



Jerzy Gospodarek  
SZKOŁA GŁÓWNA HANDLOWA W WARSZAWIE

## INNOWACJE W TURYSTYCE MIĘDZYPOKOLENIOWEJ W ŚWIETLE PRAWA POLSKIEGO I PRAWA UE

### Abstract

Innovations in intergenerational tourism in the light of the Polish law and the EU law

The purpose of this article is to research various kinds of innovations in intergenerational tourism in the light of the Polish law and the EU law. The author is making an attempt to outline the scope of 'intergenerational tourism'. At the same time, he is suggesting a modified version of the classical division of generations in Poland over the last scores of years. Discussed are the innovations applied by tourist entrepreneurs to encourage intergenerational tourism development, as well as the kind of innovations that should be considered as vital for promoting intergenerational tourism in the future. Analysed were the acts of the Polish law and the EU law regarding tourism either directly or indirectly, in search for such regulations that would in any way contribute to the promotion of intergenerational tourism.

**Key words:** innovations, intergenerational tourism, Polish law, EU law

**Słowa kluczowe:** innowacje, turystyka międzypokoleniowa, prawo polskie, prawo UE

### WPROWADZENIE

Od kilku lat coraz więcej mówi się i pisze o turystyce międzypokoleniowej. Rok 2012 był Europejskim Rokiem Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej (Europejski Rok... 2013). Rada Ministrów przyjęła w tymże roku Rządowy Program na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2012–2013 (Uchwała nr 137 Rady Ministrów z 24 sierpnia 2012 r.). Pod koniec 2013 r. rząd przyjął analogiczny program dotyczący seniorów na lata 2014–2020 (Uchwała nr 237 Rady Ministrów z 24 grudnia 2013 r.). Jednakże programy te wyraźnie nie wspominają o turystyce międzypokoleniowej. Z kolei w 2014 r. w ramach projektu „Turystyka łączy pokolenia”, dofinansowanego ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki, została przez PTTK zorganizowana konferencja popularnonaukowa nt. „Międzypokoleniowe aspekty turystyki”, której efektem jest publikacja pod takim samym tytułem (Śledzińska i Włodarczyk red. 2014).

Trzeba podkreślić, że określenie „turystyka międzypokoleniowa” nie ma wyraźnie wyznaczonego zakresu. Pod pojęciem pokolenia w rozumieniu socjologicznym rozumie się ogół jednostek urodzonych i żyjących

w tym samym czasie, o czym przesądza zarówno rok urodzenia, jak i wspólnota doświadczeń (Kowalczyk-Anioł i wsp. 2014, s. 42). Przy tym za równoznaczne może być uznane pojęcie generacji. W konsekwencji turystyka międzypokoleniowa oznacza różne formy turystyki uprawianej wspólnie przez osoby należące do co najmniej dwóch pokoleń: mogą to być w szczególności rodzice i dzieci oraz dziadkowie i wnuki. W literaturze przedmiotu wskazuje się, że wyjazdy turystyczne, w których uczestniczą przedstawiciele trzech pokoleń, są nieliczne i brak na ten temat analiz statystycznych (Łaciak 2014, s. 124). Z reguły mamy do czynienia z wyjazdami rodziców z dziećmi albo tylko jednego rodzica z jednym dzieckiem lub większą ich liczbą. Najczęściej są to dzieci niepełnoletnie, ale wcale nie tak rzadkie są też wyjazdy pełnoletnich dzieci z rodzicami, w tym z rodzicami w starszym wieku wymagającymi opieki, kiedy to role opiekuńcze ulegają odwróceniu. W istocie można powiedzieć, że turystyka międzypokoleniowa występowała od początku istnienia turystyki, choć nie zwracano na nią tyle uwagi co obecnie.

Poszczególne pokolenia mają z natury rzeczy odmienne doświadczenia, które mogą

okazywać się przydatne i uczące w turystyce międzypokoleniowej. W literaturze przedmiotu przywoływany jest klasyczny podział pokoleń, dokonany przez Williams i Page'a (2011, s. 2), na pokolenie sprzed kryzysu gospodarczego lat 30. XX w., pokolenie okresu wskazanego kryzysu, liczone aż do końca II wojny światowej, pokolenie wyżu demograficznego lat powojennych, pokolenie nizu demograficznego (zwane pokoleniem X), na które przypadają lata 1965–1977, pokolenie nazywane generacją z genem Y, obejmujące osoby urodzone w latach 1978–1994, oraz najmłodsze pokolenie, zwane Z, będące generacją nastolatków (Zajadacz 2014, s. 57–63). Wydaje się jednak, że podział ten niezbyt dobrze oddaje losy społeczeństwa polskiego w okresie ostatnich kilkudziesięciu lat i dla analiz turystyki międzypokoleniowej warto odróżnić pokolenie międzywojenne, pokolenie wojenne, pokolenie zamkniętych granic z lat 1945–1970, pokolenie trudnych wyborów i pierwszych w szerszej skali doświadczeń w kontaktach z zagranicą z lat 1971–1989, a także pokolenie wolności, w tym wolności podróżowania, urodzone i dorastające w Trzeciej Rzeczypospolitej. Pierwsze trzy pokolenia to pokolenia dziadków, podczas gdy pokolenie trudnych wyborów to pokolenie rodziców dzieci urodzonych już w Polsce wolnej, szybko otwierającej się na świat i uzależnionej – zwłaszcza w ostatnich kilkunastu latach – od komputerów, telefonów komórkowych i Internetu.

