

**Prace Komisji Geografii Przemysłu  
Polskiego Towarzystwa Geograficznego**  
kwartalnik naukowy

**Studies of the Industrial Geography Commission  
of the Polish Geographical Society**  
a scientific quarterly

**PRZEMIANY PRZESTRZENI  
PRZEMYSŁOWYCH I USŁUGOWYCH**

pod redakcją

pod redakcją Wioletty Kilar i Agnieszki Brzosko-Sermak

**TRANSFORMATION  
OF INDUSTRIAL AND SERVICE SPACES**

edited by

edited by Wioletta Kilar and Agnieszka Brzosko-Sermak

DOI 10.24917/20801653.373

**37(3) • 2023**

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu  
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission  
Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie  
Pedagogical University of Krakow

**PRACE KOMISJI GEOGRAFII PRZEMYSŁU POLSKIEGO TOWARZYSTWA GEOGRAFICZNEGO**  
**STUDIES OF THE INDUSTRIAL GEOGRAPHY COMMISSION OF THE POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY**

37(3)

**Redaktor naczelny / Editor-in-chief:** Wioletta Kilar (p.o. Karolina Smętkiewicz)

**Zastępca redaktora naczelnego / Associate editor:** Sławomir Dorocki

**Honorowy Redaktor Naczelny / Honorary Editor:** Zbigniew Ziolo

**Redaktorzy tomu / Volume Editors:** Wioletta Kilar, Agnieszka Brzosko-Sermak

**Rada Redakcyjna / Editorial Board**

Felix Arion, György Csomós, Paweł Czapliński, Ben Derudder, Sławomir Dorocki, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana María Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał, Piotr Raźniak, Andrés Rodríguez-Pose, Eugeniusz Rydz, Tadeusz Stryjakiewicz, Yolanda Carbajal Suárez, Zdeněk Szczyrba, Anna Tobolska, Géza Tóth, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Natalia Zdanowska, Zbigniew Ziolo

**Lista recenzentów dostępna na stronie internetowej czasopisma / The list of reviewers is available on the journal's website.**

**Redaktor prowadzący z Wydawnictwa / Managing editor of the Publishing House:** Dariusz Pohl

**Redaktor językowy / Language editor:** Rokszana Blech

**Tłumaczenie i korekta w języku angielskim / Translation and proofreading of English texts:** Ecorrector

**Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version**

Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji / The primary version of the journal is the printed version

**Czasopismo jest indeksowane w bazach / Journal is abstracted and indexed in:**

BazEkon, BazHum, CEJSH (The Central European Journal of Social Sciences and Humanities), CEEOL (Central and Eastern European Online Library), DOAJ (Directory of Open Access Journals), ERIH PLUS (The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), IndexCopernicus, PBN – Polska Bibliografia Naukowa / Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa / Pedagogical Digital Library, POL-index, Web of Science Core Collection – Emerging Sources Citation Index (ESCI)

**Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do pełnych tekstów archiwalnych artykułów w wersji elektronicznej / Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers:** [www.prace-kgp.up.krakow.pl](http://www.prace-kgp.up.krakow.pl), ISSN (ON-LINE): 2449-903X

**Kontakt z redakcją / Journal contact**

Sekretarz Redakcji (Editorial Secretary): Karolina Smętkiewicz, Monika Nowiello

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 437

tel. (+48) 12 662 62 55, e-mail: [pracekgp@up.krakow.pl](mailto:pracekgp@up.krakow.pl)

ISSN 2080-1653

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2023

**Wydawca/Publisher**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Pedagogical University of Krakow

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie

e-mail: [wydawnictwo@up.krakow.pl](mailto:wydawnictwo@up.krakow.pl); <http://www.wydawnictwoup.pl>

**Współwydawca/Co-publisher**

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu

Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk / Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

## WPROWADZENIE

Układy przestrzenne w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej podlegają ciągłym przemianom. Dzieje się tak pod wpływem zmieniających się uwarunkowań, m.in. gospodarczych, społecznych, przyrodniczych, prawnych i przestrzennych, tworzących kompleks uwarunkowań wzajemnie zależnych. Oznacza to, że zmiany jednostkowych uwarunkowań mają często poważne konsekwencje, które stają się zaczynem kolejnych przemian.

