównie wielkich i średnich miast. Jednostka nie jest w stanie sama tego czasu zagospodarować. To właśnie władze miast muszą przygotować odpowiednio bogatą infrastrukturę, która będzie mogła wchłonąć coraz większą rzeszę ludzi chcących wykorzystać w jakiś sposób swój wolny czas. Stąd zasadne jest zdefiniowanie pojęcia czasu wolnego i określenie jego funkcji, a następnie przejście do turystyki, przedstawienia zagadnień turystyki miejskiej w powiązaniu z wykorzystaniem i ochroną środowiska naturalnego.

K. Czajkowski czas wolny definiuje jako *czas pozostający do swobodnej dyspozycji człowieka po wypełnieniu obowiązków zawodowych oraz niezbędnych czynności domowych i związanych z samoobsługą. Nie podlega on przymusowi zewnętrznemu, co oznacza, że ludzie mogą go wykorzystać w dowolny sposób, robić to, na co mają ochotę. Pojęcie to związane jest nieodłącznie z pojęciami poczucia wolności i odprężenia*<sup>2</sup>.

Czas wolny oznacza zatem przestrzeń czasową bez obowiązków, przeznaczoną głównie na relaks i dowolne zajęcia, które to czynniki są głów-

2) Zob. J. Raczowska, *Znane i nowe problemy czasu wolnego*, Problematyka Opiekuńczo-Wychowawcza 2000, nr 6, s. 13.

nyimi elementami składowymi turystyki. Wyróżnia się następujące funkcje czasu wolnego:

- regeneracja sił fizycznych i psychicznych organizmu;
- rozrywka;
- rozwój osobowości;
- uczestnictwo w życiu społecznym.

Wypoczynek jest niezbędny dla zregenerowania sił fizycznych i psychicznych organizmu, co ma decydujący wpływ na efektywność podejmowanych przez człowieka działań. Jest to szczególnie ważne dla dzieci i młodzieży, gdyż potrzeba wypoczynku ma kluczowe znaczenie w okresie intensywnego rozwoju fizycznego, intelektualnego, społecznego i duchowego. Nadmiar wolnego czasu lub jego brak może doprowadzić do dysfunkcji rozwojowych człowieka. Stąd konieczne jest zapewnienie mieszkańcom miast odpowiednich możliwości zagospodarowania wolnego czasu.

Rozrywka przyczynia się do rozwoju i pogłębiania zainteresowań jednostki, umożliwia też uzewnętrznianie umiejętności. Funkcja ta przejawia się we wszelkiego rodzaju działaniach, które pozwalają na odprężenie psychiczne. Rozrywka może być uzupełniana przez bierny wypoczynek<sup>3</sup>. Funkcja rozrywki kompensuje monotonię dnia, nudę i powtarzające się codziennie czynności<sup>4</sup>.

Czas wolny uważany jest także za obszar, w którym zachodzi rozwój osobowości człowieka. Dzieje się to w dwóch płaszczyznach: po pierwsze występuje na skutek działania samoistnego, podczas realizacji własnych zainteresowań, po drugie zaś następuje dzięki celowemu stwarzaniu i organizowaniu sytuacji umożliwiających powstawanie nowych doznań, składających do zaangażowania w daną czynność. Chodzi tu o zajęcia, które dają zarówno możliwość wypoczynku i odprężenia, a zarazem rozrywki sprawiającej radość.

W ten sposób praca zawodowa czy nauka w powiązaniu z podejmowanymi w wolnym czasie różnymi formami aktywności, dają możliwość rozwoju wewnętrznego, zaspokajania potrzeby poznania, kształtowania i doskonalenia siebie samego oraz otoczenia lub też dostarczania wrażeń estetycznych i umożliwiania twórczej aktywności<sup>5</sup>.

Spędzanie wolnego czasu poprzez różnego rodzaju aktywności powiązane z turystyką miejską daje również szansę na uczestnictwo człowieka w życiu społecznym. Każdy człowiek odczuwa wewnętrzną potrzebę działania w grupie i robienia czegoś wspólnie z innymi. Szczególnie młodzież posiada duże pragnienie identyfikacji z innymi, co umożliwia właściwą socjalizację jednostki. Bardzo duża ilość czasu spędzana jest w towarzy-

3) J. Raczkowska, *Znane i nowe problemy czasu wolnego*, op. cit., s. 14.

4) A. Kamiński, *W czasach pełnych i wychowawczo poprawnych*, Problematyka Opiekuńczo-Wychowawcza 1971, nr 3, s. 2.

5) J. Kargul, *O czasie wolnym młodzieży*, Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze 2001, nr 6, s. 8.

stwie innych osób, co pozwala na rozwój umiejętności społecznych, zaś wybór spędzania czasu wolnego wraz z gronem znajomych lub przyjaciół wzmacnia kształtowanie zasad współdziałania i empatii<sup>6</sup>.

Zaszły zmiany, wywołane innowacyjną gospodarką spowodowały wzrost wolnego czasu, który w jakiś sposób musi zostać zagospodarowany. Turystyka miejska jest jednym z ciekawych i pożytecznych sposobów spędzania czasu wolnego.

## Pojęcie i rodzaje turystyki miejskiej

Turystyka miejska sięga swoimi korzeniami czasów antycznych. W literaturze pochodzącej z tamtych czasów odnotowuje się liczne przypadki odwiedzania znanych miast, jak chociażby Aten, Rzymu, Aleksandrii czy Konstantynopola. Zjawisko odwiedzania miast występowało również w czasach średniowiecznych, gdzie ludzie podążali zwłaszcza do Rzymu w celach religijnych. Pewnym zainteresowaniem cieszyły się również inne miasta, jak np. Florencja<sup>7</sup>.

Współczesne zjawisko turystyki miejskiej jest znacznie bardziej złożone, stąd w literaturze przedmiotu znajdują się liczne definicje, które ujmują jedynie pewne elementy bardzo złożonej rzeczywistości. Wielu podkreśla, że turystyka miejska to rozwój różnych form uprawiania turystyki w mieście<sup>8</sup>. Sformułowanie to jednak jest bardzo ogólne i jedynie oddaje złożoność samego zjawiska. Stąd konieczne jest posługiwanie się definicją opisową, wskazując na poszczególne komponenty tego zjawiska.

Na współczesną turystykę miejską składają się dwa nurty turystów. Pierwszy to zewnętrzny, a drugi to wewnętrzny. Formy zaspakajania potrzeb turystycznych dla obu nurtów mogą być różne, ale mogą też się uzupełniać. Charakterystyczne formy turystyki dla nurtu zewnętrznego to: turystyka biznesowa, pielgrzymkowa, sportowa, uzdrowskowa, kulturowa, edukacyjna czy etniczna. Dla nurtu wewnętrznego zaś typowymi formami turystyki są: turystyka rekreacyjna, rozrywkowa, ale też sportowa, uzdrowskowa, kulturowa, edukacyjna, etniczna czy religijna<sup>9</sup>.

