

Anna Delekta

*Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie**

E-mail: anna.delekta@uken.krakow.pl

ORCID: 0000-0002-1480-3029

Turystyka rodzinna – wyzwania dla zarządzających obszarami recepcji turystycznej**

Summary

FAMILY TOURISM – CHALLENGES FOR MANAGERS OF TOURIST RECEPTION AREAS***

An increasing number of families take up tourist trips, looking for unique experiences and attractions tailored to their needs. Often the places where visitors go, the so-called tourist reception areas do not meet the expectations of families with children. The aim of the article is to diagnose and analyse the most common problems of this type of families travelling to areas attractive in terms of culture and nature. The next step is to compare the results of own research with the latest global trends in family tourism. The application goal of the work is to provide entities managing tourist reception areas with the most important proposals for changes and necessary improvements in these areas to make them more “friendly” to families with children. Qualitative research was conducted on a purposefully selected sample of wealthy families with children from the Krakow Metropolitan Area. The analysis, based on grounded theory, made it possible to generate and name the main categories that raise key issues resulting from the specific needs of families with children: adapting the educational offer to the requirements of families, deficiencies in tourist infrastructure, the need for a specialised, including pedagogical, approach to children in facilities located in tourist reception areas. The behaviour of surveyed families with children on the tourism market turned out to be mostly consistent with global trends for this segment over the last two years. The respondents’ recommendations for managers of tourist reception areas focus, among others, on: increasing ecological solutions in tourism, providing

* Adres: Katedra Turystyki i Badań Regionalnych, Instytut Zarządzania i Spraw Społecznych, Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków

** Finansowanie publikacji: Uniwersytet Warszawski

*** Artykuł powstał na podstawie przeprowadzonych przeze mnie w 2024 r. badań dotyczących problemów rodzin w miejscach recepcji turystycznej.

education tailored to the level of knowledge and skills of children, investing in green areas in city centres, preparing more places for rest and outdoor education, and tourist accessibility.

Keywords: family tourism, trends in family tourism, tourist accessibility, families with children, education and upbringing while travelling, tourist reception areas, ecological education

Wprowadzenie

Turystyka rodzinna jest zagadnieniem interdyscyplinarnym. Stanowi przedmiot zainteresowania zarówno geografii społeczno-ekonomicznej, pedagogiki, socjologii, psychologii, jak i nauk o zarządzaniu czy ekonomii. Każda z tych dyscyplin dostarcza odmiennych perspektyw i narzędzi do badania turystyki rodzinnej, co pozwala na kompleksowe zrozumienie tego zjawiska. Z uwagi na wieloaspektowość podejść badawczych, w literaturze można spotkać się z różnym rozumieniem turystyki rodzinnej. Jedne z najbardziej popularnych definicji określają turystykę rodzinną jako podróże podejmowane przez rodziny, które mają na celu wspólne spędzanie czasu wolnego, rekreację, wypoczynek i zacieśnianie więzi rodzinnych (Kurek, 2003; Schänzel, Yeoman, Backer, 2012). Wymienieni autorzy w swoich doświadczeniach uwzględniają zarówno podróże rodziców z dziećmi, jak i wyjazdy wielopokoleniowe, w których biorą udział różne pokolenia tej samej rodziny. Obecnie należy tu również dodać wyjazdy z pominięciem jednego pokolenia, czyli tzw. *Skip-gen travel*. Skrót ten pochodzi od angielskiej nazwy trendu podróżniczego, wedle którego dziadkowie zabierają wnuki na wakacje bez rodziców (*skip-a-generation*). Wydłużanie się średniej długości życia i rozwój społeczny sprawiają, że relacje międzypokoleniowe między dziadkami i wnukami stają się coraz ważniejsze w życiu rodzinnym, a „grandtravel” coraz bardziej się rozwija (Gram i in., 2019). Wśród polskich badaczy tego zjawiska, na uwagę zasługuje podejście Kowalczyk-Anioł i Włodarczyka (2011). Autorzy zaproponowali rozumienie turystyki rodzinnej w wąskim i szerokim ujęciu. Turystyka rodzinna *sensu stricte*, to jedynie wyjazdy z rodziną, np. rodziców z dziećmi czy dziadków z wnukami. Turystyka rodzinna *sensu largo*, obejmuje nie tylko podróże rodzinne. „To także inne wyjazdy, w których szeroko rozumiane pokrewieństwo jest podstawą (motywem) do podejmowania podróży turystycznych” (Kowalczyk-Anioł, Włodarczyk, 2011, s. 20). Do turystyki rodzinnej w szerokim znaczeniu, autorzy zaliczają również wyjazdy do rodziny (odwiedziny krewnych) i turystykę w poszukiwaniu rodziny, czyli turystykę genealogiczną.

Z perspektywy rynku, turystyka rodzinna, to segment usług turystycznych, które oferują produkty i rozwiązania dostosowane do potrzeb rodzin z dziećmi. Głównie chodzi o dostosowanie obiektów noclegowych, infrastruktury turystycznej i atrakcji turystycznych do potrzeb dzieci i ich rodziców, np. badania Siwek i in.

(2022). Z analiz rynkowych jasno wynika, że turystyka rodzinna ma znaczący udział w gospodarce turystycznej (Carr, 2011).

Turystykę rodzinną uznaje się również za formę turystyki edukacyjnej, w której rodzice skupiają się na edukacyjnych aspektach wyjazdów, na rozwijaniu zainteresowań i pasji dzieci oraz na poznawaniu przez nie innych kultur, języków i historii (Small, 2008). W tym ujęciu, turystyka rodzinna, spełnia funkcję wspomagającą rozwój społeczny i poznawczy dziecka.

Z punktu widzenia psychologii, turystyka rodzinna koncentruje się na wspólnych przeżyciach oraz na możliwości spędzania niezapomnianego czasu w odezwaniu od codziennej rzeczywistości, co istotnie wzmacnia więzi rodzinne (Carr, 2011; Lehto i in., 2009). Według tych autorów, turystyka dla rodzin z dziećmi jest koniecznością a nie luksusem. Pomaga rodzinom redukować stres i wzmacnia relacje a niejednokrotnie daje możliwość ich odbudowania. Również Shaw i Dawson (2001) udowadniają, że rodziny wykorzystują wyjazdy turystyczne do wspólnego budowania relacji i poprawy jakości życia.

W opracowaniach socjologicznych, turystyka rodzinna bywa traktowana jako sposób na pielęgnowanie i poprawę wartości rodzinnych i tradycji kulturowych, który wzmacnia integrację społeczną (Przeclawski, 2004; Schänzel, Smith, 2014). Wu i Wall (2016) rozpatrują wyjazdy rodzinne jako zjawisko społeczne, zwłaszcza w kontekście odwiedzania rodziny i przyjaciół i zbliżają ten rodzaj turystyki do turystyki sentymentalnej.

W literaturze pedagogicznej, turystyka rodzinna jest rozumiana jako istotny element wychowawczy i edukacyjny, który wspomaga rozwój dzieci i integrację rodzinną. Ten rodzaj turystyki jest rozważany, zarówno w kontekście edukacji turystycznej, ale również jako narzędzie wychowawcze w procesie kształtowania postaw społecznych i kulturowych u dzieci i młodzieży, m.in. Szmigielska (2009), Sierżant (2013), Tomaszewska (2017).