Przedmiotem badań w tym opracowaniu są innowacje występujące w turystyce międzypokoleniowej. Celem jest wskazanie rodzajów tych innowacji w świetle obowiązującego prawa polskiego i prawa UE. Wymaga to analizy aktów prawa polskiego i prawa UE odnoszących się do turystyki i szukania w nich takich regulacji, które sprzyjają turystyce międzypokoleniowej w sposób co najmniej pośredni. Założeniem jest przy tym – może nieco optymistycznym – że prawo powinno uwzględniać liczne pozytywne skutki społeczne turystyki międzypokoleniowej i dzięki swym unormowaniom zachęcać przedsiębiorców turystycznych do wprowadzania innowacji powodujących rozwój tego rodzaju turystyki.

## POJĘCIE INNOWACJI W TURYSTYCE MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Pojęcie innowacji jest rozmaicie definiowane. Zgodnie ze słownikowym rozumieniem innowacja oznacza wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzoną, jak też po prostu nowość, reformę (Kopaliński 1983, s. 190). Za bliskoznaczne uważa się przy tym także określenia: „nowinka”, „nowatorstwo” i „zmiana” (Cienkowski 1993, s. 66). Jednakże nie każda zmiana może być określona mianem innowacji (Roman 2013, s. 19–21). Spośród bogatej literatury przedmiotu poświęconej innowacyjności przedsiębiorstw warto przywołać szerokie ujęcie wskazujące, że innowacja w przedsiębiorstwie to wszelka celowa i korzystna zmiana w dowolnym obszarze jego działalności, która powstała w przedsiębiorstwie lub jego otoczeniu (Krawczyk-Sokołowska 2012, s. 27). Szerokie rozumienie innowacji występuje też w tzw. Podręczniku Oslo (2008, s. 4), który do celów statystycznych innowacją nazywa „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem”. W tej często przywoływanej publikacji są odróżnione innowacje produktowe, procesowe, marketingowe i organizacyjne.

Przenosząc powyższe ustalenia na grunt turystyki, przez innowacyjność w turystyce rozumie się zmiany wprowadzane w oferowanych produktach turystycznych, kreowanie nowych produktów oraz wdrażanie lepszych rozwiązań w procesach obsługi klientów (Olearnik i Pasek 2014, s. 91). Pisząc o innowacjach w turystyce, często przywołuje się definicję innowacji sformułowaną przed laty przez Schumpetera i wskazuje na potrzebę jej rozszerzenia na sektor usług, którego część stanowi turystyka (Chołda 2014, s. 328). Zaznacza się przy tym szczególną funkcję i rolę innowacji marketingowych i organizacyjnych w turystyce, powodujących wzrost konkurencyjności w jej obszarze. Stosując powyższe ustalenia do turystyki międzypokoleniowej, warto zbadać, jakie innowacje występują w tego rodzaju turystyce, próbując

zarazem dostrzec takie nowe rozwiązania, które w tym zakresie warto wprowadzić w przyszłości w celu stworzenia warunków sprzyjających rozwojowi turystyki międzypokoleniowej.

Zrozumienie i docenienie roli innowacji w turystyce międzypokoleniowej wymaga uwzględnienia faktu, że dialog międzypokoleniowy w turystyce jest oparty na transferze wolnego czasu oraz transferze środków finansowych. Zjawiska te zależą natomiast od fazy cyklu życia człowieka, gdyż relacje pomiędzy zasobami wolnego czasu i posiadanymi środkami finansowymi są inne w młodości, w okresie dorosłego życia i na starość (Kowalczyk-Anioł i wsp. 2014, s. 44–47). Dzięki międzypokoleniowej turystyce rodzinnej to dziadkowie mogą wyjeżdżać z wnucami w sytuacji, w której rodzice pracują i nie dysponują czasem wolnym, czy fundować wspólne wyjazdy wnukom, gdy rodzice nie posiadają na nie niezbędnych środków finansowych.

Trzeba dodać, że inną ważną sferą transferu międzypokoleniowego jest sfera wartości i wzorów, która w ramach wspólnych wyjazdów dziadków z wnucami prowadzi do dwustronnej wymiany wiedzy, umiejętności i informacji (Kowalczyk-Anioł i wsp. 2014, s. 48–49). Seniorzy przy tym zwykle przekazują młodym swoje doświadczenie turystyczne oraz wiedzę historyczną, krajoznawczą czy przyrodniczą, korzystając z kolei z kompetencji i umiejętności młodych w zakresie posługiwania się urządzeniami elektronicznymi czy praktycznej znajomości języków obcych. Potwierdzają to analizowane niżej poszczególne rodzaje innowacji w turystyce, w tym w turystyce międzypokoleniowej.