Istotnym czynnikiem wpływającym na przemiany przestrzeni przemysłowych jest ewolucja układów gospodarczo-handlowych. Kraje należące do tego typu układów bardzo się zmieniają, co zostało omówione na przykładzie NAFTA – układu łączącego Stany Zjednoczone z Meksykiem oraz Kanadą. Zachodzące w obrębie NAFTA przekształcenia doprowadziły do zastąpienia tego układu nowym porozumieniem: układem o wolnym handlu (USMCA). Związane z tym działania, m.in. w obrębie gospodarki, w dużym stopniu wpłynęły na przemysł w każdym z państw członkowskich. Przeprowadzone badania wskazują, że wejście do NAFTA było znaczącym czynnikiem rozwojowym dla sektora motoryzacyjnego w Meksyku. Jego dynamiczny rozkwit wiązał się z przesunięciem produkcji na północ kraju, zmianą w strukturze produkcji oraz większą specjalizacją eksportową (M. Wójtowicz, M. Płonka).

W układach przestrzeni miejskiej zachodzą ważne przemiany, wynikające m.in. ze zmienności otoczenia, czego dowodzi przykład dziedzictwa przemysłowego Łodzi i istniejącego tam placu Zwycięstwa – miejsca silnie związanego z przemysłem bawełnianym, który umożliwił w XIX w. dynamiczny rozwój całego miasta. Jak wynika z przeprowadzonych badań, długa historia tego miejsca nie ma istotnego wpływu na budowanie jego współczesnej tożsamości terytorialnej (A. Kulawiak, K. Smętkiewicz).

Zmiany przestrzenne w obrębie miasta są także przedmiotem badań opisanych w kolejnym artykule. Autorki zawarły w nim obszerne studium miejsca konfliktu w przestrzeni publicznej na przykładzie placu Nowego w Krakowie. Jak zauważono, do konfliktów przestrzennych dochodzi w wyniku zachodzących zmian przeznaczenia lub dywersyfikacji funkcji przestrzeni publicznej (K. Żabińska, M. Noviello).

Problematyka miejska jest również podejmowana w artykule dotyczącym oceny liczby ludności średnich i małych miast Europy w ostatnim ćwierćwieczu XIX w. w pracach prof. Alexandra Georga Supana. Jak podkreślają autorzy, w ostatnim ćwierćwieczu XIX w.  $\frac{1}{10}$  miast europejskich stanowiły miasta małe, a ponad  $\frac{1}{5}$  zaliczono do miast średnich, które były typowe dla obszaru Austro-Węgier i Niemiec (V. Rudenko, V. Bilous).

Kwestia przemian przestrzeni usługowych została poruszona w artykule dotyczącym współczesnych kierunków rozwoju ośrodków narciarskich w Polsce. Przyjmując jako tło stan rozwoju infrastruktury narciarstwa zjazdowego w Polsce, autorka określiła kierunki rozwoju ośrodków narciarskich z perspektywy realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Takie ujęcie przemian przestrzeni usługowych jest szczególnie potrzebne, zważywszy

na przyszłe konsekwencje zmian klimatycznych, dynamiczne procesy demograficzne i konkurencję między miejscowościami turystycznymi (K. Krzesiwo).

Przedstawione wyniki prac badawczych odnoszą się do przemian zachodzących w przestrzeni przemysłowej i usługowej pod wpływem różnych czynników. Zachęcamy Czytelników i kolejnych Autorów do prezentacji wyników swoich badań w niniejszym czasopiśmie.

*Wioletta Kilar, Agnieszka Brzosko-Sermak*

## INTRODUCTION

Spatial arrangements on a local, regional, national and international scale are constantly changing under varying conditions. Although we distinguish various types of those factors, including economic, social, natural, legal, spatial and other aspects, they create a complex of mutually dependent conditions; it often happens that the modifications appearing in spatial systems stem from changes in singular conditions, which trigger further consequences.

An important factor influencing the transformation of industrial spaces may be the evolution of economic and trade systems. Countries belonging to such systems are changing rapidly. The transformations taking place in NAFTA, joining the United States with Mexico and Canada, led to the replacement of this free trade agreement with the USMCA. These actions, extremely important for the economy and other areas, strongly affected the industry in each Member State. Research indicates that entry into NAFTA was a significant development factor for the automotive sector in Mexico. Its dynamic development was associated with the transfer of production towards the north of the country, a change in the production structure and greater export specialisation (M. Wójtowicz, M. Płonka).

Significant changes are taking place in the layout of urban space, resulting from, among others, the variability of the environment. The extremely interesting issue of Łódź industrial heritage was illustrated in the example of plac Zwycięstwa in Łódź, a place strongly associated with the cotton industry which contributed to the dynamic development of the entire city in the 19th century. As research shows, long history does not have a significant impact on the creation of contemporary territorial identity (A. Kulawiak, K. Smętkiewicz).