Podsumowując rozumienie turystyki rodzinnej przez różne dyscypliny naukowe, należy stwierdzić, że bez względu na podejście, badacze uważają, że zadowolenie z wyjazdów turystycznych i refleksje na temat podróży mają wpływ na poziom zadowolenia z życia. Zagadnienia te są szczególnie istotne w warunkach zmiany i szybkiego rozwoju społecznego, w których rodziny starają się ustabilizować swoją rolę i zwiększyć spójność (Charles, Davies, Harris, 2008; Hill, 2011). Jak podkreślają Delekt i Stecko (2020) trudno znaleźć sytuacje, w których rodzina jest ze sobą tak blisko jak podczas podróży. To wtedy zmniejsza się dystans między członkami rodziny. Przestrzeń osobista zostaje ograniczona na rzecz wspólnych działań w tym samym czasie, tj. zwiedzanie, relaks na plaży, wędrówki, uprawianie sportu, wspólne posiłki, zabawy, edukacja w terenie itp. Również wspólne przeżywanie niepowodzeń i rozwiązywanie pojawiających się w czasie wypoczynku

problemów buduje spójność rodziny. To wszystko może pomóc w wychowaniu i kształceniu jednostki, której życie będzie jawiło się jako wartościowe i satysfakcjonujące. Dlatego, aby uzyskiwać jak największe korzyści dla członków rodziny podczas wspólnej podróży, należy poznać ich stanowisko na temat najistotniejszych z ich punktu widzenia barier utrudniających jak najlepsze wykorzystanie walorów przestrzeni turystycznej, którą eksplorują. Warto też sprawdzić, dlaczego rodziny wracają w niektóre miejsca, a inne omijają.

Aby mówić o zachowaniach turystycznych występujących w obrębie życia rodzinnego, warto przybliżyć podstawowe sposoby rozumienia rodziny. W literaturze przedmiotu pojęcie to jest definiowane w różnorodny sposób, zależnie od perspektywy badawczej i dziedziny nauki, w której jest analizowane. W literaturze pedagogicznej i socjologicznej, jedną z najpopularniejszych jest definicja Jana J. Szczepańskiego, który ujmuje ją, jako pierwotną grupę społeczną złożoną z niewielkiej ilości jednostek, które łączy stosunek małżeński i rodzicielski. Zazwyczaj członkowie rodziny mieszkają razem i tworzą jedno gospodarstwo domowe (Szczepański, 1970). Socjologowie w definiowaniu rodziny zwracają uwagę na więzi łączące członków rodziny i jednocześnie oddzielające ich od innych członków społeczeństwa (Szlendak, 2010; Tysza, 1998). Dla pedagogów rodzina jest przede wszystkim środowiskiem wychowawczym kształtującym osobowość członków, którego najistotniejszym zadaniem jest wychowanie potomstwa (Kawula, Brągiel, Janke, 2007).

We współczesnym świecie najlepiej byłoby przyjąć relacyjną definicję rodziny, która podkreśla, że jest ona siecią więzi emocjonalnych między ludźmi, którzy mogą, ale nie muszą, być powiązani ze sobą w sposób biologiczny lub prawny. W takim ujęciu rodzina, to grupa społeczna, która zapewnia poczucie tożsamości i zaspokaja potrzebę przynależności oraz buduje system opieki i wsparcia niezależnie od formalnie przyjętych definicji (Weston, 1991).

Z uwagi na krytykę takiego rozumienia rodziny (zob. Coontz, 1992; Popenoe, 1996; Sienkiewicz, 2010), w niniejszych badaniach ostatecznie przyjęto definicję rodziny, którą posługuje się Główny Urząd Statystyczny (GUS) w Narodowym Spisie Powszechnym Ludności i Mieszkań (NSP) w 2021 r. Rodzina jest tam definiowana jako grupa społeczna składająca się z pary małżeńskiej lub związku partnerskiego, z dziećmi lub bez dzieci, bądź z jednego rodzica z dziećmi. Do grupy tej zaliczone zostały rodziny niepełne i osoby samotnie wychowujące dzieci (Główny Urząd Statystyczny, 2023). Zgodnie z wynikami NSP w Polsce w 2021 r. było 10 618 535 rodzin, w tym 4 663 677 małżeństw z dziećmi, 565 455 niesformalizowanych związków z dziećmi oraz 2 195 529 matek z dziećmi i 371 370 ojców z dziećmi. W sumie rodziny z dziećmi stanowiły 73% ogółu rodzin w Polsce.

Dokonując przeglądu literatury odnosi się wrażenie, że coraz więcej badaczy na świecie zwraca uwagę na turystykę rodzinną. Jednak, jak dowodzą Qiao i in. (2022),

ogólna liczba badań pozostaje niewielka w stosunku do rozległości problematyki, a skala i pole przyszłych badań są niewykorzystane i bardzo szerokie. Wskazania rodzin z dziećmi, kierowane do zarządzających obszarami recepcji turystycznej są na gruncie naukowym zagadnieniem mało rozpoznany. Niniejsze badania mogą przyczynić się do rozwoju i wzmocnienia działań nakierowanych na turystykę rodzinną, a tym samym na kwestie świadomego wychowania młodego pokolenia.

Mając na uwadze możliwe korzyści edukacyjne i aplikacyjne wynikające z podjętych badań, przystąpiono do zebrania i analizy opinii rodzin podróżujących z dziećmi, w zakresie postrzegania obszarów recepcji turystycznej pod kątem zaspokajania potrzeb rodziny, która zdecydowała się na podróż. Celem opracowania jest wskazanie przez najistotniejszych, z ich punktu widzenia, spotykanych problemów, mankamentów, ale również rozwiązań wynikających z ich doświadczenia i dużej aktywności turystycznej. Kolejnym krokiem jest omówienie najnowszych trendów, które kształtują rozwój turystyki rodzinnej i zestawienie ich z wynikami badań własnych. Założono, że analiza ta powinna doprowadzić do szeregu wniosków, które będą zaleceniami dla decydentów odpowiadających za obszary przyjmujące ruch turystyczny.

Material i metody badań

Do osiągnięcia tak postawionych celów zdecydowano się zastosować metody badań jakościowych oraz metodę *desk research*. Badania zostały przeprowadzone w Krakowskim Obszarze Metropolitalnym (KOM), który zgodnie z definicją Urzędu Statystycznego, obejmuje miasto Kraków z krakowskim powiatem ziemskim oraz sąsiadującymi z nim powiatami (www.krakow.gov.stat.pl).

Do badań zostały wybrane rodziny, które składają się z rodziców wraz z dziećmi. Dobór rodzin do próby badawczej był celowy i opierał się na następujących kryteriach:

- rodziny musiały posiadać minimum jedno dziecko;
- przynajmniej jedno z dzieci w badanych rodzinach było niepełnoletnie;
- rodziny musiały charakteryzować się dużą aktywnością turystyczną, czyli musiały odbywać regularne podróże wraz ze swoimi dziećmi (minimum cztery podróże w roku);
- wymaganie ilościowe: minimum dziesięć podróży odbytych po Polsce i minimum dziesięć podróży zagranicznych;
- obydwój rodzice powinni posiadać wyższe wykształcenie;
- wysoki dochód na jedną osobę w rodzinie charakteryzowany subiektywnym odczuciem rodziny – „dobrze sytuowana”, „niczego nam nie brakuje”, „możemy sobie pozwolić na zaspokojenie wszystkich naszych potrzeb”.