#### RODZAJE INNOWACJI W TURYSTYCE MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Już na wstępie trzeba zauważyć, że większość innowacji w turystyce ma ogólne znaczenie dla różnych form turystyki, w tym może szczególnie korzystnie oddziaływać na turystykę międzypokoleniową, co do tej pory często nie jest zauważane. Można to powiedzieć o takich innowacjach produktowych,

jak tzw. *questing*, będący połączeniem metody zwiedzania, edukacji regionalnej, aktywnego wypoczynku oraz promocji dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego (Chołda 2014, s. 329–330, Pawłowska 2014, s. 330–346). Korzystać z tej innowacji mogą niewątpliwie rodziny wielopokoleniowe, a nie tylko rodzice z dziećmi. Także tzw. *turystyka głębo*ko ekologiczna, zakładająca aktywność jej uczestników i wykorzystująca elementy filozofii przyrody i arteterapii, stanowi innowacyjny sposób spędzania wolnego czasu na łonie przyrody (Chołda 2014, s. 330–331) i może odwoływać się do więzi międzypokoleniowych. Chociaż na tego rodzaju więzi nie wskazuje oferta ośrodka *Kraina Westernu* w Sarnowej Górze, stanowi ona innowację w turystyce wiejskiej, z której korzystają całe rodziny (Gołębiewska i Pajewski 2013, s. 89–94). W literaturze przedmiotu słusznie wskazuje się, że w praktyce każdy nowy produkt turystyczny może być innowacją, jeśli trafnie zaspokaja potrzeby odbiorców (Olearnik i Pasek 2014, s. 92). Jeśli są to potrzeby osób należących do różnych pokoleń, innowacja taka stanowi też niewątpliwie innowację w turystyce międzypokoleniowej.

W ostatnich latach coraz częściej występują innowacyjne oferty produktowe przygotowane przez biura podróży lub hotelarzy specjalnie z myślą o rozwoju turystyki międzypokoleniowej. Wymienić można pakiety pobytowe w obiektach hotelarskich typu *spa*, zwłaszcza w uzdrowiskach dla matki i córki z programami rehabilitacyjnymi, leczniczymi i upiększającymi dostosowanymi do potrzeb różnych grup wiekowych, pobyty dla rodzin z dziećmi łączące rehabilitację z aktywnym wypoczynkiem albo wręcz dostosowane do indywidualnych potrzeb rodziców i dzieci, pobyty dla nastolatków przyjeżdżających w okresie zimowych ferii szkolnych razem z dziadkiem lub babcią, oferty z atrakcjami turystycznymi dostosowanymi do potrzeb różnych pokoleń (np. *kopalnia złota* w Złotym Stoku) czy oferty standaryzowanych obiektów agroturystycznych gwarantujące niezbędne wyposażenie, standardy higieniczne, wygodę i bezpieczeństwo dla rodzin z małymi dziećmi pod auspicjami Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej (zob. bliżej: Golian 2014, s. 176–188, Olearnik i Pasek 2014, s. 96–97, Orfin i Sidorkiewicz 2014, s. 116–123).

Rosnącym na znaczeniu rodzajem innowacji w turystyce międzypokoleniowej są innowacje procesowe. Generalnie są to innowacje wdrażające lepsze rozwiązania w procesie obsługi wszystkich klientów, bez względu na ich wiek, w postaci tworzenia nowych systemów rezerwacyjnych lub ulepszenia już istniejących. Chodzi o możliwość rezerwowania i nabywania imprez turystycznych dzięki interaktywnym katalogom na stronach internetowych biur podróży i różnym aplikacjom mobilnym pobieranym na smartfony i tablety (zob. Olearnik i Pasek 2014, s. 92–95), kupowania przez Internet biletów autobusowych, kolejowych i lotniczych, jak również biletów do muzeów i atrakcji turystycznych, takich jak np. Centrum Nauki Kopernik – dzięki czemu nie trzeba stać w kolejkach. Właśnie możliwość zakupu biletów w Internecie stwarza szanse dialogu międzypokoleniowego, gdyż babcie i dziadkowie często muszą korzystać w tym zakresie z pomocy wnuków. W konsekwencji stanowią to zachętę do wspólnego uczestnictwa w różnych formach turystyki międzypokoleniowej.

Szczególne funkcje innowacji organizacyjnych w obszarze turystyki mają znaczenie dla wszystkich turystów. Można to odnieść do takich nowych rozwiązań, jak wprowadzenie lotów szerokokadłubowymi samolotami dalekiego zasięgu do ofert biur podróży, które zachęca klientów do decydowania się na uczestnictwo w imprezach turystycznych na innych kontynentach – i to także w okresie zimowym, gdyż dzięki tej innowacji przeloty są szybsze i bardziej komfortowe, bez międzylądowania i bez przesiadek (Olearnik i Pasek 2014, s. 92). Niewątpliwie jest to wyjątkowo ważna sprawa dla podróżujących ludzi starszych i rodzin z małymi dziećmi. W konsekwencji można stwierdzić, że to rozwiązanie organizacyjne ułatwiające dalekie podróże sprzyja turystyce międzypokoleniowej na dalekich trasach międzynarodowych i zachęca do podróżowania m.in. dziadków z wnukami.