Spatial changes in the city were also the subject of research carried out in another article, analysing the example of plac Nowy in Kraków as a place of conflict in the public space. As the authors emphasise, spatial conflicts occur because of changes in the purpose or diversification of the functions of public space (K. Żabińska, M. Noviello).

The issue of cities is also discussed by Prof. Alexander Georg Supan in the article on the assessment of the population of medium-sized and small European cities in the last quarter of the 19th century. It is worth noting that in the last quarter of the 19th century,  $1/10$  of European cities were small towns and over  $1/5$  were classified as medium-sized, most typical for the areas of Austria-Hungary and Germany (V. Rudenko, V. Bilous).

The issue of transforming service spaces was discussed in the article on contemporary directions of development of ski resorts in Poland. With the background of the state of development of downhill skiing infrastructure in Poland, the author determined the goals towards which ski resorts reach nowadays from the point of view of ensuring the implementation of sustainable development goals. This approach to the transformation of service spaces is particularly important if future consequences of climate change,

---

dynamic demographic processes and competition between tourist destinations are considered (K. Krzesiwo).

The presented study results refer to the changes taking place in the industrial and service spaces under the influence of various factors. We encourage readers and other authors to present their research in this journal.

*Wioletta Kilar, Agnieszka Brzosko-Sermak*

MIROŚLAW WÓJTOWICZ

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska / Pedagogical University of Krakow, Poland

MATEUSZ PŁONKA

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska / Pedagogical University of Krakow, Poland

## Od NAFTA do USMCA: ewolucja regionalnej integracji gospodarczej a rozwój meksykańskiego przemysłu samochodowego

### From NAFTA to USMCA: the evolution of regional economic integration and the development of the Mexican automotive industry

**Streszczenie:** Celem artykułu jest zbadanie rozwoju meksykańskiego przemysłu samochodowego po przystąpieniu tego kraju do NAFTA. Szczegółowe cele badawcze zmierzają do ustalenia, jak zmieniły się wielkość i struktura produkcji Meksyku, a także jaka jej część trafiała na eksport, przede wszystkim do pozostałych członków NAFTA. Określono, w jaki sposób rozwój produkcji przemysłu samochodowego wpłynął na wzrost inwestycji zagranicznych oraz pojawienie się nowych koncernów chcących wejść na rynek państw NAFTA. Przeanalizowano również zmiany w rozmieszczeniu przemysłu samochodowego, wykazując, że rosnąca współpraca w ramach NAFTA wpłynęła na jego przesunięcie w kierunku granicy z USA. Ponadto starano się ustalić, jakie skutki dla sektora motoryzacyjnego wywołały ewolucja NAFTA i powołanie USMCA. W badaniach wykorzystano dane z lat 1990–2022, które pochodziły z oficjalnych źródeł dokumentujących działalność tego sektora oraz ze spisów ekonomicznych. Przeprowadzona analiza wskazuje, że wejście do NAFTA było znaczącym czynnikiem rozwojowym dla sektora motoryzacyjnego w Meksyku. Jego dynamiczny rozkwit wiązał się z przesunięciem produkcji na północ, zmianą w strukturze produkcji oraz większą specjalizacją eksportową. Sukcesy tego sektora były jednym z impulsów do renegocjacji podpisanych porozumień i powstania USMCA, które w zamyśle miało spowolnić i ograniczyć rozwój tego sektora w Meksyku. Ostateczne skutki funkcjonowania USMCA wciąż trudno ocenić, gdyż jego wprowadzenie zbiegło się z pandemią COVID-19, co bardzo negatywnie wpłynęło na funkcjonowanie całego sektora. W tej sytuacji rekomenduje się przeprowadzenie dalszych badań, które pozwoliłyby z dłuższej perspektywy ustalić zmiany wynikające z nowych realiów funkcjonowania USMCA oraz zmiany będące skutkiem pandemii COVID-19.

**Abstract:** The aim of this article is to examine the development of the Mexican automotive industry after the country's accession to NAFTA. Specifically, it aims to establish how the volume and structure of production changed, along with the proportion of production that was exported, particularly to other NAFTA members. It also examines how the development of the automotive industry has influenced the growth of foreign investment and the emergence in Mexico of new concerns wishing to enter the NAFTA market. It analyses changes in the distribution of the automotive industry, showing that increasing cooperation within NAFTA has influenced it to shift closer to the US border. It also seeks to establish the effects of the evolution of NAFTA and the establishment of USMCA on the automotive sector. The research uses official data from 1990 to 2022 documenting the sector's activities, and economic censuses. The results show that entry into NAFTA was a major developmental

boost for the automotive sector in Mexico. Its rapid growth was associated with a shift of production to the north, a change in production structure and greater export specialisation. The success of this sector was one of the impulses for the renegotiation of the signed agreements and the creation of USMCA, which was intended to slow down and limit the development of the sector in Mexico. The full impact of USMCA is difficult to assess as its introduction coincided with the COVID-19 pandemic, which had a strongly negative impact on the functioning of the sector. It is therefore recommended that further research be conducted to determine, from a longer-term perspective, which changes are due to the new realities of USMCA and which are the effects of the pandemic.