Taki zestaw kryteriów pozwolił na dobranie dosyć jednorodnej grupy badanych, która jest aktywna turystycznie, wykształcona i dobrze sytuowana. W doborze respondentów zadbane o to, aby opinie i wnioski badanych o odwiedzanych obszarach były podyktowane potrzebami rodziny i jej dużym doświadczeniem w turystyce, a nie ograniczeniami finansowymi.

Proces rekrutacji rodzin do badań przebiegał w dwojaki sposób:

- poprzez współpracę z krakowskimi szkołami, głównie z nauczycielami geografii, którzy potrafili wskazać rodziny o dużym poziomie aktywności turystycznej;
- poprzez wskazania wstępnie zakwalifikowanych rodzin, innych rodzin o bogatym doświadczeniu turystycznym i wysokim statusie ekonomicznym.

Następnie z każdą ze wskazanych rodzin nawiązano kontakt osobisty (telefoniczny lub mailowy), aby upewnić się czy kandydaci na uczestników badań spełniają wyżej wymienione kryteria. Do badań wybrano 18 rodzin. Ostatecznie przebadano dziesięć rodzin z dziećmi w okresie od 1 kwietnia 2024 r. do 31 sierpnia 2024 r. Badanym została zagwarantowana anonimowość oraz możliwość wycofania się w każdej chwili z badań. Dużą wagę przywiązano do tego, aby uczestnicy badań znali cel badania oraz wyrazili zgodę na udział w wywiadzie. Poszukując rodzin do próby spotkano się z pewnymi problemami. Najczęściej była to odmowa argumentowana m.in. brakiem wystarczającej ilości czasu na przeprowadzenie rozmowy, brak zainteresowania udziałem w badaniu przez jednego z rodziców lub wycofanie się z badań w ich trakcie.

Tabela 1. Charakterystyka badanych rodzin

Kod rodziny	Wykonywany zawód matki (w dniu badania)	Wykonywany zawód ojca (w dniu badania)	Liczba dzieci w rodzinie	Liczba spotkań z rodziną	Miejsce badania
R1	architektka	architekt	2	2	Kraków, mieszkanie
R2	lekarka	manager wyższego szczebla	3	2	Brzozkwinia, dom rodzinny
R3	działalność gospodarcza	działalność gospodarcza	3	2	Kraków, dom rodzinny
R4	działalność gospodarcza	działalność gospodarcza	1	1	Michałowice, dom rodzinny
R5	nauczycielka	informatyk	1	1	Kraków, dom rodzinny

Kod rodziny	Wykonywany zawód matki (w dniu badania)	Wykonywany zawód ojca (w dniu badania)	Liczba dzieci w rodzinie	Liczba spotkań z rodziną	Miejsce badania
R6	prawniczka	prawnik	2	1	Podolany, dom rodzinny
R7	manager wyższego szczebla	informatyk	1	1	Kraków, mieszkanie
R8	opieka nad dzieckiem	lekarz	2	2	Kraków, dom rodzinny
R9	tłumaczka	działalność gospodarcza	1	1	Skawina, dom rodzinny
R10	opieka nad dziećmi, edukacja domowa dzieci	manager wyższego szczebla	2	2	Zabierzów, dom rodzinny

Źródło: Opracowanie własne

Badania pierwotne odbyły się w naturalnym środowisku badanych z wykorzystaniem wywiadu pogłębionego i obserwacji, która miała charakter uzupełniający. Wywiady trwały od 1,5 do 2,5 godzin. Kwestionariusz wywiadu składał się z pięciu części uwzględniających podstawowe informacje o rodzinie, opinie w związku z zagospodarowaniem przestrzeni miast dla celów turystycznych, opinie odnośnie do rozwiązań stosowanych na obszarach przyrodniczo cennych i chronionych udostępnionych dla zwiedzających, opinie o parkach rozrywki oraz swobodne spostrzeżenia badanych w zakresie turystyki rodzinnej. W rozmowach z dziećmi, które miały charakter uzupełniający, i uwidocznily pełniejszy obraz badanego problemu, zastosowano metodę *storytelling* (Riessman, 2008). Z uwagi na ograniczenia objętościowe artykułu, w tej publikacji pominę analizę tej części badań, która zawiera wypowiedzi dzieci.

Wywiady pogłębione pozwoliły na uzyskanie głębokich i szczegółowych wypowiedzi, które umożliwiły mi uchwycenie subiektywnych doświadczeń i percepcji rodzin w zakresie turystyki rodzinnej. W ten sposób uzyskano obszerny materiał, który poddano analizie jakościowej. Do analizy danych zastosowano podejście oparte na teorii ugruntowanej Straussa i Corbin (1990). W związku z tym w badaniach zastosowano kodowanie otwarte i osiowe. Kodowanie otwarte obejmowało definiowanie, nazywanie, kategoryzowanie i opisywanie zjawisk i zagadnień w zbiorze danych. Stosowano zasadę przyjmującą, że „dany tekst jest tylko przykładem bardziej ogólnego zjawiska, dlatego kategoria kodowa powinna odsyłać do

jakiegoś bardziej ogólnego pojęcia” (Gibbs, 2011, s. 98). Drugim etapem po kodowaniu pierwotnym było kodowanie osiowe, które miało na celu zorganizowanie kategorii kodów w taki sposób, aby ukazać relacje między nimi. Kodowanie osiowe pozwoliło także na wskazanie, które kategorie są bardziej centralne.

Po każdym wywiadzie prowadzono porównanie ciągłe, którego celem było poszukiwanie wzorców, podobieństw i różnic w danych, co pozwalało na doskonalenie i rozwój kategorii i przede wszystkim sprawdzanie czy uczestnicy badania opisują podobnie badane zjawisko.

Wyniki badań

Przeprowadzona analiza pozwoliła na wygenerowanie i nazwanie głównych kategorii, które poruszają kluczowe kwestie wynikające ze specyficznych potrzeb rodzin z dziećmi a odnoszące się do zadań i wyzwań, przed którymi stoją decyzje odpowiadający za obszary recepcji turystycznej. Zostaną one wskazane i opisane w tym miejscu.

W zakresie oferty edukacyjnej dla rodzin z dziećmi, badane rodziny podkreślają jako istotną, możliwość korzystania w miastach z oznaczonych szlaków, umiejętnie wtopionych w architekturę miasta, co zachęcałoby dzieci do podążania zaproponowanym tropem tematycznym. Tutaj badani wymieniali takie przykłady, jak: ślady stóp Hansa Christiana Andersena w Odense, trasa literacka w Dublinie, krasnoludki we Wrocławiu czy nutki w Lipawie jako sposób na zwiedzanie miasta, który angażuje całe rodziny.

Dużym problemem, zgłaszanym przez badanych (R1, R3, R4, R5, R7, R8, R9, R10), jest nieadekwatne do wieku dzieci tłumaczenie zjawisk np. przyrodniczych w postaci tablic edukacyjnych czy obszernych, encyklopedycznych opisów. Rodzice oczekują języka zrozumiałego dla dzieci zarówno w mowie, jak i piśmie, na obszarach promowanych jako przyjazne dzieciom i rodzinom z dziećmi, albo wszędzie tam, gdzie znajdują się ścieżki edukacyjne.