Władze samorządowe w sposób świadomy i celowy kształtują charakterystykę turystyczną współczesnych miast, co jest typowym zjawiskiem dla miast postmodernistycznych (*post-modern-city*) i postindustrialnych (*post-industrial-city*). W tych miastach świadomie kształtowane są obsza-

6) R. Tauber, *Pedagogika czasu wolnego. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Wyższej szkoły Hotelarstwa i Gastronomii, Poznań 1998, s. 10.

7) A. Kowalczyk, *Geografia turystyki*, Warszawa 2000, s. 15 n.

8) Zob. D.G. Pearce, *An integrative framework for urban tourism research* (Elsevier Science), *Annals of Tourism Research* 28(4) 2001.

9) Zob. M. Sitek, *Polityka ochrony środowiska w sektorze usług turystycznych w świetle prawa Unii Europejskiej*, Olsztyn 2007, s. 25 i n.

ry przeznaczone dla turystyki miejskiej. Dokonuje się m.in. rewitalizacji i modernizacji dawnych obszarów przemysłowych, przykładem czego jest Manufaktura w Łodzi czy dawne doki stoczni w Londynie<sup>10</sup>. Można nawet powiedzieć, że to właśnie turystyka miejska ma obecnie największy wpływ na przemiany zachodzące we współczesnych wielkich i średnich miastach Europy.

Podmiotami korzystającymi z turystyki miejskiej mogą być:

- mieszkańcy miasta,
- mieszkańcy regionu miejskiego,
- uczestnicy konferencji,
- pracownicy,
- pielgrzymi,
- wczasowicze i pensjonariusze sanatoriów i SPA,
- uczniowie lub studenci pochodzący spoza miasta.

Do atrakcji turystycznych, które mogą przyciągać turystów, tak wewnętrznych (mieszkańców miasta), jak i zewnętrznych należy zaliczyć:

- zabytki (dawne i współczesne, cywilne i wojskowe, a także dawne fabryki),
- muzea i galerie,
- teatry, kina i koncerty,
- sanktuaria lub inne miejsca kultu religijnego,
- miejsca rozrywki (puby, kluby nocne, domy publiczne),
- restauracje, kawiarnie,
- sklepy,
- centra konferencyjne.

Rodzaj oferowanych atrakcji determinuje charakterystykę danego miasta. Z tym, że wielkie metropolie takie, jak Paryż, Londyn, Rzym łączą w sobie jednocześnie wiele ofert turystycznych. W Paryżu obok siebie usytuowane są znane sanktuarium *Sacre Coeur* i ulica *Pigalle*, największy dom publiczny w Francji. Ze względu na oferowane atrakcje można wyróżnić następujące miasta:

- zabytkowe (zabytki, muzea, teatry, kina, koncerty),
- kulturalne (muzea, teatry, kina, koncerty),
- rozrywkowe (teatry, kina, koncerty, kluby nocne, restauracje i kawiarnie),
- usługowo-biznesowe (obejmuje wszystkie formy atrakcji turystycznej),
- pielgrzymkowe (sanktuaria lub inne miejsca kultu religijnego),
- sanatoryjne,
- edukacyjne (szkoły i uczelnie).

Wiele miast europejskich i polskich, m.in. Poznań, Warszawa, Kraków, celem wzmocnienia rozwoju turystyki miejskiej, przystąpiło do mię-

10) Zob. A. Matczak, A. Płoński, *Badania turystyki miejskiej w Wielkiej Brytanii*, [w:] A. Matczak (red.), *Turystyka miejska*, Bydgoszcz 2008, s. 40.

dzynarodowej organizacji *EUROPEAN CITIES MARKETING*. Członkostwo w tej organizacji daje wiele korzyści<sup>11</sup>, m.in.:

- umożliwia wymianę doświadczeń pomiędzy miastami, organizacjami turystycznymi,
- tworzy możliwości współpracy przy rozwiązywaniu problemów związanych z turystyką miejską i kulturową, biznesowo-konferencyjną,
- ułatwia dostęp do pomocy i wsparcia w zakresie rozwoju turystyki miejskiej i kulturowej oraz biznesowo-konferencyjnej,
- zapewnia dostarczanie regularnych raportów na temat badań dotyczących np. sposobów mierzenia wpływu turystyki na ekonomię,
- umożliwia sprawdzanie najświeższych wiadomości na temat trendów w turystyce europejskiej,
- zapewnia miesięczne i roczne porównanie liczby przyjazdów i noclegów z resztą Europy w oparciu o system gromadzenia danych TourMIS oraz raport *European Cities Marketing*,
- umożliwia kontakt z Komisją Europejską, Parlamentem Europejskim i innymi partnerami mogącymi pomóc w rozwoju turystyki miejskiej i konferencyjnej,
- zajmuje się wspieraniem, koordynacją i rozwojem szkoleń specjalistów ds. turystyki miejskiej i konferencyjnej na europejskim rynku turystycznym.

W literaturze pomija się całkowicie jeszcze jeden wymiar turystyki miejskiej, a mianowicie jej zgodność z założeniami zrównoważonej turystyki, a więc takiej, która wprawdzie wykorzystuje zasoby naturalne, jednak w sposób umiarkowany. Miasta posiadają bowiem liczne obszary zielone takie, jak parki, lasy, jeziora czy inne zbiorniki lub ciekі wodne. W wolnym czasie z tych miejsc korzystają mieszkańcy i przyjezdni turyści. Można tutaj podawać liczne przykłady, jak np. Englischer Park w Monachium, Lasek Buloński w Paryżu, Planty w Krakowie czy Las Bielański w Warszawie. Obiekty te są zarówno miejscami spotkań, odpoczynku czy rozrywki, organizuje się tam np. koncerty.

## **Podstawy prawne rozwoju turystyki miejskiej w Europie i Polsce**

Turystka miejska nie znajduje jak na razie wyraźnych uregulowań w prawie Unii Europejskiej lub wewnętrznym państw członkowskich. Pewne odniesienia znajdują się jednak w tzw. prawie miękkim, czyli w *soft law* oraz w strategiach rozwoju miast czy turystyki.

11) Zob. Dokument Uzasadnienie do projektu uchwały Rady Miasta Poznania [w:] <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MleWGw0ADUgJ:bip.city.poznan.pl/bip/public/bip/attachments.html%3Fco%3Dshow%26instance%3D1037%26parent%3D15631%26lang%3Dpl%26id%3D28529+turystyka+a+miejaska+w+dokumentach+unii+europejskiej&cd=4&hl=pl&ct=clnk&gl=pl> [23 VII 2010].