**Słowa kluczowe:** Meksyk; przemysł samochodowy; lokalizacja przemysłu; NAFTA; USMCA

**Keywords:** Mexico; automotive industry; industrial location; NAFTA; USMCA

**Otrzymano:** 30 maja 2023

**Received:** 30 May 2023

**Zaakceptowano:** 14 lipca 2023

**Accepted:** 14 July 2023

**Sugerowana cytacja / Suggested citation:**

Wójtowicz, M., Płonka, M. (2023). Od NAFTA do USMCA: ewolucja regionalnej integracji gospodarczej a rozwój meksykańskiego przemysłu samochodowego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 37(3), 7–28. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.3731>

## WSTĘP

Przełom lat 80. i 90. XX w. wiąże się w światowej gospodarce z ogłoszeniem tzw. konsensusu waszyngtońskiego, którego głównymi postulatami były: przyspieszenie liberalizacji, deregulacji i prywatyzacji gospodarki, a także znoszenie barier w handlu międzynarodowym. Jednym z efektów przyjęcia konsensusu było zwiększenie ekspansji największych koncernów motoryzacyjnych na rynki krajów rozwijających się, czego przykładem stanowi sektor motoryzacyjny w Meksyku. Kraj ten już w latach 70. XX w. zaczął odchodzić od protekcyjnego modelu rozwoju (zwanego industrializacją poprzez substytucję importu) na rzecz większej otwartości na inwestycje zagraniczne. Miało to pobudzić zaniechaną dotąd produkcję eksportową kraju w kontekście spadku chłonności miejscowego rynku motoryzacyjnego. Ze względu na położenie geograficzne Meksyku główny impuls inwestycyjny pochodził z USA. Trzy najważniejsze amerykańskie koncerny motoryzacyjne wobec rosnącej konkurencji, głównie ze strony japońskich rywali, zaczęły przenosić produkcję części, podzespołów i gotowych pojazdów do Meksyku. W ten sposób niższe koszty produkcji pozwalały utrzymać cenową konkurencyjność pojazdów. Najlepszym przykładem owej współpracy był program Maquiladora, polegający na tworzeniu zakładów przemysłu pracochłonnego nastawionych głównie na produkcję eksportową do USA. Fabryki lokalizowano na obszarach sąsiadujących ze Stanami Zjednoczonymi. Wysoka opłacalność tych inwestycji dla kapitału amerykańskiego wynikała, poza wspomnianą już bliskością geograficzną, ze znaczącej różnicy w kosztach siły roboczej między USA a Meksykiem oraz z korzystnych regulacji prawnych wprowadzonych przez władze meksykańskie (Lissowski, 1996; Carrillo, 2004; Moreno-Brid i in., 2005; Łasak, 2013; Wójtowicz, 2017).

Prawdziwy przełom w relacjach gospodarczych USA i Meksyku nastąpił wraz z podpisaniem Północnoamerykańskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (North American Free Trade Agreement – NAFTA) w 1992 r. Wraz z Kanadą kraje te postanowiły utworzyć północnoamerykańską strefę wolnego handlu, w której ramach znacząco ułatwiono przepływ towarów. Umowa weszła w życie 1 stycznia 1994 r., co miało fundamentalne



znaczenie dla dalszego rozwoju meksykańskiego sektora motoryzacyjnego w dwóch zasadniczych obszarach. Pierwszym z nich było ułatwienie dostępu do rynku meksykańskiego dla kapitału amerykańskiego, który mógł w swobodny sposób korzystać z taniej siły roboczej. Drugi obszar wiązał się z napływem inwestycji koncernów motoryzacyjnych z krajów Azji i Europy, które dzięki produkcji swoich wyrobów na terenie Meksyku zyskały łatwiejszy dostęp do rynku USA. Obie te kwestie sprawiły, że Meksyk stał się w kolejnych latach tzw. platformą eksportową na chłonny rynek amerykański. Jednocześnie produkcja na rynek krajowy zaczęła odgrywać znacznie mniejszą rolę (Liberska, 1999; Moreno-Brid i in., 2005; Covarrubias, 2020).