Rodzice zwracają uwagę na atrakcyjność i potrzebę zwiększenia liczby miejsc, w których organizowane są warsztaty dla dzieci lub zajęcia, które pozwalają im doświadczyć i lepiej zrozumieć zjawisko, które jest eksponowane (R1-R10), np. „geostanowiska, w których prowadzone są warsztaty geologiczne, gdzie skały można dotknąć” (R3), „zajęcia kulinarne związane z przygotowaniem potraw charakterystycznych dla odwiedzanego regionu czy warsztaty rękodzieła regionalnego” (R5). Do takich miejsc badani zaliczali m. in. „Żywą Pracownię” w Krakowie czy Uniwersytet Ludowy Rzemiosła Artystycznego w Woli Sękowej. Rodzicom i dzieciom zależy na edukacji przez zabawę:

[...] w Szwecji trafiliśmy do skansenu, który miał tak szeroką ofertę dla dzieci, że mogły one wykorzystywać całą przestrzeń zabytkowych stodół, drewnutni i warsztatów, w których odbywały się zajęcia charakterystyczne dla pracy na wsi – stolarskie, młynarskie, garncarskie, związane z opieką nad zwierzętami czy przechowywaniem pożywienia a także zajęcia na świeżym powietrzu – budowanie kopców siana, ogrodzenia, strachów na wróble czy uprawa ziemi. Nie chcieliśmy stamtąd wychodzić (R2).

Wykorzystanie skansenów dla turystyki rodzinnej spotyka się z dużym uznaniem badanej grupy rodziców (R1, R2, R3, R5, R6, R8, R10), większym niż parki rozrywki, które są:

[...] zbyt głośne, zatłoczone i plastikowe, bardzo męczące – wszędzie kolejki (R8);

Dzieci lubią parki rozrywki. I my też czasem do jakiegoś zagłębniemy z dziećmi, ale staramy się szukać takich, w których nie ma tego kiczu, plastiku i blichtru (R1);

Czasem się udaje znaleźć takie perełki jak park rozrywki – Świat Muminków w Finlandii (R10).

Z dezaprobatą badanych spotykało się tworzenie nieprzemyślnych, często niskiej jakości parków rozrywki dla dzieci:

[...] z masą plastiku, dmuchanych zjeżdżalni, mini ZOO, parków miniatur i innych dziwnych pomysłów nastawionych tylko na wyciąganie pieniędzy z kieszeni rodzica – w okolicy uznanych atrakcji turystycznych o wysokich walorach kulturowych czy historycznych. Nie wspominając już o tym jak takie „ustrojstwa” psują krajobraz, który przyjechaliśmy podziwiać. Wystarczy popatrzeć na Zamek w Ogrodzieńcu. Gdzie byli władarze gminy, gdy wydawane były pozwolenia na to tandetne zagospodarowanie w takiej bliskości zamku? Nie chcemy dzieciom pokazywać takich miejsc, choć same ruiny zamku są niezwykle. Nie chcemy wspierać takich pomysłów (R9);

Nie powinno się zabudowywać tak wyjątkowego terenu jak okolice Willi Decjusza, zjeżdżalniami i dmuchańcami dla dzieci. To psuje odczucia estetyczne (R4).

Łączenie zabytków z nowoczesną infrastrukturą rozrywkową było przedmiotem szerokiej dyskusji i dużej krytyki badanych rodziców (R1, R2, R4, R5, R6, R7, R9, R10).

W zakresie braków w infrastrukturze turystycznej rodzice podkreślają niewystarczającą ofertę hoteli z rozwiązaniami ekologicznymi (R2, R3, R8, R9) lub certyfikatem Green Key (R1, R6, R7), który jest przyznawany hotelom i innym obiektom noclegowym spełniającym wysokie standardy w zakresie ochrony środowiska. „Często wybieramy camping, nie ze względu na niższe koszty, ale ze względu na zastosowane rozwiązania samoobsługowe i zero waste oraz ich wpływ na nasze dzieci” (R8).

Zarówno w miastach, jak i na obszarach chronionych badani ciągle spotykają się z nieustającym problemem braku toalet, lub z ciasnymi toaletami przenośnymi,

niedostosowanymi do wieku i wzrostu młodych odwiedzających (R1–R10). Podróżując z dzieckiem, jest to niezwykle istotny element. „O ile w miastach można zapłacić za toaletę w restauracji, to na obszarach atrakcyjnych przyrodniczo znalezienie toalety, w której zmieści się rodzic z dzieckiem jest dużym kłopotem” (R2). Rodzice wskazują również, że wiele toalet miejskich nie spełnia podstawowych wymagań higienicznych. Chwalone i w wielu przykładach wymieniane są tutaj rozwiązania europejskie, szczególnie te z Europy Północnej, np. „Park Soomaa w Estonii, który posiada drewniane dosyć obszerne toalety, gdzie zmieści się rodzic z dzieckiem i wózkiem a dodatkowo są ekologiczne” (R5).

W wielu miastach problematyczne okazują się wybrukowane starówki, pozbawione zieleni, która w takich miejscach mogłaby sprzyjać odpoczynkowi, szczególnie w gorące wakacyjne dni (R1, R2, R3, R5, R8, R9, R10). Zaniedbane i źle zagospodarowane tereny zielone, skwery i parki miejskie, jak również problemy wynikające ze złego stanu roślin, nieprawidłowego zagospodarowania są często zgłaszanymi uwagami ze strony rodzin, które w tych miejscach upatrują przestrzeni do wspólnego spędzania czasu wolnego (R1–R10).

Zakładam, że park będzie miejscem służącym aktywnemu wypoczynkowi, że znajdą się tam przestrzenie i stanowiska do gier z dziećmi np. w bule, tak jak chociażby w Walencji, Paryżu czy Berlinie (R6);

Czasem parki są jedynie miejscem spacerów. Brakuje przestrzeni, w której można rozłożyć koc piknikowy albo usiąść w celu przeprowadzenia krótkich zajęć edukacyjno-zabawowych czy relaksacyjnych (R8);

[...] trawa bywa ogrodzona, z zakazem wstępu, a trudno z dzieckiem usiąść w alejce spacerowej (R9); Nasze dzieci były zachwycone rozwiązaniami fińskimi w tym zakresie – parki, to były miejsca nauki przez zabawę, no i rekreacji oczywiście (R1).

Temat ten okazał się niezwykle ważny dla badanych rodzin, stąd postanowiono przeanalizować dostępne w tym zakresie materiały i raporty, aby zweryfikować dane, na które wskazywali badani.

Z raportu Najwyższej Izby Kontroli (NIK) za lata 2015–2020 wynika, że:

[...] obowiązujące w okresie objętym kontrolą przepisy prawa, zamiast wspierać zachowanie i zwiększanie terenów zielonych, wciąż umożliwiały ich zabudowę na podstawie decyzji lokalizacyjnych, wbrew zasadom zagospodarowania tych terenów wynikającym z polityk przestrzennych przyjętych przez organy stanowiące miast. Nie zabezpieczało to miejskich systemów przyrodniczych przed postępującą i nieodwracalną degradacją w aspekcie klimatycznym, hydrologicznym i rekreacyjnym (Raport NIK, 2021, s. 8).

Dodatkowo kontrola wykazała, że „organy większości miast objętych kontrolą nie dysponowały kompleksową inwentaryzacją zieleni, która ułatwiałaby zarządza-

nie jej zasobami” (Raport NIK, 2021, s. 47). Ponadto „miasta objęte kontrolą nie posiadały odrębnych planów inwestycji dotyczących tworzenia nowych terenów zielonych bądź rewitalizacji już istniejących” (Raport NIK, 2021, s. 50). Ustawa COVID-19 również dopuszczała zabudowę terenów (w tym zielonych) z pominięciem prawa budowlanego i przepisów dotyczących planowania i zagospodarowania przestrzennego (Dz. U. 2020 poz. 374).