Inną znaczącą innowacją organizacyjną w turystyce jest wykorzystywanie przez pilotów wycieczek i przewodników turystycznych zestawów słuchawkowych, które umożliwia słuchanie pilota lub przewodnika z

odległości nawet kilkudziesięciu metrów (Olearnik i Pasek 2014, s. 92). Ułatwia to zwłaszcza zwiedzanie muzeów i różnych atrakcji turystycznych. Rozwiązanie to ma szczególne znaczenie dla seniorów będących uczestnikami imprez turystycznych, gdyż umożliwia im zindywidualizowane zwiedzanie określonych obiektów turystycznych, ze zróżnicowaną mobilnością. Pośrednio sprzyja to niewątpliwie uczestnictwu w turystyce międzypokoleniowej. Przesłonięciem organizacyjną są tablety w pokojach hotelowych umożliwiające dostęp do ważnych informacji i zakup różnych usług. Z tego ułatwienia nie zawsze będą potrafili korzystać starsi ludzie i pomoc dzieci lub wnuków razem z nimi podróżujących jest argumentem przemawiającym za wspólną podróżą.

Dla turystyki szczególnie znaczące są również innowacje marketingowe. Jak zresztą wskazuje się w literaturze przedmiotu, cechą charakterystyczną tego sektora jest przenikanie się poszczególnych rodzajów innowacji – nie zawsze więc można zaklasyfikować daną innowację tylko do jednego rodzaju (Olearnik i Pasek 2014, s. 92–93). Przykładem innowacji marketingowych będących zarazem innowacją produktową jest zastosowanie przez biura podróży aplikacji mobilnych na smartfony i inne urządzenia mobilne w celu ułatwienia dostępu do ofert turystycznych, śledzenia udzielanych promocji, jak też korzystania z funkcji mobilnego przewodnika turystycznego informującego o terenach i miejscach w programie planowanego wyjazdu. Można to też powiedzieć o rozwiązaniu innowacyjnym w postaci tzw. kodów QR, stanowiących źródło informacji turystycznej o różnego rodzaju obiektach turystycznych. Kody te zeskanowane przez urządzenia mobilne służą celom edukacyjnym i promocyjnym, nie tylko zresztą w turystyce (Olearnik i Pasek 2014, s. 92–93). Znaczenie marketingowe mają też innowacyjne rabaty udzielane przez organizatorów turystyki i hotelarzy przy wykorzystaniu Internetu. Uwzględnianie takich nowinek technologicznych nie stwarza żadnych problemów dla ludzi młodych, ale już dla ich rodziców, a tym bardziej dziadków posługiwanie się urządzeniami mobilnymi w celu dotarcia przez Internet do poszukiwanych informacji

turystycznych i dokonania różnych rezerwacji oraz zakupów biletów na przejazd lub biletów wstępu do atrakcji turystycznych wcale nie jest takie proste. Stwierdzam to na własnym przykładzie, chociaż komputerami posługuję się od lat dwudziestu pięciu, a z telefonów komórkowych korzystam od lat kilkunastu. Jakkolwiek paradoksalnie by to zabrzmiało, taka sytuacja stwarza szansę rozwoju turystyki międzypokoleniowej, w której rodzice i dziadkowie mogą korzystać ze wsparcia technologicznego i językowego pokolenia dzieci i wnuków.

W turystyce międzypokoleniowej trzeba łączyć potrzeby różnych grup wiekowych. Powinny to uwzględniać innowacje produktowe w turystyce, co – jak pokazują przywołane przykłady z praktyki organizatorów turystyki i hotelarzy z ostatnich lat – coraz częściej ma już miejsce. Powinny temu też sprzyjać rabaty dla młodych ludzi podróżujących wspólnie z seniorami, zwłaszcza poza sezonem. O takich innowacjach marketingowych mogliby pomyśleć organizatorzy turystyki i hotelarze oraz restauratorzy w swoich innowacyjnych ofertach. Dalszym wsparciem dla turystyki międzypokoleniowej powinny być zniżki dla młodych ludzi i seniorów podróżujących wspólnie środkami komunikacji publicznej. Dotychczas takie zniżki są przyznawane odrębnie dla seniorów i dla młodych ludzi uczących się do określonego wieku. Czy nie warto zanalizować celowości wprowadzenia np. biletu dla seniora podróżującego z dzieckiem? Czy nie jest to warta wsparcia forma aktywizacji ludzi starszych, która mogłaby nie tylko sprzyjać rozwojowi międzypokoleniowej turystyki i rekreacji poza formami zorganizowanymi, ale też w konsekwencji zacieśniać więzi międzypokoleniowe i przyczyniać się do propagowania aktywnego, zdrowego trybu życia?

#### REGULACJE PRAWA POLSKIEGO SPRZYJAJĄCE INNOWACJOM W TURYSTYCE MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Najważniejszą polską regulacją rangi ustawowej dotyczącą turystyki jest od kilkunastu lat ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych. Akt ten nie za-

wiera żadnych ustaleń odnoszących się do turystyki międzypokoleniowej. Jest to w istocie w pełni zrozumiałe, gdyż ustawa ta ma ściśle wyznaczony zakres unormowań, ograniczony do określenia warunków świadczenia przez przedsiębiorców usług turystycznych na terytorium Polski, a także za granicą, jeżeli umowy z klientami o świadczenie tych usług są zawierana w Polsce (zob. Cybula 2012, s. 24–31). Ustawa ta zresztą w ciągu najbliższych dwóch lat przestanie obowiązywać w związku z przesądzonym już przyjęciem nowej dyrektywy turystycznej (Gospodarek 2014, s. 177–178).