## Podstawy prawne rozwoju turystyki miejskiej w Europie

Podstawowym dokumentem dla nas jest Komunikat Komisji Europejskiej pt. *Wspólne działania na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia - nowy początek Strategii Lizbońskiej*<sup>12</sup>, który jest jednocześnie odnowieniem Strategii Lizbońskiej. Główne kierunki rozwoju turystyki w UE zostały określone w Komunikacie Komisji z 22 marca 2006 r. zatytułowanym *Odnowiona polityka turystyczna UE: Ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej*<sup>13</sup>. W dokumencie tym nie wspomina się o turystyce miejskiej. Jest natomiast mowa o wyzwaniach, jakie stoją przed turystyką, a zwłaszcza o potrzebie jej zrównoważonego rozwoju. Niekontrolowany rozwój turystyki może prowadzić do zagrożenia w funkcjonowaniu bioróżnorodności, funkcjonomekosystemu, zasobom naturalnym i dziedzictwu kulturowemu. Może nawet zagrozić funkcjonowaniu obszarów miejskich. Wprawdzie w dokumencie tym nie ma mowy o turystyce miejskiej, jednak akcentuje się wagę miast w rozwoju turystyki. Europejskie miasta i regiony są gospodarzami licznych wydarzeń kulturalnych (takich, jak Europejska Stolica Kultury<sup>14</sup> czy festiwale) i sportowych, tzn. wydarzeń, które mogą odegrać ważną rolę w promowaniu wizerunku miejscowości-gospodarza przed wydarzeniem, w jego trakcie i po zakończeniu. W szczególności na takich wydarzeniach mogą wiele skorzystać MŚP związane z turystyką, jeśli odpowiednio zaangażują się we wszystkie fazy ich organizacji.

Kolejnym aktem prawnym ważnym z punktu widzenia niniejszego opracowania jest Europejska Agenda 21 dla turystyki. W 2004 r. powołano Grupę ds. Zrównoważonego Rozwoju Turystyki. Opracowane przez nią sprawozdanie miało stanowić podstawę do zaproponowania w 2007 r. Europejskiej Agendy 21 dla turystyki. Agenda ta została przyjęta i wdrożona w życie 19 października 2007 r. komunikatem Komisji Europejskiej *Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej*<sup>15</sup>.

12) KOM (2005)24.

13) KOM(2006) 134 wersja ostateczna. Komunikat ten został oparty na takich dokumentach jak:

- Komunikat Komisji z 13 listopada 2001 r., *Pracując wspólnie na rzecz przyszłości europejskiej turystyki*;
- Uchwała Rady z 21 maja 2002 r. *W sprawie przyszłości turystyki europejskiej*;
- Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Gospodarczego i Społecznego oraz Komitetu Regionów z dnia 25 listopada 2003 r., *Podstawowe kierunki dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej*;
- Konkluzja Rady z 18 kwietnia 2005 r., *W sprawie zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej*;
- Dokument *Wspólne działania na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia - nowy początek Strategii Lizbońskiej* [COM(2005) 24], który stanowił podstawę decyzji Rady Europejskiej o odnowieniu Strategii Lizbońskiej i wyznaczeniu priorytetów wzrostu i zatrudnienia oraz do którego odwołuje się Komunikat KE w sprawie odnowionej polityki turystycznej. Przyjęto, że europejska polityka turystyczna powinna mieć charakter komplementarny względem polityk realizowanych w państwach członkowskich.

14) Patrz: [http://europa.eu.int/comm/culture/eac/other\\_actions/cap\\_europ/cap\\_eu\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/culture/eac/other_actions/cap_europ/cap_eu_en.html).

15) KOM(2007)621., Tekst Agendy, Zob. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:PL:HTML> [23 VII 2010], Zob. J. Walasek, *Turystyka w Unii Europejskiej*, Lublin 2009, s. 81 i n.



Agenda opiera się na trzech celach: dobrobyt gospodarczy, sprawiedliwość i spójność społeczna oraz ochrona środowiska naturalnego. Stwierdzono w niej, że turystyka może przyczynić się do zrównoważonego rozwoju obszarów miejskich poprzez poprawę konkurencyjności przedsiębiorców, zaspokojenie potrzeb społecznych i zachowanie środowiska kulturowego i naturalnego. Miejskie ośrodki turystyczne muszą zastosować podejście globalne, oparte na zasadach zrównoważonego rozwoju, które będzie uznane i wspierane przez polityki publiczne na wszystkich poziomach włącznie z poziomem europejskim.

Turystyka miejska wspierana jest przez europejski program URBAN. Inicjatywa URBAN nie jest bezpośrednio przeznaczona na finansowanie działań związanych z turystyką. Nie mniej jednak projekty takie mogą wpływać w sposób znaczący na jakość środowiska naturalnego, z którego korzysta turystyka w średnich i dużych miastach. Turystyka miejska odgrywa coraz większe znaczenie, stąd konieczne jest również podejmowanie działań zmierzających do ochrony środowiska naturalnego w miastach, w tym obszarów zielonych takich, jak parki czy tereny nadbrzeżne wykorzystywane przez mieszkańców i turystów najczęściej w sposób krótkotrwały. O tej potrzebie wyraźnie jest wspomniane w komunikacie KE z 6 maja 1997 r. *Towards an urban agenda in the European Union*<sup>16</sup>.

Można finansować rozbudowę lub ulepszanie istniejącej bazy turystycznej, zwłaszcza w miejscowościach nadmorskich, np. Walencja w Hiszpanii czy Bari we Włoszech, wprowadzenie środków transportu przyjaznych środowisku, szkolenia zasobów ludzkich również w kontekście sensybilizacji na aspekty ekologiczne, redukcję ilości odpadów, skuteczne zarządzanie wodą i obniżenie poziomu hałasu, co z kolei ma pozytywny wpływ nie tylko na ludzi, ale również na cały ekosystem.

Przykładem działania realizowanego w ramach inicjatyw URBAN jest projekt przygotowany przez miasto Pescara we Włoszech i realizowany w latach 2001-2002. Jego celem była restrukturyzacja nabrzeża morskiego w mieście, ze szczególnym zwróceniem uwagi na jego udostępnienie dla turystyki i jednoczesnym zachowaniem istniejącego tam systemu ekologicznego, a zwłaszcza różnorodności biologicznej. Przygotowanie nabrzeża pozwoliło na udostępnienie go turystom przybyłym do miasta w celach zwiedzenia znajdującego się tam dziedzictwa kulturowego czy też turystom, którzy zatrzymali się w mieście podczas podróży na południe Włoch. Wybrzeże to jednak może również służyć dla samych mieszkańców Pescary, którzy również we własnym mieście stają się turystami korzystającymi z urządzeń nabrzeżnych służących turystyce<sup>17</sup>.

16) KOM(1997)197 końcowy,

17) Więcej o tym projekcie zob. [http://www.europa.eu.int/comm/regional\\_policy/urban2/towns\\_prog\\_it.htm](http://www.europa.eu.int/comm/regional_policy/urban2/towns_prog_it.htm), [24 VII 2010].

## Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013

Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce jest zgodna z założeniami polityki Unii Europejskiej. W Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2010<sup>18</sup> podkreśla się, że turystyka jest sferą aktywności gospodarczej i ważnym instrumentem zharmonizowanego rozwoju gospodarek narodowych państw Unii Europejskiej. Równocześnie turystyka przyczynia się do odkrywania najcenniejszych zasobów kulturowych i środowiskowych, których eksponowanie poprawia wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek kraju, regionów oraz miejscowości. Przy zachowaniu odpowiedniego podejścia rozwój funkcji turystycznych, zwracając uwagę lokalnych społeczności na najważniejsze atuty przyrodnicze i kulturowe, sprzyjać będzie zachowaniu tradycyjnych w polskim społeczeństwie wartości oraz będzie zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju.

W ramach zadań przydzielonych poszczególnym ministrom przypisano w Strategii konkretne zadania do wykonania. I tak, minister właściwy ds. budownictwa, gospodarki przestrzennej i mieszkaniowej winien zająć się odnową miast i kształtowaniem polityki miejskiej. Konieczne jest również zwiększenie bezpieczeństwa turystów w miejscowościach o zwiększonym natężeniu turystycznym. Konieczna jest tutaj współpraca policji z podmiotami działającymi w sektorze usług turystycznych. Nie mniej ważne jest zapewnienie turystom w miastach bezpieczeństwa przeciwpożarowego i ekologicznego. Dalej kładziony jest nacisk na rozwój infrastruktury turystycznej w miastach o dużym nasileniu ruchu turystycznego i w wielkich aglomeracjach.

Ważne jest oddziaływanie i współpraca wielu miejscowości położonych blisko siebie w celu zwiększenia atrakcyjności turystycznej i zwiększenia ruchu turystycznego. W strategii zakłada się wspieranie przez państwo tych form turystyki, które rokują największy rozwój. W tym jest właśnie turystyka miejska i kulturowa. W Strategii słusznie podkreśla się powiązania turystyki miejskiej z turystyką pielgrzymkową, biznesową, etniczną i przemysłową. Konieczna jest zatem rewitalizacja miejscowości uzdrowiskowych.

Wspieranie rozwoju turystyki miejskiej, turystyki kulturowej i turystyki w obiektach dziedzictwa przemysłowego uzasadnione jest koniecz-

18) Tekst Strategii znajduje się pod [http://www.um-zachodniopomorskie.pl/zalaczniki/porojekt\\_startegii\\_w\\_polsce.pdf](http://www.um-zachodniopomorskie.pl/zalaczniki/porojekt_startegii_w_polsce.pdf) [23 VII 2010]. Strategia ta została budowana w oparciu o następujące dokumenty:

- Program konwergencji. Aktualizacja 2005 przyjęty przez Radę Ministrów w styczniu 2006 roku;
- Projekt Strategii Rozwoju Kraju 2007 – 2015 przyjęty przez Radę Ministrów 27 czerwca 2006 roku;
- Wstępny projekt Narodowej Strategii Spójności przyjęty przez Radę Ministrów 14 lutego 2006 roku
- Dane statystyczne i oszacowania określające stan turystyki w latach 2001-2005 zawarte w opracowaniu *Diagnoza stanu rozwoju turystyki do 2006 roku i prognozy na lata 2007-2013*;
- Ustalenia i wyniki dyskusji nad projektem *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013* przyjętym przez Radę Ministrów 21 czerwca 2005 roku.

nością budowania nowego wizerunku polskiej turystyki, jak i wizerunku kraju. Tworząc ofertę eksponującą najcenniejsze zasoby polskiej kultury, należy podjąć starania o dotarcie do zamożnych, a równocześnie opinio-twórczych grup odbiorców. Należy zwrócić uwagę na odbiorców o wyrobionym guście i wysokim statusie materialnym.

W działaniu tym mieści się również wzmacnianie metropolii, ich oferty kulturalnej, wykorzystanie środowisk twórczych związanych z najsilniejszymi ośrodkami regionalnymi. Realizacja tego działania pozwala na lepsze wyeksponowanie potencjału polskich miast zarówno dla odwiedzających, jak i dla mieszkańców.

W ramach tego typu turystyki powinny znaleźć się również przedsięwzięcia wchodzące w zakres turystyki kulturowej i przemysłowej. Na osobną uwagę zasługuje organizacja imprez sportowych oraz spotkań politycznych mogących stworzyć wizerunek regionów i kluczowych metropolii.

Z turystyką miejską nieodłącznie powiązana jest turystyka pielgrzymkowa i etniczna. Rozwój tego typu turystyki, mimo że mniej atrakcyjny z ekonomicznego punktu widzenia, ma zasadnicze znaczenie dla budowania wizerunku Polski. Jednym z nielicznych wyróżników naszego kraju na świecie jest religijność. Wyróżnik ten jest postrzegany bardzo różnie; często jest też interpretowany negatywnie. Należy podjąć starania, aby wykorzystać dla realizacji tego działania potencjał polskich sanktuariów, ich kulturotwórcze i historyczne znaczenie, wieloletnie tradycje pielgrzymek (wiele pielgrzymek o znaczeniu regionalnym lub nawet krajowym i międzynarodowym), odwołać się do spuścizny Jana Pawła II, a równocześnie pokazywać wielokulturowość naszego kraju, tradycje tolerancji religijnej i przykłady koegzystencji różnych wyznań. W ten sposób Polska ma szansę stać się jednym z ważnych światowych centrów ekumenizmu; podtrzymując wizerunek kraju katolickiego, może pokazać swoją otwartość i różnorodność. W oparciu o to działanie możliwe stanie się eksponowanie lokalnego kolorytu oraz wykorzystanie dużej aktywności podmiotów zajmujących się dzisiaj turystyką tego typu. Konieczne jest podwyższenie standardu świadczonych usług i wzbogacenie infrastruktury dla potrzeb tej turystyki<sup>19</sup>.

Z turystyką miejską związany jest również rozwój turystyki uzdrowskiej, medycznej, rehabilitacyjnej oraz typu *wellness*. Dzięki turystyce uzdrowskiej można osiągnąć następujące efekty:

- rewitalizacja miejscowości uzdrowskich,
- kreowanie nowych ośrodków w oparciu o bogate regionalne zasoby środowiskowe (mikroklimat, źródła itp.),
- wprowadzanie innowacji technologicznych w ofercie tego typu turystyki, w tym m.in. dla osób niepełnosprawnych,
- stworzenie w kraju nowych atrakcyjnych miejsc pracy dla lekarzy,

19) Cel operacyjny I.5 - Rozwój wiodących typów turystyki.

pielęgniarek, rehabilitantów itp. (powstrzymanie zjawiska migracji),

- generowanie oferty o wysokiej jakości i dochodowości.

Rozwojowi tego typu turystyki sprzyjają zmiany demograficzne (starzenie się społeczeństwa), położenie geograficzne Polski zwiększające dostępność do usług dla starszych osób z rozwiniętych krajów UE, moda na zdrowy styl życia zwiększająca zainteresowanie usługami uzdrowisk ludzi o stosunkowo dobrym stanie zdrowia i osób młodszych.