Wbrew pozorom drzewa i obecność innej zieleni ma charakter nie tylko funkcjonalny i odpowiadający potrzebom rodzin, ale również ekonomiczny. Ich obecność daje korzyści biznesowe, np. wzrost sprzedaży w dzielnicach handlowych i mieszkaniowych, w których rosną drzewa, nie wspominając już o estetyce przestrzeni miejskiej (R1–R10).

Obszary przestrzeni publicznej często nie są dostosowane do przebywania na nich rodziców z dziećmi. Rodzice podkreślają brak w wielu miejscach rozwiązań architektonicznych czy ograniczony dostęp do infrastruktury rowerowej i wózkowej a także brak przestrzeni do interaktywnej zabawy (R1, R3, R5, R8, R10).

W zakresie traktowania dzieci na obszarach recepcji turystycznej, rodziny zwracały uwagę na odpowiednie przygotowanie kadry zatrudnianej w miejscach obsługi turystów (R2, R3, R4, R6, R7, R8, R10). Chodzi głównie o centra edukacyjne, muzea, zabytki, zamki, pałace.

Personel powinien posiadać odpowiednie kompetencje do kontaktu i ewentualnej pracy z dziećmi (R8);

Na ile to możliwe, w miejscach o znaczeniu historycznym, powinny odbywać się eventy, warsztaty, inscenizacje, angażujące dzieci, zachęcające do samodzielnych przemyśleń oraz nauki przez zabawę (R3).

Badani wielokrotnie wskazywali na różnice w traktowaniu dzieci w krajach Europy (szczególnie Europy południowej) w stosunku do podejścia do dzieci, z którym często spotykają się w Polsce. Oto ich przykładowe wypowiedzi:

Dziecko nie jest problemem dla restauratora. Wręcz budzi zachwyt i przynosi kolejne okazje do okazania sympatii i radości z wizyty rodziny w restauracji. Bardzo lubimy wyjeżdżać z naszym synem do Włoch (R7);

Nie mieliśmy nigdy problemu z podgrzaniem butelki z mlekiem, czy posiłku dla naszych dzieci w restauracjach w Hiszpanii czy we Włoszech, nawet jeśli sami nie byliśmy klientami danej restauracji. W Polsce taka prośba bywa bardzo różnie traktowana (R2);

Często słyszymy: obsługujemy tylko naszych klientów! Trzeba coś kupić, aby móc o cokolwiek poprosić. A gdzie jest miejsce dla człowieka? Czy liczą się tylko dutki? (R9).

Temat, który dominował podczas wywiadów i dotyczył wszystkich badanych rodzin, to kwestia troski o odwiedzane obszary, duża koncentracja na turystyce

przyjaznej środowisku, czyli wysoka świadomość ekologiczna. Rodzice podkreślali również wychowawczy aspekt swoich działań w tym zakresie.

Unikamy resortów z ofertą *all inclusive*. Chcemy, aby nasze dzieci czuły odpowiedzialność za swoje działania. W agroturystyce czy na kempingu muszą same za siebie sprzątać, wynosić i segregować śmieci, oszczędzać wodę i nie marnować jedzenia. Często sami je przygotowują (R1);

Wybieramy takie miejsca, w których nie ma codziennego sprzątania. Jeśli chcesz mieć suchy ręcznik, to musisz go rozwiesić na sznurku po kąpieli. Nikt rano nie przyniesie nowego (R5);

Zawsze podczas wyjazdów towarzyszą nam nasze rowery (R4);

Szukamy możliwości robienia zakupów produktów spożywczych u ludności lokalnej (R10).

Liczba zebranych tego typu wypowiedzi, zasługuje na oddzielne opracowanie.

Z przeprowadzonych rozmów i obserwacji można wywnioskować, że badani rodzice mieli wysoki poziom świadomości tego, że ich działania i nawet samo przebywanie w rodzinie, są ważnym czynnikiem kształtującym osobowość ich dzieci. Czas wolny, w którym mają miejsce zachowania turystyczne, jest postrzegany przez nich jako czas szczególnie sprzyjający procesowi wychowania w rodzinie.

Dyskusja

Przyglądając się światowym trendom w turystyce rodzinnej w 2023 i 2024 r., można zaobserwować kilka istotnych kierunków (m.in. Pope, 2023). Poniżej zestawiono uzyskane w procesie badań jakościowych wyniki z tymi trendami oraz z wcześniej opublikowanymi wynikami badań dostępnymi w literaturze.

Po pierwsze **coraz więcej rodzin decyduje się na wyjazdy w kontakcie z przyrodą** z elementami przygody (Lim i Weaver, 2022). Dominują wędrówki, sporty na świeżym powietrzu, pobyty na kempingach i *set-jetting*, czyli podróżowanie do miejsc, w których były nagrywane znane filmy i seriale. Prace Buckley (2012) oraz Towner i Milne (2017) pokazują, że podróże przygodowe, w tym trekking czy spływy kajakowe, zyskują na popularności i przynoszą korzyści psychologiczne i zdrowotne zarówno dzieciom, jak i ich opiekunom. Do podobnych wniosków doszły Łobożewicz i Wolańska (1994), które pisały o korzyściach wynikających z organizowania działań rekreacyjnych i turystycznych dla członków rodziny. Niemiejsze badania również wskazują na coraz większą świadomość rodzin w zakresie spędzania czasu wolnego na łonie natury ze skupieniem na wspólnych przeżyciach i doświadczeniach i ograniczeniem udziału technologii.

W swojej przełomowej pracy Pine i Gilmore (1999) przekonywali, że w nowej gospodarce doświadczeń, firmy muszą zdać sobie sprawę, iż tworzą wspomnienia, a nie towary. Dzisiaj ten przekaz wydaje się być jeszcze bardziej aktualny. Turystyka,

należy do tych aktywności, które pozwalają zachować rodzinne wspomnienia. Po-
przez ich pielęgnowanie buduje się historia i spójność rodziny. Turystyka rodzinna
przyczynia się do budowania relacji poprzez wspólne spędzanie czasu przez dłuż-
szy okres i może być postrzegana jako sposób na tworzenie kapitału rodzinnego
i obowiązek społeczny (Schänzel, Yeoman, 2014). Podobne wyniki uzyskali Hudson
i Hudson (2013) w swoich badaniach nad wpływem turystyki rodzinnej o charakte-
rze przygodowym na budowanie i wzmocnienie więzi rodzinnych, głównie przez
grupowe podejmowanie wyzwań i rozwiązywanie problemów pojawiających się
w terenie. Większość badanych rodzin podkreślała zalety spędzania czasu wolnego
w kontakcie z przyrodą. Wskazywali na poprawę stanu zdrowia i samopoczucia
psychicznego całej rodzin. Tak o tym pisali:

Regeneracja fizyczna i psychiczna jest dla nas dużą wartością. Częste wyjazdy na łono natury
dają nam prawdziwy reset i pozwalają dobrze funkcjonować w okresach wysiłku związanego
z pracą i nauką (R3);

Jestem przekonana, że nasze dzieci rzadko chorują, ponieważ kilka razy w roku zabieramy
je nad morze a regularnie do lasu. Nawet kosztem nieobecności w szkole, bo inaczej się nie
da przy polskiej organizacji roku szkolnego. Uznajemy jednak, że zyski wynikające z takiego
rozwiązania, znacznie przewyższają ewentualne straty, jeśli o takich w ogóle można mówić (R2).