Porozumienie NAFTA miało zarówno zwolenników, jak i przeciwników we wszystkich trzech krajach członkowskich. Kluczowym momentem dla przyszłości NAFTA okazała się wygrana Donalda Trumpa w wyborach prezydenckich w USA w 2016 r. W opinii nowo wybranego prezydenta dotychczasowa forma porozumienia była niekorzystna dla gospodarki amerykańskiej, co miało wiązać się ze znaczącym deficytem w bilansie handlowym USA z Meksykiem. Stanowisko administracji prezydenta wymusiło podjęcie rozmów między państwami członkowskim na temat dalszej współpracy gospodarczej w regionie. Ich skutkiem była decyzja o zastąpieniu NAFTA nową umową. Porozumienie USMCA (United States – Mexico – Canada Agreement) weszło w życie 1 lipca 2020 r. Główne zmiany w kontekście meksykańskiego przemysłu motoryzacyjnego sprowadzały się do znaczącego podniesienia reguły pochodzenia, czyli stopnia zawartości komponentów składowych pojazdu wyprodukowanego w obszarze północnoamerykańskiej strefy wolnego handlu w gotowym produkcie – tak by mógł on spełniać wymogi w ramach strefy wolnego handlu. Dodatkowo nowe porozumienie wymuszało większą skrupulatność w przestrzeganiu międzynarodowych umów dotyczących praw pracowniczych, a także wprowadzało wymóg, zgodnie z którym minimum 40% pracy powinno być wykonane przez pracowników zarabiających co najmniej 16 USD na godzinę (Shaiken, 2001; Kaliszuk, 2017; Ludwikowski, 2019; Covarrubias, 2020).

Celem niniejszego artykułu jest określenie, jaki wpływ na rozwój i funkcjonowanie meksykańskiego sektora motoryzacyjnego miało członkostwo w ramach regionalnej współpracy gospodarczej – początkowo w NAFTA, a następnie w USMCA. Zasadne stają się pytania o korzyści, jakie uzyskał Meksyk w ramach tej współpracy, a także ocena tego, na ile rekompensowały one poniesione koszty. Aby to sprawdzić, zbadano, jak zmieniały się wielkość i struktura produkcji oraz eksportu przemysłu samochodowego. Równie istotne jest rozpatrzenie aspektu geograficznego polegającego na zmianach przestrzennych w kontekście lokalizacji głównych ośrodków produkcyjnych na obszarze Meksyku. Należało więc zbadać, czy owe przemiany zaszły, a jeśli tak, to w jakim stopniu były spowodowane członkostwem w NAFTA – dlatego też zainteresowanie autorów skupiło się na zmianach rozmieszczenia przemysłu samochodowego w układzie poszczególnych stanów po przystąpieniu Meksyku do NAFTA. Ważnym zagadnieniem w kontekście postawionego celu badawczego jest także określenie, w jakim stopniu nowe inwestycje w meksykańskim sektorze motoryzacyjnym przyczyniły się do wzrostu produkcji i eksportu, a także czy wpłynęły one na zmianę struktury produkcji głównych koncernów. Mimo krótkiego okresu funkcjonowania nowej umowy w ramach USMCA starano się również ustalić, czy możliwe jest rozpoznanie ich skutków dla sektora motoryzacyjnego. Umowa nakładała bowiem ograniczenia na rozwój tego sektora w Meksyku, co miało spowolnić lub ograniczyć odpływ produkcji motoryzacyjnej z USA i Kanady. Do badań wykorzystano dane z lat 1990–2022, jednak w części szczegółowych analiz uwzględniono

krótsze okresy badawcze z powodu niedostępności materiałów. Dane statystyczne pochodziły z zasobów *Instituto Nacional de Estadística y Geografía* (INEGI), publikacji rządu meksykańskiego oraz Meksykańskiego Stowarzyszenia Przemysłu Samochodowego (La Asociación Mexicana de la Industria Automotriz – AMIA).

## ZMIANY WIELKOŚCI I STRUKTURY PRODUKCJI PRZEMYSŁU SAMOCHODOWEGO

W latach 1990–2022 produkcja samochodów w Meksyku wykazywała generalnie tendencję wzrostową. Na początku badanego okresu wynosiła ona ok. 0,8 mln sztuk, z kolei w ostatnim analizowanym roku przekroczyła 3,5 mln, co wskazuje na ponad czterokrotny wzrost. Rozwój produkcji motoryzacyjnej nie przebiegał jednak bez zawirowań – występowały wyraźne cykle jej wzrostów i spadków. W latach 1990–1994 liczba produkowanych pojazdów corocznie wzrastała, osiągając poziom o 36,2% wyższy niż na początku badanego okresu. W 1995 r. doszło do wyraźnego spadku produkcji względem lat poprzednich (rycina 1). Miało to związek z poważnym kryzysem walutowym, nazwanym też kryzysem tequili. Dotknął on meksykańską gospodarkę w grudniu 1994 r., a związane z nim załamanie gospodarcze było widoczne w 1995 r. Na szczęście było ono stosunkowo krótkotrwałe (Liberska, 1999a).