Ostatnim rodzajem turystyki powiązanej z jej odmianą miejską jest turystyka biznesowa i kongresowa. Ten rodzaj pozwala na realizację działalności turystycznych o wysokiej efektywności ekonomicznej. Równocześnie wpływa na kształtowanie i wzmacnianie inwestycyjnego wizerunku miasta. Turystyka biznesowa i kongresowa obejmuje takie działania, jak:

- tworzenie bazy dla organizacji kongresów, spotkań biznesowych, konferencji i seminariów,
- organizację targów, wystaw, spotkań gospodarczych i politycznych o wysokiej randze,
- rozszerzenie oferty dla firm w zakresie organizacji podróży motywacyjnych i innych form związanych z integracją i edukacją załóg przedsiębiorstw.

Rozwój turystyki biznesowej i kongresowej powinien także uwzględniać polską specyfikę, a więc tworzenie i modernizację zaplecza dla małych i średnich konferencji w obiektach dziedzictwa historycznego i kulturowego, które znajdują się w większych i średnich miastach.

Rozkwit turystyki miejskiej zależy również od działania władz samorządowych, które powinny dążyć do poprawy estetyki swoich miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miasta. Przeciwnieństwem tego jest słaba dostępność komunikacyjna, brak infrastruktury technicznej, która pozwoliłaby na absorpcję ruchu turystycznego oraz chaos w zagospodarowaniu przestrzennym i brak skutecznych instrumentów kształtowania ładu przestrzennego. Negatywny wpływ na kształtowanie się turystyki miejskiej ma dzika prywatyzacja i sprzedaż terenów miejskich. W ten sposób władze miasta mają tylko chwilowe zyski, zaś miasto często traci, pozbywając się atrakcyjnych terenów, które można byłoby wykorzystać na inne cele.

Dlatego zarówno Unia Europejska, jak i Polska wspiera poprzez różnego rodzaju programy zaangażowanie władz na poziomie lokalnym i regionalnym. Konieczne jest zawieranie porozumienia pomiędzy różnymi typami ośrodków turystycznych (np. wiejskimi, nadmorskimi, górskimi, miejskimi) zaangażowanymi w zrównoważone zarządzanie ośrodkami określone przez liderów i otwarte dla wszystkich zainteresowanych stron.

Komisja Europejska wspiera wzmocnienie i stworzenie nowych platform, również poprzez wykorzystanie nowych technologii w przypadkach, gdy możliwa jest wymiana doświadczeń wyniesionych z dobrych i złych

praktyk oraz gdy współpraca pomiędzy sektorem turystyki i pozostałymi powiązаныmi sektorami może ulec poprawie. Promuje się wymianę najlepszych praktyk w dziedzinie zrównoważonego zarządzania ośrodkami turystycznymi (np. próby rozwiązywania problemu zmian sezonowych oraz wydłużenia sezonu turystycznego). Mogą w znaczący sposób przyczynić się do konkurencyjności ośrodków turystycznych. Platformy te mogłyby pozwolić na bardziej specyficzne podejście odzwierciedlające terytorialne i gospodarcze cechy ośrodków.

## **Umiejscowienie turystyki miejskiej w wybranych strategiach**

W niniejszym punkcie zostanie dokonana analiza czterech strategii rozwoju turystyki. Pierwsza z nich dotyczy województwa śląskiego, na terenie którego znajduje się największa w Polsce aglomeracja. Druga strategia dotyczy Warszawy, największego miasta w Polsce. Zaś trzecia i czwarta będzie dotyczyć Otwocka i Józefowa, miasta średniego i małego.

## **Strategia rozwoju turystyki miejskiej w województwie śląskim**

Możliwa jest strategia rozwoju nie tylko miasta, lecz całego województwa, w którym dojmującą rolę odgrywają wielkie aglomeracje, jak np. aglomeracja śląska. Ciekawe wnioski wynikają z dokumentu *Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013*<sup>20</sup>. W dokumencie tym stwierdza się, że *Rozwój turystyki w województwie śląskim odbywa się w poszanowaniu zasad zrównoważonego rozwoju oraz z uwzględnieniem regionalnych uwarunkowań przyrodniczych i różnicowań kulturowych, uznając, iż turystyka jest istotnym czynnikiem rozwoju województwa śląskiego tworzącym nowe miejsca pracy dla mieszkańców.*

Podstawowym celem strategicznym rozwoju turystyki województwa śląskiego jest rozwój produktu markowego, czyli turystyki biznesowej. W ramach realizacji tego celu zakłada się:

- wzrost liczby turystów podróżujących w interesach;
- wzrost znaczenia turystyki kongresowej i konferencyjnej;
- wspieranie turystyki związanej z uczestnictwem w targach, wystawach, giełdach;
- promowanie wyjazdów motywacyjnych.

Na drugim miejscu stawiany jest rozwój turystyki miejskiej i kulturowej. W ramach tego celu zakłada się:

20) Tekst dokumentu Zob. [http://www.silesia-region.pl/stratur/srt\\_4.htm](http://www.silesia-region.pl/stratur/srt_4.htm) [23 VII 2010].

- zwiększenie dostępności obiektów archeologicznych dla celów turystycznych;
- restauracja, promocja i udostępnienie turystom zabytkowych układów urbanistycznych i obiektów architektury militarnej;
- rozwój turystyki przemysłowej (industrialnej);
- poszerzenie oferty kulturalnej, rozrywkowej i widowiskowo-sportowej;
- tworzenie warunków i wzrost liczby odwiedzin w ramach turystyki sentymentalnej;
- poszerzenie oferty turystyki pielgrzymkowej.

W ramach tej strategii zostało realizowanych wiele działań. Między innymi na terenie dawnych fabryk powstają centra handlowe, muzealne czy parki technologiczne i przemysłowe, jak np. Euro-Centrum w Katowicach.

## **Strategia rozwoju turystyki miejskiej w Warszawie**

Warszawa nie posiada opracowanej strategii rozwoju turystyki miejskiej, jaką mają nawet niewielkie miasta, np. Gniew koło Tczewa. Podstawą rozwoju turystyki miejskiej w Warszawie jest *Strategia rozwoju narodowego produktu turystycznego Miasta Stołecznego Warszawy Trakt Królewski*. Strategia ta jest realizowana przez Ministra Kultury, funkcjonujące na Trakcie Królewskim instytucje kultury i edukacji o charakterze narodowym oraz Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy. W ramach tej strategii przewiduje się odnowienie fasad domów, naprawę nawierzchni dróg, rewitalizacją podwórek i zieleni. Planowana jest odbudowa niektórych publicznych obiektów znajdujących się tam.

Drugim aktem prawnym jest uchwała Rady Miasta z 24 listopada 2005r. w sprawie przyjęcia Strategii Rozwoju Miasta Stołecznego Warszawy do 2020r.<sup>21</sup>

Jednym z podstawowych założeń tej Strategii jest wykreowanie nowych atrakcji i przedsięwzięć kulturalnych na światowym poziomie, które byłyby znakiem firmowym miasta. Oferta kulturalna, jaką mają do dyspozycji mieszkańcy i goście przybywający do Warszawy, swoją różnorodnością i poziomem nie odbiega od standardów europejskich. Brakuje jednak kulturalnego wizerunku naszego miasta, wyrazistych akcentów, które pozwalałyby zidentyfikować Warszawę.