Po drugie **motyw edukacyjny wyjazdów rodzinnych staje się coraz istotniej-
szy**. Wiele rodzin wybiera lokalizacje, które oferują zajęcia kulturalne i kulinarne.
Przykładowo, popularne są zajęcia z gotowania lokalnych dań czy tworzenia ręko-
dzieła regionalnego, co pozwala na głębsze zrozumienie kultury danego regionu
oraz budowanie wzajemnych relacji poprzez wspólną naukę nowych umiejętności.
Badania Lee i Kim (2023) wskazują, że podróże rodzinne o charakterze edukacyj-
nym mają ogromny wpływ na wiedzę o dziedzictwie kulturowym i historycznym
poprzez odkrywanie i doświadczanie miejsc historycznych oraz udział w aktyw-
nościach o charakterze kulturowym. Autorzy zwracają uwagę na to, że rodziny
z dziećmi poszukują korzyści edukacyjnych, które wspierają samorozwój i uczą
dzieci o różnorodności kulturowej oraz wzmacniają relacje rodzinne przez wspól-
ne odkrywanie historii. Takie podejście jest charakterystyczne również dla badanej
grupy rodzin, co uwidoczniło się w następujących wypowiedziach:

W Centrum Słowian i Wikingów dzieci mogły poznać kulturę i zwyczaje ludów, które za-
mieszkiwały Polskę. W wielu warsztatach mogliśmy uczestniczyć wspólnie z dziećmi (R6);

Niezwykłym czasem było szukanie wspólnie z moim 9 letnim synem śladów Imperium Rzym-
skiego. Lekcje szkolne nie są tego w stanie zastąpić tych przeżyć (R4).

Wyniki badań zaprezentowane przez Holdena (2009) wykazują, że turystyka
edukacyjna zarówno wyposaża dzieci w nową wiedzę i umiejętności i zarazem, co

istotniejsze, wzmacnia więzi rodzinne i wspomaga rozwój społeczny dzieci. Podobnie Kowalczyk i Winiarski (2021) badają, w jaki sposób podróże edukacyjne przyczyniają się do rozwoju dzieci i wzmacniania więzi rodzinnych. Podają przykłady tematycznych parków edukacyjnych oraz zabytków kultury jako istotnego celu podróży rodzinnych.

Po trzecie **obserwuje się wzrost świadomości ekologicznej rodzin z dziećmi**. Coraz częściej przy planowaniu wyjazdu rodzinnego poszukują oni ofert ograniczających negatywny wpływ na środowisko (Mair, Laing, 2013). Przykładem jest rosnące znaczenie kempingów w tym eko-kempingów oraz miejsc oferujących zajęcia edukacyjne z zakresu ochrony przyrody, np. parków narodowych. Cohen, Higham i Peeters (2014) podkreślają znaczenie rozwoju turystyki zrównoważonej oraz edukacji środowiskowej, która wprowadza dzieci w proekologiczne wartości i postawy. Wyniki niniejszych badań dokładnie potwierdzają takie podejście rodzin, które charakteryzuje wysokie wyczulenie na potrzeby środowiska.

Tabela 2. Przykłady rozwiązań ekologicznych dla turystyki rodzinnej w opinii badanych

Rozwiązanie	Opis	Przykłady lokalizacji
Kempingi i eko-kempingi	Kempingi położone daleko od ośrodków miejskich, oferujące biodegradowalne materiały, recykling odpadów, ograniczenie zużycia wody	Kanada, Norwegia, Włochy
Edukacyjne programy przyrodnicze, ogrody dydaktyczne i ścieżki edukacyjne	Warsztaty i spacer tematyczne. Wykorzystanie pomocy outdoorowych.	Parki Narodowe USA, Francja, Estonia, Polska
Transport ekologiczny	Elektromobilność w obrębie atrakcji turystycznych. Wypożyczalnie rowerów.	Austria, Niemcy
Zrównoważone parki rozrywki. Ekologiczne place zabaw.	Infrastruktura wykonana z materiałów naturalnych, np. drewna. Wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii.	Finlandia, Szwecja, Dania, Francja

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań

Po czwarte duża grupa naukowców dowodzi, że **coraz częściej w podejmowaniu decyzji o miejscu wypoczynku oraz jego charakterze uczestniczą dzieci** (Blichfeldt i in., 2011; Decrop, 2006; Delekta i in., 2018; Gram 2007; Rhoden i in., 2016; Therkelsen, 2010). Nickerson i Jurowski (2001) analizują, jak obecność dzieci wpływa na wybór destynacji turystycznej oraz palny wyjazdowe rodzin. Podkreślają

oni, że taki rodzaj partycypacji przyczynia się do silniejszych więzi rodzinnych. Kho-o-Lattimore (2015) zachęca do uwzględniania opinii dzieci przy badaniach w zakresie turystyki rodzinnej. Autorka podkreśla też metodologiczne trudności, jakie pojawiają się podczas badania doświadczeń i preferencji turystycznych najmłodszych uczestników podróży. podczas badania doświadczeń i preferencji turystycznych najmłodszych uczestników podróży. W niniejszych badaniach zdecydowano się również na oddanie głosu dzieciom, które mogły uczestniczyć w wywiadzie i udzielać swobodnych wypowiedzi. Można było zaobserwować różnice w percepcji świata dzieci i rodziców i spontaniczne dopowiadanie do wypowiedzi rodziców swoich odczuć, szczególnie w zakresie ich osobistych przeżyć i doświadczeń. Uzyskano w ten sposób obszerny materiał, który będzie stanowił podstawę osobnej pracy.

Piątym trendem jest **personalizacja oferty turystycznej**. Z badań Tatar i Kozak (2022) oraz Sorensen i Jen (2015) wynika, że personalizacja jest kluczowym aspektem turystyki rodzinnej, zwłaszcza w kontekście pakietów dostosowanych do różnych grup wiekowych dzieci oraz aktywności rodzinnych. Autorzy analizują wpływ personalizacji na lojalność i satysfakcję klientów oraz na wybory rodzinne. Badani również podkreślali znaczenie dopasowania oferty do ich indywidualnych potrzeb, jednak z uwagi na to, że większość badanych rodzin podróżuje według własnego pomysłu i samodzielnie realizuje wyjazdy oraz indywidualnie dobiera usługi, ten trend nie należał do najszerzej omawianych.

Ostatnim, zauważonym podczas przeglądu literatury, trendem ostatnich lat jest **cyfryzacja**. W literaturze przedmiotu oraz w raportach ekonomicznych dla branży turystycznej można zauważyć duży nacisk na instagramizację sektora i wskazania na niedostateczne ucyfrowienie branży w naszym kraju, m.in. raport Polskiego Instytutu Ekonomicznego (2020). Badani nie dostrzegali jednak tego problemu. W ich wypowiedziach pojawiały się wzmianki o wykorzystaniu aplikacji ułatwiających rezerwacje usług turystycznych, tj. hoteli, samolotów, muzeów, ale bez uwag odnośnie niedostatecznej ilości tego typu rozwiązań. Z wypowiedzi badanych można wywnioskować, że sprawnie posługują się oni rozwiązaniami informatycznymi ułatwiającymi podróż z dziećmi. Korzystają również z blogów prowadzonych przez rodziców i serwisów podróżniczych w celu wyszukania jak najlepszych miejsc i rozwiązań spełniających potrzeby ich rodzin.