Kolejne lata przyniosły ponowny trend wzrostowy w produkcji motoryzacyjnej – w 2000 r. na było to ponad 1,9 mln wyprodukowanych pojazdów, co stanowiło ponad dwukrotny wzrost w stosunku do 1990 r. Aż do roku 2004 obserwowano fazę spadku produkcji, której przyczyn należy upatrywać w spadku popytu na światowych rynkach (rycina 1). Załamanie to było związane z tzw. kryzysem azjatyckim, który wybuchł w 1997 r. w państwach rozwijających się Azji Południowo-Wschodniej („azjatyckich tygrysach”), a następnie przeniósł się na inne kraje, w tym na duże gospodarki Ameryki Łacińskiej, takie jak Argentyna, Brazylia i Meksyk (Liberska, 1999b; Puszer, 2000; Żuławska, 2003).

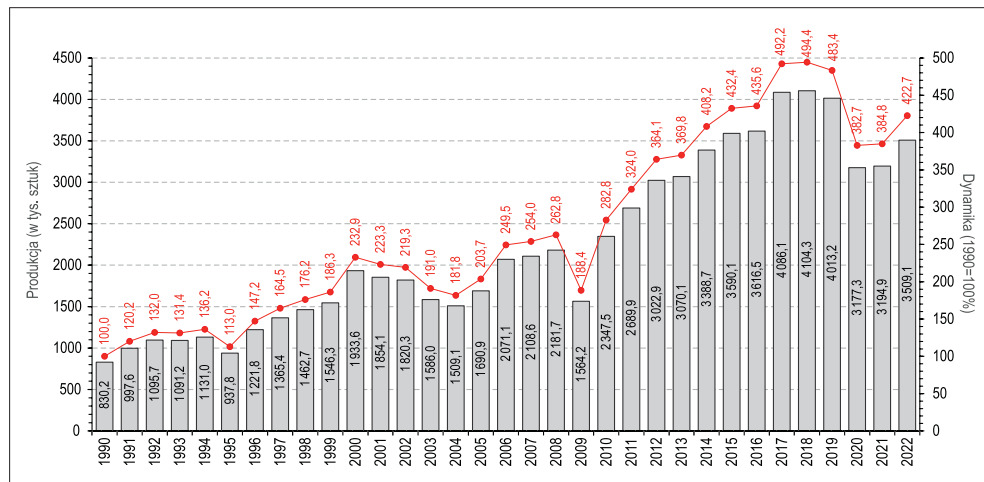
Po zakończeniu kryzysu w latach 2005–2008 nastąpił kolejny wzrost produkcji. Jednak w 2009 r. doszło do kolejnego załamania w meksykańskim sektorze motoryzacyjnym. Wielkość produkcji zmalała o ponad 28% w porównaniu z 2008 r., co było największym spadkiem liczbowym w ujęciu rok do roku w analizowanym okresie (rycina 1). Przyczyną był światowy kryzys finansowy z lat 2007–2009, który bardzo silnie uderzył w kluczową dla meksykańskiego eksportu gospodarkę USA. Dotyczyło to w szczególności trzech głównych amerykańskich koncernów motoryzacyjnych, w których ratowanie silnie zaangażowały się władze USA (Liberska, 2010; Wójtowicz, 2011).

Pomimo znacznego spadku produkcji w 2009 r. światowy kryzys finansowy okazał się ogromną szansą dla meksykańskiego sektora motoryzacyjnego, który zaczął się dynamicznie rozwijać w kolejnych latach. Świadczy o tym widoczny trend wzrostowy w liczbie produkowanych pojazdów, której szczytowy poziom przypadł na rok 2018. W Meksyku wyprodukowano wówczas 4,1 mln pojazdów, co stanowiło prawie pięciokrotny wzrost względem roku 1990 (rycina 1). Okres ten w literaturze tematu nazwany został boorem meksykańskiego przemysłu motoryzacyjnego. Przyczyn opisywanego wzrostu można upatrywać w następstwach kryzysu ekonomicznego dla amerykańskiego sektora motoryzacyjnego. W efekcie na atrakcyjności zyskał Meksyk, który już wcześniej był bardziej konkurencyjny pod względem kosztów pracy, a jednocześnie, dzięki

przynależności do NAFTA, produkty wyprodukowane na obszarze tego kraju miały łatwy dostęp do rynku amerykańskiego (Wójtowicz, 2015; Covarrubias, 2020).