Dłatego podstawowym działaniem w zakresie budowania turystyki miejskiej w Warszawie jest promocja miasta. Podejmowane są działania w celu stworzenia marki Warszawy, która uczni miasto rozpoznawalnym na całym świecie. Podobnie, jak Paryż uważany jest za stolicę mody, Londyn za centrum finansowe, Rzym za miasto zabytków, Wiedeń za miasto muzyki, tak i Warszawa może być kojarzona chociażby z Chopinem, gdzie żył i tworzył,

21) [http://www.um.warszawa.pl/v\\_syrenka/ratusz/strategia.pdf](http://www.um.warszawa.pl/v_syrenka/ratusz/strategia.pdf) [24 VII 2010].

a także gdzie odbywają się międzynarodowe konkursy chopinowskie<sup>22</sup>.

Ważnym działaniem jest kreowanie oraz promowanie imprez kulturalnych, muzycznych i festiwali oraz poprawa infrastruktury turystycznej. Muzea oferują również możliwości edukacyjne. Młodzież ze szkół średnich może odbywać tam swoje lekcje historii. Stworzony został już pełen dostęp do informacji turystycznej. W tym zakresie niezbędne jest zbudowanie platformy współpracy z organizacjami hotelarskimi, turystycznymi oraz centrami obsługi turystów.

Logiczną konsekwencją jest opracowanie tematycznych tras turystycznych dla osób przybywających do Warszawy. Mają one łączyć ze sobą miejsca rozrywki, kultury, muzea z gastronomią i hotelarstwem. Cały czas uatrakcyjniana jest oferta muzealna. Warszawa jest przecież miastem pamięci. W jej granicach rozgrywały się najważniejsze wydarzenia w historii kraju. Stąd organizowane są m.in. takie akacje, jak Noc Muzeów, w której co roku bierze udział prawie 60 tys. osób z Warszawy i całej Polski.

W ramach działań operacyjnych planowane jest zwiększenie atrakcyjności Warszawy dla mieszkańców i turystów poprzez program zagospodarowania doliny Wisły i jej wykorzystanie jako atrakcji dla mieszkańców i turystów. Ponadto podjęte zostały działania zmierzające do stworzenia warunków do organizacji w Warszawie wielkich imprez sportowych. Warszawa jest jednym z miast organizujących Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej 2012. Planuje się również zadanie Warszawa Miastem Olimpiady 2020. Na terenach Legii przy ul. Łazienkowskiej kończy się budowa Narodowego Stadionu Piłkarskiego

W końcu konieczne jest poprawienie estetyki miasta. Prowadzone są w tym zakresie działania zmierzające do określenia i wprowadzenia w życie zasad tworzenia przestrzeni miejskiej i planowego rozmieszczenia małej architektury (kiosków, ławek, koszy na śmieci, przystanków, słupów ogłoszeniowych itp.). Konieczne jest również wprowadzenie wyraźnych zasad rozmieszczania reklam tak, aby zmniejszyć ich negatywny wpływ na estetykę przestrzeni miejskiej.

Analiza Strategii Rozwoju Miasta Stołecznego Warszawy ukazuje to miasto jako dobrze przygotowane na wyzwania, które stawia przed nim turystyka miejska. Liczba atrakcji turystycznych, transport oraz zaangażowanie władz lokalnych w sprawy turystyki sprawia, że można z dużym optymizmem patrzeć na rozwój turystyki w tym mieście. Konieczne jest zbudowanie nowego centrum Warszawy oraz dokończenie rewitalizacji zdewastowanych obszarów, zwłaszcza Pragi Południe.

22) Więcej o promocji miasta zob. A. Pawlicz, *Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska*, Bydgoszcz 2008, s. 15 i n.

## Strategia rozwoju turystyki miejskiej w Otwocku

Podstawowym aktem normatywnym dla polityki rozwoju turystyki miejskiej Otwocka jest Strategia Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Miasta Otwocka, która pochodzi z 2004 r. Otwock zamieszkuje ok. 45 tys. mieszkańców i jest to ośrodek administracyjny, usługowy, leczniczy i wypoczynkowy. Otwock znany jest jako ośrodek letniskowo-uzdrowiskowy. Stąd też w Strategii Rozwoju Miasta znalazł się punkt 1.1.13 zatytułowany „Turystyka”.

W Otwocku zbiegają główne szlaki turystyczne na południowy wschód od Warszawy. Położenie u ujścia Świdra do Wisły, dogodne połączenia z Warszawą i innymi większymi ośrodkami miejskimi w regionie predestynują Otwock do pełnienia funkcji ośrodka turystycznego ściśle związanej z ościennymi gminami, stanowiącego dogodny punkt dla uprawiania turystyki i wypoczynku jednodniowego i wielodniowego.

Przyciągające uwagę zabytki kultury materialnej znajdują się w samym Otwocku i jego okolicach. Najcenniejszym zabytkiem w okolicy jest wspaniały barokowy zespół pałacowo-parkowy Bielińskich w Otwocku Wielkim, udostępniony do zwiedzania w 2004 r. Z obiektów dwudziestowiecznych na największą uwagę zasługują znajdujące się w Otwocku budynki magistratu z okresu międzywojennego przy ul. Armii Krajowej 5 i dawnego kasyna przy ul. Filipowicza (obecnie liceum ogólnokształcące). Zwraca uwagę kościół p.w. św. Wincentego a'Paulo, budynek dworca kolejowego oraz budynki Obserwatorium Geofizycznego PAN (dawnie Obserwatorium Magnetyzmu Ziemskiego).

Dużą grupę zabytków stanowi architektura drewniana, której stosunkowo sporo zachowało się w Otwocku i na całej tzw. „Linii Otwockiej”. Są to drewniane wille wznoszone od końca XIX w. do lat 30. XX w. w tzw. stylu otwockim (zwanym również stylem nadświdrzańskim lub „świdermajerem”). Charakteryzują się one wielką różnorodnością detali drewnianych, zdobień, ganków, werand, tarasów itp. Prekursorem tego budownictwa był Michał Elwiro Andriolli mieszkający w latach 80. dziewiętnastego stulecia nad Świdrem. Obecnie pozostało ogółem około tysiąca tych domów, w tym znaczna ich część na terenie Otwocka, niestety często grozi im zawalenie.

Do połowy XX w. Otwock był największym nizinnym ośrodkiem lecznictwa gruźlicy i chorób płuc. Działo tutaj wiele pensjonatów, lecznic, szpitali i sanatoriów, z których do dzisiaj przetrwało niewiele. Mimo to warto zwiedzić wzniesione przed II wojną światową dawne Sanatorium Miasta Stołecznego Warszawy przy ul. Reymonta czy dawne Sanatorium Wojskowe przy ul. Borowej. Z bogatą historią Otwocka można się zapoznać, odwiedzając Muzeum Ziemi Otwockiej przy ul. Narutowicza.