Wnioski

Rodzina jest centrum działań społecznych. To w niej tworzą się najważniejsze i najbardziej intymne więzi emocjonalne i społeczne. Turystyka rodzinna wspomaga ten rozwój, a tym samym wspiera prawidłowy rozwój społeczeństwa (Schänzel

i Smith, 2014; Yeoman, 2008). Odgrywa też istotną rolę na rynku turystycznym. Szacuje się, że turystyka rodzinna stanowi znaczącą część światowego rynku turystycznego, szczególnie w sektorach związanych z turystyką wypoczynkową, edukacyjną i przygodową. Chociaż dokładny udział tej formy turystyki nie jest jednoznacznie określony, z uwagi na różne definicje turystyki rodzinnej stosowane w analizach, według Schänzel i Yeoman (2015) turystyka rodzinna obejmuje około jedną trzecią całego rynku podróży rekreacyjnych. O wzroście w obszarze turystyki rodzinnej świadczy m.in. raport z corocznych badań turystyki rodzinnej przeprowadzanych w USA przez Stowarzyszenie Podróży Rodzinnych i Uniwersytet Nowojorski na 1000 respondentach (Family Travel Association, 2022). Z raportu wynika, że 85% ankietowanych planowała podróż z dziećmi w 2022 r., co stanowiło 15% więcej badanych niż przed wybuchem pandemii. Z uwagi na znaczący (73%) udział rodzin z dziećmi w stosunku do wszystkich rodzin w Polsce oraz coraz większą rangę turystyki rodzinnej, celowe jest zaprezentowanie ich opinii w zakresie propozycji zmian w obszarach przyjmujących grupy turystów o szczególnych potrzebach, jakimi są rodziny z dziećmi.

Zestawiając ze sobą wyniki badań oraz trendy w turystyce rodzinnej, można sformułować następujące zalecenia i konieczne działania dla osób zarządzających obszarami recepcji turystycznej:

1. Należy zwrócić szczególną uwagę na obecność terenów zielonych w przestrzeni miast, szczególnie w ich centrach i innych miejscach atrakcyjnych turystycznie. Warto „zazielenić” starówki, dążąc do tworzenia miejsc zacienionych oraz wyposażonych np. w ławki do odpoczynku. Przywracanie zieleni do miast jest nie tylko potrzebą rodzin podróżujących z dziećmi, ale również ważnym trendem w urbanistyce krajobrazu podnoszącym jakość życia mieszkańców i turystów.
2. Modernizacja istniejących przestrzeni w kierunku kreowania parków miejskich. Nawet niewielkich rozmiarów parki tworzą przestrzeń i klimat sprzyjający spotkaniom, odpoczynkowi, rozrywce, edukacji, wychowaniu i nawiązywaniu relacji międzyludzkich.
3. Ożywienie i uatrakcyjnienie pieszych traktów w elementy infrastruktury, które są przyjazne dzieciom i młodzieży, sprzyjają wychowaniu i edukacji w podróży, a jednocześnie pozostającą w zgodzie z otoczeniem, np. pomysły na wzór stóp Andersena w Odense czy nutek w płytkach chodnikowych w Lipawie.
4. Zwiększenie dostępności turystycznej. Atrakcyjna przestrzeń publiczna powinna być dostosowana do potrzeb ludzi w różnym wieku i o zróżnicowanej kondycji fizycznej oraz o niejednakowym poziomie zamożności.
5. Większa dostępność dyskretnie oznakowanych oraz nieoznakowanych szlaków i ścieżek edukacyjnych o tematyce dziecięcej i młodzieżowej na obszarach miast.

6. Zwiększenie liczby rozwiązań ekologicznych w miastach i parkach rozrywki, np. drewniane place zabaw w miejsce plastikowych, obiekty infrastruktury wykonane z naturalnych materiałów.
7. Uwzględnienie w planach zagospodarowania miejsc do realizacji gier i zabaw integrujących rodzinę w czasie wypoczynku czy w przerwach pomiędzy zwiedzaniem.
8. Zapewnienie czystych i zadbanych miejsc odpoczynku na trasach turystycznych.
9. Unikanie niekontrolowanego rozwoju urbanistycznego, doprowadzającego do izolacji przestrzennej obszarów chronionych.
10. Dbanie o taki sposób udostępniania swoich zbiorów przez muzea, centra nauki i inne obiekty, który będzie dostosowany dla osób o niższym wzroście oraz dzieci (również w wózkach).
11. Zwrócenie uwagi na personel zatrudniany w obiektach turystycznych. Ważne są predyspozycje do pracy i kontaktu z osobami nieletnimi, a nie tylko kierunkowe wykształcenie i doświadczenie zawodowe.
12. Możliwość tworzenia tematycznych parków rozrywki, wpisujących się w zrównoważony rozwój oraz odpowiadających potrzebom edukacyjnym i wychowawczym rodzin z dziećmi.
13. Kreowanie miejsc w przestrzeni publicznej, w których możliwe jest wychowanie i edukacja przez zabawę, tj. interaktywne wystawy, warsztaty czy inscenizacje.
14. Umożliwianie kontaktów między społecznościami lokalnymi a turystami z dziećmi, w celu poznawania kultury odwiedzanego miejsca i rozwijania szacunku dla odmienności w tym zakresie.

Zalecenia te wynikają z potrzeb i z coraz większej świadomości rodzin w zakresie kształcenia i wychowania dzieci podczas przebywania w miejscach atrakcyjnych turystycznie, ekologicznego nastawienia rodzin do odwiedzanych miejsc oraz ich oczekiwań edukacyjnych i rekreacyjnych w czasie wolnym. Wspólne spędzanie czasu wolnego jest natomiast elementem spajającym rodziny (Lehto i in., 2012) i wspomagającym proces wychowania dzieci.

Dzieje się to szczególnie w sferze turystyki, gdzie doświadczenie wspólnych podróży czy razem przeżytego czasu rekreacji, sprzyjają kształtowaniu i rozwijaniu zdrowych relacji społecznych i więzi emocjonalnych między członkami rodziny (np. Gram, 2005; Zabriskie, McCormick 2001). Wskazane korzyści wypływające z turystyki rodzinnej są ogromne i nie do przecenienia. Warto, chociażby z tego powodu, wysłuchać apelu rodzin z dziećmi skierowanego do osób zarządzających obszarami atrakcyjnymi turystycznie.