Drugim aktem, w którym można poszukiwać regulacji prawnych sprzyjających innowacjom w turystyce międzypokoleniowej, jest ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej. Zgodnie bowiem z art. 3 tej ustawy do zadań POT należy m.in. zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej oraz inicjowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej. Realizując te zadania, POT zgodnie ze swoim statutem inicjuje i wspiera organizacyjnie rozwój produktów turystycznych oraz ich promocję, co teoretycznie może obejmować też wspieranie innowacyjności w turystyce międzypokoleniowej. Jednakże plan działania POT na lata 2015–2016, przyjęty przez Radę POT w dniu 5 lutego 2015 r. (Plan działania... 2015), nie przewiduje wyraźnie tego rodzaju działań wspierających. Natomiast „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020”, przyjęta przez Radę POT w dniu 2 grudnia 2011 r. (Marketingowa strategia... 2011), zauważa, co prawda, że jednym z trendów na świecie jest starzenie się społeczeństw przy jednoczesnym polepszaniu stanu zdrowia osób starszych i wzroście ich siły nabywczej, ale jako konsekwencje tego w turystyce wskazuje m.in. wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo, a nie przewiduje rozwoju turystyki międzypokoleniowej. Strategia ta dostrzega ponadto trend w postaci zmian w stylu życia, prowadzący do wzrostu znaczenia indywidualnych, nieraz wyrafinowanych potrzeb konsumentów, zaznaczając przy tym jako konsekwencje w turystyce spadek popytu na wycieczki w pełni



zorganizowane, a wzrost zainteresowań ponownymi odwiedzinami atrakcyjnych miejsc poznanych w przeszłości (tzw. powrót do podstaw). Ta ostatnia kwestia jest argumentem na rzecz celowości promocji turystyki międzypokoleniowej w ramach przekazywania osobom młodym doświadczeń turystycznych ich rodziców i dziadków. Ponadto w analizowanej strategii wskazuje się na trend w postaci rozwoju innowacyjności, którego konsekwencją w turystyce ma być powstanie wielu nowych europejskich programów wsparcia typu Calypso. Program ten, wprowadzony dla seniorów, umożliwił udział w imprezie osoby towarzyszącej seniorowi, co tym samym stwarzało podstawy turystyki międzypokoleniowej. Co więcej, w tej samej strategii podkreślono, że do 2020 r. osoby w wieku powyżej 65 lat będą stanowiły 20% społeczeństwa i ta grupa społeczna, dysponująca znaczną siłą nabywczą i wolnym czasem, wymaga, aby sektor turystyczny dopasował do niej swoje oferty. Wydaje się więc, że w planie działania POT na kolejne lata, 2017–2018, powinny się znaleźć działania wspierające innowacje w turystyce międzypokoleniowej.

Argumenty na poparcie działań w tym zakresie można wskazać w podjętych już przedsięwzięciach organizacyjnych i prawnych rządu w celu aktywizacji seniorów w Polsce. Tego rodzaju intencje zostały zapoczątkowane uchwałami nr 137 Rady Ministrów z 24 sierpnia 2012 r. oraz uchwałą nr 237 Rady Ministrów z 24 grudnia 2013 r., które ustanowiły wspomniane wyżej we wprowadzeniu Rządowej Programy na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2012–2013 i 2014–2020. Chociaż wskazane rządowe programy nie wspominają o turystyce międzypokoleniowej, to jednak wśród czterech wyznaczonych priorytetów wymieniają one priorytet II w postaci aktywności społecznej promującej integrację wewnątrzpokoleniową i międzypokoleniową, który ma być realizowany m.in. przez aktywność turystyczno-rekreacyjną osób starszych, a także priorytet IV w postaci usług społecznych dla osób starszych (tzw. usług zewnętrznych), którego realizacja ma następować przez takie kierunki działań, jak m.in. rozszerzona dostępność usług sporto-

wych i turystycznych. Połączenie tych dwóch priorytetów w sposób oczywisty powinno zmierzać, jak się wydaje, do promowania turystyki międzypokoleniowej.

Dalszych argumentów na poparcie przedstawianego stanowiska dostarcza dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r. jako „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku” (Kierunki rozwoju... 2008). Dokument ten wskazuje jako jeden z celów wiodących turystyki wzrost jakości środowiska i życia mieszkańców, przekazując przy tym specjalnie powołanemu przez premiera Międzyresortowemu Zespołowi ds. Koordynacji Zadań Rządu zawarte w tym dokumencie zadania, m.in. inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie projektów działań na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, w tym w szczególności wzrostu dostępności usług dla dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych, osób starszych i rodzin z dziećmi. Trudno byłoby zaprzeczyć, że właśnie wspieranie turystyki międzypokoleniowej realizuje wskazany cel wiodący turystyki, jak również wyznaczone powyżej zadanie. Podobne argumenty można ponadto znaleźć w uchwale nr 238 Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2013 r. w sprawie przyjęcia dokumentu Założenia Długofalowej Polityki Senioralnej w Polsce na lata 2014–2020. Dokument ten jako cel tej polityki wskazuje wspieranie i zapewnienie możliwości aktywnego starzenia się w zdrowiu, wzywając przy tym do solidarności międzypokoleniowej. Warto wspomnieć, że według zawartych tam wyników badań prawie trzy czwarte dorosłych Polaków ma poczucie, że zawdzięcza coś swojej babci lub dziadkowi. Właśnie turystyka międzypokoleniowa jest świetną płaszczyzną współpracy międzypokoleniowej oraz transferu wartości i wzorów, rodzącego wskazane poczucie.