W okolicach Otwocka zachowało się sporo pamiątek po kulturze żydowskiej, z których na szczególną uwagę zasługują dwa cmentarze położone na terenie gminy Karczew. Pozostają one zaniedbane, ale stanowią podstawę do przyciągnięcia zainteresowanych śladami ich bytności w okolicach Warszawy oraz historią Otwocka. Przed drugą wojną światową Żydzi stanowili 75% jego mieszkańców, tu w latach 1940 - 1942 funkcjonowało getto, które liczyło 12-15 tys. osób. Niemal wszyscy spośród nich zginęli: z chorób i głodu, rozstrzelani lub w obozie zagłady w Treblince.

W Otwocku oraz jego okolicach zachowały się murowane budynki dworców kolejki wąskotorowej Karczew – Jabłonna, funkcjonującej na terenie powiatu otwockiego w latach 1914-63. Wśród walorów turystycznych Otwocka i jego okolic, ściśle związanych z funkcją rekreacyjno-wypoczynkową, na uwagę zasługuje rzeka Świder, nad którą co roku odpoczywają mieszkańcy Otwocka, powiatu i pobliskiej Warszawy. Niestety brak wystarczającej infrastruktury turystycznej oraz zły stan czystości tej rzeki są czynnikami utrudniającymi pełne wykorzystanie wszystkich jej walorów. Na północ i południe od miasta rozciągają się lasy wchodzące w skład Mazowieckiego Parku Krajobrazowego.

Bardzo słaba jest infrastruktura turystyczna, zarówno pod względem ilości hoteli, jak i restauracji i kawiarni. Brak jest odpowiedniej promocji miasta. Trudno jest mu też konkurować z Warszawą, która posiada większą liczbę atrakcji turystycznych. Niemniej jednak Otwock ma predyspozycje, by stać się średniej wielkości ośrodkiem turystycznym generującym głównie ruch sobotnio-niedzielny z Warszawy, jak i turystów przyjeżdżających do Warszawy. W tym celu trzeba przede wszystkim zadbać o odpowiednią promocję miasta, zapewnienie usług okołoturystycznych takich, jak noclegi, wyżywienie – na różnym poziomie cenowym i w różnym standardzie. Istnieje potrzeba zapewnienia różnych atrakcji (brak jest niewielkich kawiarni, piwiarni itp. na odpowiednim poziomie). Brak również jednolitego systemu informacji miejskiej (kiepskie oznakowanie ulic w tablice z ich nazwami, całkowity brak tablic informacyjnych o miejskich zabytkach i miejscach godnych uwagi, brak jednolitego systemu oznakowania posesji) oraz miejskiego centrum informacji turystycznej. Z punktu widzenia perspektyw rozwoju turystyki negatywnie należy ocenić fakt braku w Otwocku zagospodarowanych kąpielisk, kempingów, wypożyczalni sprzętu turystycznego i sportowego. Miasto wciąż jest kojarzone z jego sławnymi przed laty walorami przyrodniczymi, jednak od wielu lat można mówić o regresie i wyraźnym spadku zainteresowania turystów Otwockiem. Do barier można zaliczyć braki w zakresie infrastruktury turystycznej i sportowej, regularnie obowiązujący zakaz kąpielii w Świdrze, brak rozreklamowanych atrakcji.

## Strategia rozwoju turystyki miejskiej w Józefowie

Samo położenie Józefowa pomiędzy wielkim miastem Warszawą z jednej strony i Otwockiem z drugiej sprawia, iż wypromowanie samego miasta i jego marki jest trudne, ale nie jest niemożliwe do zrealizowania. Dokumentem podstawowym dla naszej analizy jest Strategia Rozwoju Józefowa z 2007 r. Już tylko pobieżna analiza tego dokumentu pokazuje, że władze miasta godzą się na ograniczanie roli miasta do sypialni Warszawy i Otwocka. W pkt. 1.3 przyjęto, że atrakcje turystyczne mieszkańcy Józefowa mają zaspakajać w Warszawie. Usprawiedliwieniem dla takiego działania jest duże rozproszenie mieszkańców uniemożliwiające ich integrację. Wprawdzie dostrzega się możliwość integracji lokalnej społeczności poprzez organizację imprez sportowych czy współpracę między szkołami. Jednak władze miasta nie wykorzystują istniejących możliwości, chociażby poprzez istniejącą na terenie wyższą uczelnię, która posiada bardzo rozbudowane kontakty międzynarodowe. Studenci zaś stanowią największą grupę potencjalnych turystów, dla których jednak brak jest infrastruktury atrakcji podstawowych, jak kawiarnie czy restauracje.

Brak wizji rozwoju miasta skutkuje tym, że podstawowym założeniem strategii jest jedynie ochrona zasobów naturalnych w takim stanie, w jakim aktualnie są (pkt. 1.1. Strategii). Wszelkie inne działania, zwłaszcza inwestycje, nie mogą naruszać istniejących terenów zielonych. To założenie determinuje dalsze działania władzy do podejmowania czynności z zakresu zakładania wodociągów i kanalizacji, budowy chodników, i to głównie przy obiektach użyteczności publicznej w okresie przedwyborczym, ulepszania gospodarki odpadami, ochrony powietrza atmosferycznego, ochrony przed hałasem i ochrony zieleni.

W związku z planowanymi inwestycjami, które mogłyby odegrać istotną rolę w rozwoju turystyki miejskiej i zwiększenia atrakcyjności miasta należy stwierdzić, że obecne władze, zwłaszcza burmistrz, niewiele zrealizowały z zamierzonych zadań. W pkt. 1.2 Strategii wymieniono ogólnie takie zadania, jak: budowa kilku dróg gminnych, rond czy oświetlenia ulicznego (pkt. 2). Zaś w pkt. 1.3. zostały wymienione konkretne zadania takie, jak:

- Budowa i wyposażenie Integracyjnego Centrum Edukacyjno-Kulturalnego w Michalinie, w skład którego wchodzi biblioteka z salą audio-wizualną i przedszkole;
- Budowa terenowych urządzeń sportowych wraz z lodowiskiem i zapleczem;
- Rozbudowa obiektu sportowego wielofunkcyjnego – MLKS „Józefovia”;
- SP ZOZ Przychodnia Miejska- wybudowanie windy dla osób niepełnosprawnych oraz dalsza termomodernizacja budynku;

- Budowa kolejnej Szkoły Podstawowej. Obecnie obserwujemy tendencję wzrostową: w wieku 0-2 jest 581 dzieci, podczas, gdy w wieku 6-7 jest 320; Budowa przedszkola publicznego przy ul. Sosnowej;
- Stworzenie terenu do rodzinnej rekreacji „Przywrócić Świder mieszkańcom”;
- Budowa boisk publicznych w kilku miejscach Józefowa.