References

- Blichfeldt, B. S., Pedersen, B. M., Johansen, A., Hansen, L. (2011). Tweens on holidays: In-situ decision-making from children's perspectives. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(2), 135–149.
- Buckley, R. (2012). Sustainable adventure tourism: Matching tourists, business, and destinations. *Tourism Management*, 33(3), 527–540.
- Carr, N. (2011). *Children's and families' holiday experiences*. London; New York: Routledge.
- Charles, N., Davies, C. A., Harris, C. C. (2008). *Families in transition: Social change, family formation and kin relationships*. Bristol, United Kingdom: Policy Press.
- Cohen, S. A., Higham, J. E. S., Peeters, P. (2014). Understanding how tourism air travel has become a contested practice. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 951–967.
- Coontz, S. (1992). *The way we never were: American families and the nostalgia trap*. New York: Basic Books.
- Decrop, A. (2006). *Vacation decision making*. CABI Publishing.
- Delekta, A., Kurek, S., Mróz, F., Rettinger, R., Ziółkowska-Waiss, K., Żemła, M. (2018). Rodziny z dziećmi jako konsumenci na rynku turystycznym – wyzwania badawcze. *Folia Turistica*, 48, 123–141.
- Delekta, A., Stecko, J. (2020). Family tourism and its influence on students' behaviours as tourists. *Humanities and Social Sciences*, 27(2), 53–65.
- Family Travel Association and Jonathan M. Tisch Center of Hospitality, NYU School of Professional Studies. (2022). *2022 Family Travel Survey*. Pobrane z: <https://www.familytravel.org/research> (otwarty 15.09.2024).
- Gibbs, G. (2011). *Analizowanie danych jakościowych*, tłum. A. Kaczmarek. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A Qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2–22.
- Gram, M. (2007). Children as co-decision makers in the family? the case of family holidays. *Young Consumers*, 8(1), 19–28.
- Gram, M., O'Donohoe, S., Schänzel, H., Marchant, C., Kastarinen, A. (2019). Fun time, finite time: temporal and emotional dimensions of grandtravel experiences. *Annals of Tourism Research*, 79, 102769.
- Holden, A. (2009). The environment-tourism nexus: Influence of environmental education. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 123–144.
- Hudson, S., Hudson, R. (2013). Creating family memories through adventure tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 19(3), 226–239.
- Kawula S., Brągiel J., Janke A.W. (2007). *Pedagogika rodziny. Obszary i panorama problematyki*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Khoo-Lattimore, C. (2015). Kids on board: methodological challenges, concerns and clarifications when including young children's voices in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 18, 845–858.
- Kowalczyk Anioł, J., Włodarczyk, B. (2011), Turystyka rodzinna – istota i zakres pojęcia. W: J. Śleodzińska, B. Włodarczyk (red.), *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne* (s. 9–25). Warszawa: Wydawnictwo PTTK „Kraj”.

- Kowalczyk, M., Winiarski, M. (2021). Podróże edukacyjne jako element turystyki rodzinnej w Polsce. *Turystyka Kulturowa*, 19(2), 87–102.
- Kurek, A. K. (2003). *Turystyka rodzinna: Teoretyczne podstawy, charakterystyka, rozwój*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.
- Lee, Y., Kim, S. (2023). Cultural and historical learning in family tourism. *Journal of Cultural Tourism*, 12(1), 95–108.
- Lehto, X. Y., Choi, S., Lin, Y. C., MacDermid, S. M. (2009). Vacation and family functioning. *Annals of Tourism Research* 36, 459–479.
- Lehto, X. Y., Lin, Y. C., Chen, Y., Choi, S. (2012). Family vacation activities and family cohesion. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(8), 835–850.
- Lim, C., Weaver, D. (2022). Post-pandemic shifts in family adventure tourism. *Annals of Leisure Research*, 25(3), 371–389.
- Łobożewicz, T., Wolańska, T. (1994). *Rekreacja i turystyka w rodzinie*. Warszawa: Polskie Towarzystwo Naukowe Kultury Fizycznej.
- Mair, J., Laing, J. H. (2013). Encouraging pro-environmental behaviour: The role of sustainability-focused events. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(8), 1113–1128.
- Główny Urząd Statystyczny (2023). Główny Urząd Statystyczny Ludności i Mieszkań 2021. Rodziny w Polsce w świetle wyników NSP 2021. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Nickerson, N. P., Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 19–30.
- Polski Instytut Ekonomiczny. (2020). *Turystyka w Polsce w 2020 roku: Analiza wpływu pandemii COVID-19 na branżę turystyczną*. Kraków: Polski Instytut Ekonomiczny.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy. Work is theatre and every business a Stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Pope, G. (2023). Comment: Five trends that will shape family travel in 2024. Travel Weekly. Pobrane z: <https://travelweekly.co.uk/in-depth/comment/comment-five-trends-that-will-shape-family-travel-in-2024> [otwarty 20.08.2024].
- Popenoe, D. (1996). *The decline of the family: The transformation of the American family*. New York: Free Press.
- Przeclawski, K. (2004). *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków: Wydawnictwo ALBIS.
- Qiao, G., Cao, Y., Chen, Q., Jia, Q (2022) Understanding family tourism: A perspective of bibliometric review. *Frontiers in Psychology* 13, 937312.
- Raport Najwyższej Izby Kontroli, Zachowanie i zwiększanie terenów zielonych w miastach, Nr ewid. 172/2021/P/21/074/LLU.
- Rhoden, S., Hunter-Jones, P., Miller, A. (2016). Tourism experiences through the eyes of a child. *Annals of Leisure Research* 19(4), 424–443.
- Riessman, C. K. (2008). *Narrative methods for the human sciences*. Sage Publications.
- Schänzel, H., Smith, K. A. (2014). The socialization of families away from home: Group dynamics and family functioning on holiday. *Leisure Studies*, 33(2), 160–181.
- Schänzel, H., Yeoman, I., Backer, E. (2012). *Family tourism: Multidisciplinary perspectives*. Channel View Publications.
- Schänzel, H., Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141–147.
- Shaw, S. M., Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure Studies*, 20(2), 121–138.

- Sienkiewicz, K. (2010). *Rodzina w Polsce: przemiany i wyzwania*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sierżant, J. (2013). Turystyka jako czynnik integracji rodzinnej i wychowawczej. W: R. C. Wójtowicz (red.), *Pedagogika turystyki* (s. 51–64). Kraków: Wydawnictwo Naukowe UJ.
- Siwek, M., Kolasińska, A., Wrześniewski, K., Zmuda-Palka, M. (2022). Services and amenities offered by city hotels within family tourism as one of the factors guaranteeing satisfactory leisure time. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8321.
- Small, J. (2008). The absence of childhood in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 772–789.
- Sorensen, A., Jen, L. (2015). Tailoring experiences for families: A review of tourism personalization. *Tourism Management*, 46, 234–241.
- Strauss, A. L., Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Szczepański, J. (1970). *Elementarne pojęcia socjologii*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Szlendak, T. (2010). *Rodzina i jej przemiany w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szmigielska, B. (2009). Turystyka rodzinna jako czynnik wychowawczy w kontekście edukacji turystycznej dzieci i młodzieży. W: K. L. Dziuban, A. Wójcik (red.), *Edukacja turystyczna w kontekście przemian społecznych* (s. 124–133). Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie.
- Tatar, C., Kozak, M. (2022). Family tourism experiences: Effects of customization on satisfaction and loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100928.
- Therkelsen, A. (2010). Imagining places: Image formation of tourists and its consequences for destination promotion. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(2), 164–180.
- Tomaszewska, M. (2017). Rodzina jako główny element turystyki edukacyjnej dzieci i młodzieży. W: A. Walczak, M. Pawlak (red.), *Edukacja turystyczna dzieci i młodzieży w Polsce* (s. 104–113). Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Towner, J., Milne, S. (2017). Adventure tourism and family engagement. *Leisure Studies*, 36(5), 590–604.
- Tyszka, T. (1998). *Rodzina w zmieniającym się społeczeństwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ustawa z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych. Dz. U. 2020 poz. 374.
- Weston, K. (1991). *Families we choose: Lesbians, gays, kinship*. New York: Columbia University Press.
- Wu, M. Y., Wall, G. (2016). Visiting friends and relatives tourism: A family life cycle perspective. *Journal of China Tourism Research*, 12(4), 474–490.
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's tourist: Scenarios and trends*. Oxford, UK: Elsevier.
- Zabriskie, R. B., McCormick, B. P. (2001). The influence of family leisure patterns on family functioning. *Journal of Leisure Research*, 33(3), 281–295.