Po szczytowym okresie nastąpił poważny spadek produkcji między 2019 a 2020 r., gdy liczba wyprodukowanych samochodów w ujęciu rok do roku zmalała o ponad 20%. Spadek ten był w największym stopniu powiązany z kryzysem ekonomicznym wywołanym światową pandemią COVID-19, a w szczególności zerwaniem łańcuchów dostaw części i podzespołów z Azji. Kolejne lata wykazują jednak stopniowy trend wzrostowy – w 2022 r. produkcja była o 10,4% wyższa niż w 2020 r. (rycina 1).

Rycina 1. Zmiany wielkości produkcji samochodów w Meksyku w latach 1990–2022

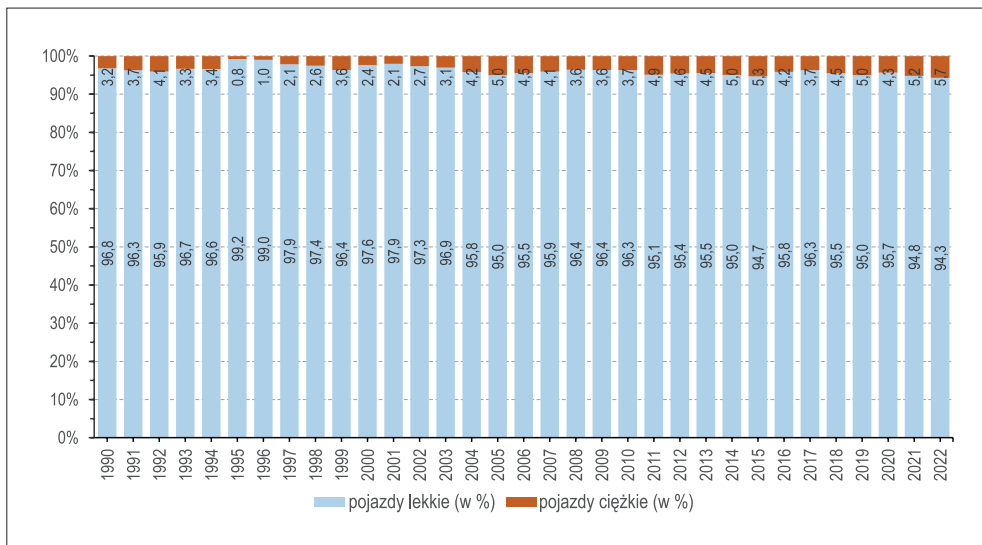


Źródło: opracowanie własne na podstawie: INEGI, 2023; *Estudio sobre el potencial de mercado de vehículos comerciales y pesados y, su relación con la estructura económica mexicana*, 2017

Produkcję samochodów w Meksyku dzieli się na dwie podstawowe kategorie. Pierwszą z nich tworzą pojazdy lekkie, do których zalicza się samochody osobowe i lekkie ciężarówki. Drugą grupę stanowią pojazdy ciężkie, w których skład wchodzi ciężkie ciężarówki, autobusy, ciągniki siodłowe oraz ciągniki rolnicze. W ujęciu liczbowym w latach 1990–2022 produkcja pojazdów ciężkich miała marginalne znaczenie dla meksykańskiego sektora motoryzacyjnego (od 0,8% w 1995 r. do 5,7% w 2022 r.) w porównaniu ze zdecydowanie dominującą produkcją pojazdów lekkich. Niemniej w omawianym okresie widoczny był wyraźny wzrost udziału pojazdów ciężkich, co wskazuje na ich rosnące znaczenie dla meksykańskiego sektora motoryzacyjnego (rycina 2).