Spośród tych ośmiu zadań w pełni zrealizowano jedynie zadanie nr 4, częściowo zaś zadanie nr 2 poprzez coroczne sezonowe wypożyczenie lodowiska przenośnego. Brakuje zaś jakiegokolwiek wizji budowy infrastruktury turystycznej, zwłaszcza atrakcji. Brak jest restauracji i kawiarni. Wprawdzie nad Świdrem powstał zespół hotelowy *Holiday Inn*. Jest on jednak nastawiony na turystów zewnętrznych i wewnętrznych o wysokich zarobkach. Brakuje zróżnicowania oferty w tym zakresie dla osób o różnym zasobie finansowym. Należy wspomnieć o prawie całkowitym braku imprez kulturalnych o większym znaczeniu, poza okresami poprzedzającymi wybory samorządowe.

Krótką analizą strategii rozwoju miasta Józefowa prowadzi do jednoznacznego stwierdzenia, że jest to miasto zmarnowanych szans na rozwój turystyki miejskiej. Władze lokalne nastawione głównie na przetrwanie i wygranie następnej kadencji, podejmują jedynie działania, które nie budzą kontrowersji społecznych. Tym samym skazując Józefów na jego degradację, zastój i powolne starzenie się.

Szansy dla miasta należy szukać w istniejącym zasobie szkół od przedszkola aż po uczelnię wyższą. To właśnie uczniowie i studenci mogą najbardziej przyczynić się do rozwoju tego miasta. To oni mogą być potencjalnymi klientami brakującej, niestety, infrastruktury i atrakcji. Nie można zapomnieć o istniejącej infrastrukturze hotelowo-gastronomiczno-konferencyjnej **Ośrodka Konferencyjnego Generalnej Dyrekcji Dróg Publicznych w Józefowie, Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Ochrony Przeciwpożarowej w Józefowie, zakonach oo. Szenstackich i Pasjonistów.**

## Wnioski

Jedną z bardziej rozwijających się form turystyki jest jej odmiana miejska. Nakierowana jest ona na zaspokojenie potrzeb zarówno turystów zewnętrznych, jak i potrzeb lokalnych mieszkańców. Przyczyną dynamicznie rozwijającej się turystyki miejskiej jest rosnąca ilość wolnego czasu wymagająca zagospodarowania. Stąd wielkie, ale także i średnie oraz małe miasta opracowują strategię rozwoju turystyki miejskiej. Obejmują one charakterystykę danej miejscowości, typowe dla niej atrakcje oraz określają sposób pozyskiwania nowych turystów.

W prawie Unii Europejskiej wprawdzie trudno doszukiwać się wyraźnych podstaw dla rozwoju tej turystyki. Jednak liczne akty prawne, zwłaszcza należące do *soft law* wskazują kierunki rozwoju tego rodzaju turystyki. Przede wszystkim musi ona uwzględniać wymogi tzw. zrównoważonej turystyki. Na poziomie krajowym zostały opracowane narodowe strategie rozwoju turystyki, w których jej odmiana miejska posiada znaczące miejsce. Polska również posiada taką strategię i jest ona podstawą do opracowania strategii województw i poszczególnych miast i miasteczek.

Przykładem wzorcowej strategii rozwoju turystyki w województwie może być rozwój turystyki na Śląsku, gdzie znajduje się największa w Polsce aglomeracja. Także Warszawa może świecić przykładem pod względem strategii turystyki. Ówczesny Prezydent Miasta Lech Kaczyński dążył do zwiększenia liczby atrakcji i rozbudowy struktury turystycznej Warszawy. Strategia ta jest obecnie realizowana.

Nie wszystkie średnie i mniejsze miasta mają własną strategię rozwoju turystyki. Często jest ona częścią strategii rozwoju. Tak jest w przypadku Otwocka. Władze tej miejscowości dostrzegają problem, wraz z jego aspektami dodatnimi i ujemnymi. Przyjęte założenia w strategii rozwoju miasta pozwalają stwierdzić, że w niedługiej przyszłości będzie to wiodący ośrodek turystyczny pod Warszawą. Zaprzeczeniem tych działań jest strategia rozwoju miasta Józefowa z 2007r. Przyjęte w niej założenia zasadniczo nie przewidują rozwoju infrastruktury turystycznej, wykorzystania walorów przyrodniczych terenu czy istniejącej infrastruktury. Z kolei zmierzają jedynie do utrzymania przez władze miasta istniejącego *status quo* do następnych wyborów i wygrania ich. Tym samym miasto staje na bocznych torze w rywalizacji miast o turystów wewnętrznych i zewnętrznych, którzy z musu wybierają atrakcje Warszawy lub Otwocka.

## Bibliografia:

1. Kamiński A., *W czasach pełnych i wychowawczo poprawnych*, Problematyka Opiekuńczo-Wychowawcza 1971, nr 3.
2. Kargul J., *O czasie wolnym młodzieży*, Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze 2001, nr 6.
3. Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Warszawa 2000.
4. Matczak A., Płoński A., *Badania turystyki miejskiej w Wielkiej Brytanii*, [w:] A. Matczak (red.), *Turystyka miejska*, Bydgoszcz 2008.
5. Pawlicz A., *Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska*, Bydgoszcz 2008.
6. Pearce D.G., *An integrative framework for urban tourism research* (Elsevier Science), *Annals of Tourism Research* 28(4) 2001.
7. Raczkowska J., *Znane i nowe problemy czasu wolnego*, Problematyka Opiekuńczo-Wychowawcza 2000, nr 6.
8. Sitek M., *Polityka ochrony środowiska w sektorze usług turystycznych w świetle prawa Unii Europejskiej*, Olsztyn 2007.
9. Tauber R., *Pedagogika czasu wolnego. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii.
10. Walasek J., *Turystyka w Unii Europejskiej*, Lublin 2009, [http://www.um.warszawa.pl/v\\_syrenka/ratusz/strategia.pdf](http://www.um.warszawa.pl/v_syrenka/ratusz/strategia.pdf) [24 VII 2010].
11. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:PL:HTML> [23 VII 2010].
12. [http://www.europa.eu.int/comm/regional\\_policy/urban2/towns\\_prog\\_it.htm](http://www.europa.eu.int/comm/regional_policy/urban2/towns_prog_it.htm), [24 VII 2010].
13. [http://www.silesia-region.pl/stratur/srt\\_4.htm](http://www.silesia-region.pl/stratur/srt_4.htm) [23 VII 2010].
14. [http://www.um-zachodniopomorskie.pl/zalaczniki/projekt\\_startegii\\_w\\_polsce.pdf](http://www.um-zachodniopomorskie.pl/zalaczniki/projekt_startegii_w_polsce.pdf).
15. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MeleWGw0ADUgJ:bip.city.poznan.pl/bip/public/bip/attachments.html%3Fco%3Dshow%26instance%3D1037%26parent%3D15631%26lang%3Dpl%26id%3D28529+turystyka+miejska+w+do+kumentach+unii+europejskiej&cd=4&hl=pl&ct=clnk&gl=pl> [23 VII 2010].