Z dokonanego przeglądu regulacji polskiego prawa można wyciągnąć wniosek ogólny, że co prawda nie wprost odpowiednimi unormowaniami ustawowymi, ale głównie poprzez regulacje prawne odnoszące się do sytuacji osób starszych i prowadzonej w Polsce polityki senioralnej sprzyjają one rozwojowi turystyki międzypokoleniowej i zachęcają do wprowadzania innowacji w tej dziedzinie. Można optymistycznie patrzeć

w przyszłość w tym zakresie, gdyż w 2014 r. Sejm powołał swoją stałą komisję w postaci Komisji Polityki Senioralnej, co świadczy o zaangażowaniu tego organu władzy ustawodawczej w proces tworzenia polityki senioralnej oraz odpowiedzialności za współuczestniczenie w nim. Może to świadczyć, że doceniono wreszcie rolę seniorów w społeczeństwie, i dawać nadzieję na lepsze regulacje prawne dotyczące tej szybko powiększającej się grupy społecznej, w tym wspierające turystykę międzypokoleniową i innowacje w jej zakresie.

Odrębnie warto wspomnieć o sprzyjającej rodzinnej turystyce międzypokoleniowej ustawie z dnia 5 grudnia 2014 r. o Karcie Dużej Rodziny. Akt ten nie reguluje w ogóle zagadnień turystyki, gdyż określa zasady przyznawania członkom rodziny wielodzietnej, tj. liczącej co najmniej troje dzieci, uprawnień wynikających z posiadania Karty Dużej Rodziny. Uprawnienia te są przyznawane przez instytucje podległe różnym ministrom oraz takie podmioty, które na podstawie umowy zawartej z ministrem właściwym ds. rodziny lub upoważnionym przez niego wojewodą zobowiązały się do udzielania różnych zniżek i innych uprawnień członkom rodzin wielodzietnych. Wykaz partnerów Karty Dużej Rodziny i przyznanych przez nich uprawnień znajduje się na stronie internetowej Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (Partnerzy Karty Dużej Rodziny, [www.rodzina.gov.pl](http://www.rodzina.gov.pl)) i na dzień 14 lipca 2015 r. obejmował prawie 1700 różnych podmiotów. Lista ta obejmuje w szczególności liczne muzea, parki narodowe i krajoznawcze, parki tematyczne, etnograficzne i wodne, pływalnie, gospodarstwa agroturystyczne, szkolne schroniska młodzieżowe i inne obiekty świadczące usługi hotelarskie, ośrodki sportu i rekreacji, restauracje, punkty gastronomiczne, zamki, Śląskie Wesołe Miasteczko, Centrum Nauki Kopernik, a także przewoźników kolejowych i ponad dwadzieścia pięć biur podróży. Te uregulowania zachęcają więc bez wątpienia do rodzinnej turystyki międzypokoleniowej, zwłaszcza że przyznane uprawnienia wynikające z ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny nie anulują zniżek przysługujących na podstawie posiadanej lokalnej tego rodzaju karty w ramach programów

samorządowych. Trzeba jednak podkreślić, że wskazane uprawnienia nie obejmują dziadków w rodzinach wielopokoleniowych. Ten nurt turystyki wspieranej środkami publicznymi i społecznymi mieści się w ramach turystyki społecznej, częściej obecnie kojarzonej z aktywnością turystyczną seniorów (Łuszczczyńska 2014).

#### PRAWO UE A INNOWACJE W TURYSTYCE MIĘDZYPOKOLENIOWEJ

Regulacje prawa UE mające znaczenie dla turystyki międzypokoleniowej można wywodzić z art. 25 Karty praw podstawowych UE, który uznaje prawo osób w starszym wieku do godnego i niezależnego życia oraz do uczestnictwa w życiu społecznym i kulturalnym. W związku z tym uznanym przez Unię prawem pozostaje ustanowienie w 2009 r. dnia 29 kwietnia Europejskim Dniem Solidarności Międzypokoleniowej, które nastąpiło w odpowiedzi na wezwanie koalicji organizacji pozarządowych na rzecz solidarności między pokoleniami AGE (Age Platform Europe, [www.age-platform.eu](http://www.age-platform.eu)). Kolejnym znaczącym aktem była decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady nr 940/2011/UE ustanawiająca rok 2012 Europejskim Rokiem Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej. Sprawozdanie Komisji Europejskiej z wykonania tej decyzji zostało przyjęte w 2014 r. Podkreślono w nim, że program ER2012 pomógł przekazać bardziej pozytywny obraz starzenia się społeczeństwa przez podkreślenie potencjału ludzi starszych i promowanie ich aktywnego uczestnictwa w społeczeństwie i gospodarce [Sprawozdanie... COM(2014) 562 final, s. 13]. Jednak w tym sprawozdaniu nie znalazły się żadne ustalenia o celowości aktywizacji ludzi starszych poprzez rozwijanie turystyki międzypokoleniowej z ich udziałem. Podobnie w sprawozdaniu Komisji oceniającym program „Nowoczesne technologie w służbie osobom starszym” [Sprawozdanie... COM(2013) 898 final] nie powiązано zamiaru wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych na rzecz aktywności i zdrowia osób starszych z możliwościami ich zastosowania w turys-

tyce, w tym w szczególności turystyce międzypokoleniowej. Mimo to niewątpliwie takie nowoczesne technologie będą odgrywały coraz większą rolę w turystyce z udziałem osób starszych i oferowanych im nowych produktach turystycznych.

Jak podkreślono w projekcie raportu „Europa, najlepszy kierunek turystyczny dla seniorów”, przygotowanym w 2014 r., obecnie pokolenie powojennego wyżu demograficznego obejmuje już ponad 128 milionów obywateli UE w wieku między 55 a 80 lat, stanowiąc ok. 25% całej populacji. Celem działań Unii ma być przy tym stworzenie mechanizmów włączenia podróży turystycznych seniorów z UE, ale także z państw trzecich, głównie w okresy poza sezonem turystycznym (Draft report... 2014, s. 1–16). Realizacja tych zamysłów będzie wymagała przygotowania nowych propozycji działania, kontynuujących znany w Polsce program Calypso, jak również takie programy wprowadzane od 2014 r. w innych państwach członkowskich UE, jak ESCAPE, SenGoR (Seniors Go Rural), SENTour CONNECT oraz European Senior Rail Travel Project (zob. eCalypso. Tourism for all). Nowe propozycje w tym zakresie mogły być zgłaszane do końca czerwca 2015 r. do Agencji Wykonawczej dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw (EASME, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises) w ramach programu COSME. Ciekawe, czy wśród tych propozycji uwzględniona zostanie turystyka międzypokoleniowa.

W związku z omawianą problematyką innowacji w turystyce międzypokoleniowej warto na koniec przywołać projekt nowej dyrektywy turystycznej, która wkrótce ma zostać przyjęta przez Parlament Europejski i Radę. Ostatecznie zaakceptowany w dniu 28 maja 2015 r. przez Radę ds. Konkurencyjności kompromisowy projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych znacznie się różni od pierwotnego tekstu projektu, zawartego we wniosku ustawodawczym Komisji z dnia 9 lipca 2013 r. [COM(2013) 512 final]. Jednakże pozostał on otwarty na możliwość dostosowywania usług turystycznych do indywidualnych potrzeb konsumenta poprzez tzw. pakiety dynamiczne, tworzone za pośred-

nictwem Internetu przez podróżnego. Można wyrazić przekonanie, że stwarza to spore szanse na rozwój turystyki międzypokoleniowej z udziałem pokolenia dziadków i pokolenia wnuków, których współdziałanie w tym zakresie będzie po prostu często konieczne dla dopasowania usług turystycznych do zróżnicowanych potrzeb seniorów i ludzi młodych.

## PODSUMOWANIE

Dokonane analizy prowadzą do kilku wniosków o charakterze ogólnym. Samo pojęcie turystyki międzypokoleniowej nie jest jednoznaczne i w ogóle nie występuje w aktach prawnych dotyczących turystyki. Również podziały pokoleń dokonywane w literaturze przedmiotu wywołują wątpliwości. Sam fakt istnienia turystyki międzypokoleniowej i celowości jej rozwoju jest jednak oczywisty. Natomiast nie są takie oczywiste rodzaje innowacji występujących w turystyce międzypokoleniowej i ich wpływ na rozwój tego rodzaju turystyki. Trzeba jednak stwierdzić, że zarówno akty prawa polskiego, jak i prawa UE zawierają ustalenia sprzyjające rozwojowi turystyki międzypokoleniowej. Dobrze by było, aby zarówno prawodawcy polscy, jak i instytucje UE tworzące jej regulacje prawne wydawali akty prawne dotyczące turystyki międzypokoleniowej z pełną świadomością znaczenia społecznego tego rodzaju turystyki oraz aby to nie były regulacje fragmentaryczne i nie do końca przemyślane.

## BIBLIOGRAFIA

- Age Platform Europe, [www.age-platform.eu](http://www.age-platform.eu) [dostęp: 13.07.2015].
- Chołda H. (2014) Innowacje w turystyce, *Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, Kreatywność. Innowacyjność. Przedsiębiorczość*, 30 (5), 327–332.
- Cienkowski W. (1993) Praktyczny słownik wyrazów bliskoznacznych, Polska Oficyna Wydawnicza „BGW”, Warszawa.
- Cybula P. (2012) Usługi turystyczne. Komentarz, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady nr 940/2011/UE z dnia 14 września 2011 r. w spra-



- wie Europejskiego Roku Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej (2012) Dz.Urz. UE L 246/5 z 23.9.2011.
- Draft report „EUROPE, THE BEST DESTINATION FOR SENIORS”, Facilitating cooperation mechanism to increase senior tourists' travels within Europe and from third countries in the low and medium seasons, Ref. Ares (2014) 2478246 – 25/07/2014.
- eCalypso. Tourism for all, Tourism for Seniors, <http://ecalypso.eu> [dostęp: 13.07.2015].
- Europejski Rok Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej. Raport ewaluacyjny (2013), Warszawa, [www.mpips.gov.pl](http://www.mpips.gov.pl) [dostęp: 13.07.2015].
- Golian S. (2014) Wypoczynek rodzin w gospodarstwach agroturystycznych a atrakcyjność ich oferty, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa, 175–188.
- Gołbiewska B., Pajewski T. (2013) Znaczenie innowacji w turystyce wiejskiej na przykładzie ośrodka „Kraina Westernu”, [w:] Nuszkie-wicz K., Roman M. (red.), Innowacje w rozwoju turystyki, Zespół Szkół Centrum Kształce-nia Rolniczego, Gołdtkowo, 87–93.
- Gospodarek J. (2014) Znaczenie dla rynku turystycznego projektowanej dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie imprez turystycznych i aranżowanych usług turystycznych, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 807, 3 (27), 165–181.
- Karta praw podstawowych Unii Europejskiej (2012/C 326/02) Dz.Urz. UE C 326/391 z 26.10.2012.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r., [www.msit.gov.pl](http://www.msit.gov.pl) [dostęp: 13.07.2015].
- Kopaliński W. (1983) Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych, WP, Warszawa.
- Kowalczyk-Anioł J., Szafrńska E., Włodarczyk B. (2014) Dialog międzypokoleniowy w turystyce, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa, 41–53.
- Krawczyk-Sokołowska I. (2012) Innowacyjność przedsiębiorstw i jej regionalne uwarunkowania, Politechnika Częstochowska, Częstochowa.
- Łaciak J. (2014) Uczestnictwo rodziców z dziećmi w wyjazdach turystycznych w latach 2000–2010, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa, 123–134.
- Łuszczynska M. (2014) Międzypokoleniowa turystyka rodzinna – wyzwania w kontekście jednostkowym i społecznym, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa, 97–109.
- Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020, przyjęta przez Radę POT w dniu 2 grudnia 2011 r., [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl) [dostęp: 13.07.2015].
- Olearnik J., Pasek K. (2014) Innowacyjność w turystyce i jej oddziaływanie promocyjne, *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 46, 91–102.
- Orfin K., Sidorkiewicz M. (2014) Integrowanie rodziny jako czynnik kreowania produktu hotelarskiego, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa, 111–122.
- Partnerzy Karty Dużej Rodziny, [www.rodzina.gov.pl](http://www.rodzina.gov.pl) [dostęp: 14.07.2015].
- Pawłowska A. (2014) Questing jako innowacja w turystyce kulturowej, *Turystyka Kulturowa*, 1, 30–46.
- Plan działania na lata 2015–2016, przyjęty przez Radę POT w dniu 5 lutego 2015 r., [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl) [dostęp: 13.07.2015].
- Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji (2008) MNiSW, Departament Strategii i Rozwoju Nauki, Warszawa.
- Roman M. (2013) Teoria innowacji i jej zastosowanie w turystyce, [w:] Nuszkie-wicz K., Roman M. (red.), Innowacje w rozwoju turystyki, Zespół Szkół Centrum Kształce-nia Rolniczego, Gołdtkowo, 17–25.
- Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego i Rady, ocena końcowa wspólnego programu „Nowoczesne technologie w służbie osobom starszym”, COM(2013) 898 final.
- Sprawozdanie Komisji dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie realizacji, wyników i ogólnej oceny Europejskiego Roku Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej 2012, COM(2014) 562 final.
- Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.) (2014) Międzypokoleniowe aspekty turystyki, PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Uchwała nr 137 Rady Ministrów z 24 sierpnia 2012 r. w sprawie ustanowienia Rządowego Programu na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2012–2013, Mon. Pol. z 2012 r., poz. 642.
- Uchwała nr 237 Rady Ministrów z 24 grudnia 2013 r. w sprawie ustanowienia Rządowego Programu na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2014–2020, Mon. Pol. z 2014 r., poz. 52.
- Uchwała nr 238 Rady Ministrów z dnia 24 grudnia 2013 r. w sprawie przyjęcia dokumentu

- Założenia Długofalowej Polityki Senioralnej w Polsce na lata 2014–2020, Mon. Pol. z 2014 r., poz. 118.
- Ustawa z dnia 5 grudnia 2014 r. o Karcie Dużej Rodziny, Dz.U. z 2014 r., poz. 1863.
- Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej, Dz.U. z 1999 r. Nr 62, poz. 689 ze zm.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, tekst. jedn., Dz.U. z 2014 r., poz. 196 ze zm.
- Williams K.C., Page R.A. (2011) Marketing to the Generations, *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3, 1–17.
- Wniosek ustawodawczy z dnia 9 lipca 2013 r.: dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie imprez turystycznych i aranżowanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004, dyrektywę 2011/83/UE i uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EWG, COM(2013) 512 final.
- Zajadacz A. (2014) Pokolenia X, Y, Z a fenomen turystyki, [w:] Śledzińska J., Włodarczyk B. (red.), *Międzypokoleniowe aspekty turystyki*, PTTK „Kraj”, Warszawa, 57–63.

Praca wpłynęła do Redakcji: 15.07.2015  
Praca została przyjęta do druku: 28.08.2015

*Adres do korespondencji:*

Jerzy Gospodarek  
Zakład Prawa Gospodarczego  
Szkola Główna Handlowa  
ul. Madalińskiego 6/8  
02-513 Warszawa  
e-mail: jgospo@sgh.waw.pl