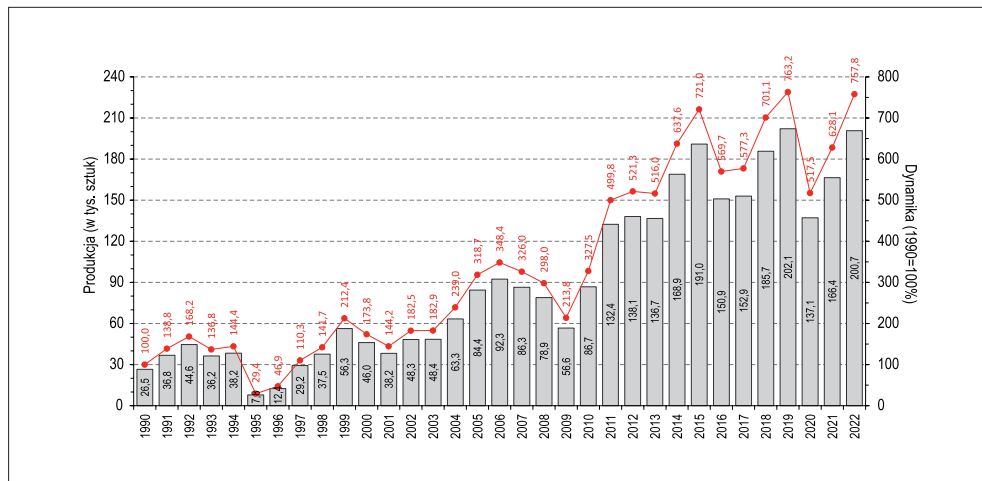
Produkcja pojazdów ciężkich wzrosła z 26,5 tys. sztuk w 1990 r. do 200,7 tys. sztuk w 2022 r. – czyli ponad 7,5-krotnie. W szczytowym 2019 r. produkcja ta wyniosła 202,1 tys. Szczególnie duży spadek został odnotowany w okresie meksykańskiego kryzysu finansowego. W 1995 r. wielkość produkcji stanowiła 29,4% produkcji z roku 1990, a rok później – niecałe 47%. Był to jedyny przypadek tak głębokiego załamania. W pozostałych latach wielkość produkcji, nawet jeżeli ulegała spadkowi, nigdy nie przekroczyła poziomu z roku początkowego i charakteryzowała się podobnym rozłożeniem okresów spadkowych jak w przypadku produkcji ogólnej. Jedyny wyjątek stanowią lata 2016–2017, gdy doszło do wyraźnego spadku produkcji pojazdów ciężkich (rycina 3).

Rycina 2. Struktura produkcji pojazdów samochodowych w Meksyku w latach 1990–2022



Źródło: opracowanie własne na podstawie: INEGI, 2023; *Estudio sobre el potencial de mercado de vehículos comerciales y pesados y, su relación con la estructura económica mexicana*, 2017

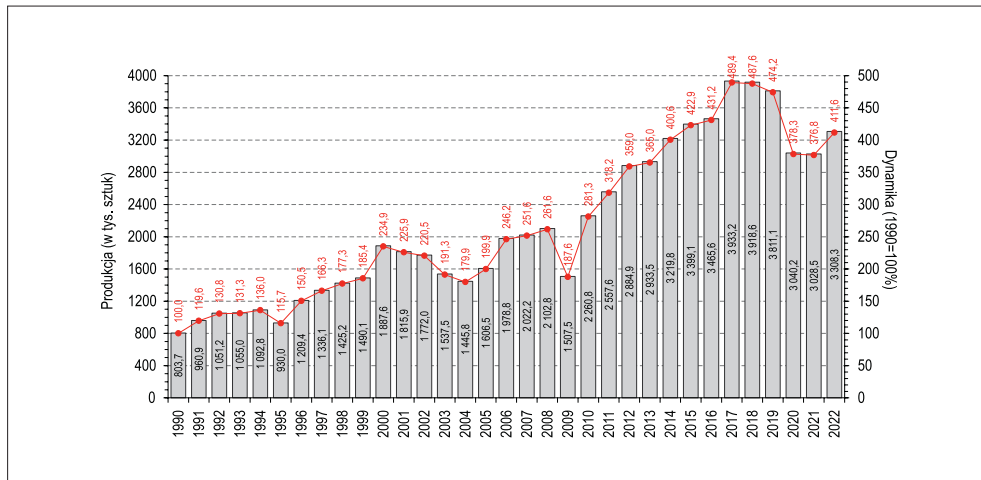
Rycina 3. Zmiany wielkości produkcji pojazdów ciężkich w Meksyku w latach 1990–2022



Źródło: opracowanie własne na podstawie: INEGI, 2023; *Estudio sobre el potencial de mercado de vehículos comerciales y pesados y, su relación con la estructura económica mexicana*, 2017

Przebieg zmian produkcji pojazdów lekkich w analizowanym okresie był niemal analogiczny do przebiegu zmian w ogólnej produkcji. W 1990 r. liczba wyprodukowanych pojazdów lekkich wyniosła 0,8 mln. W roku 2022 było to już 3,3 mln, co oznacza ponad czterokrotny wzrost. Najwyższa liczba wyprodukowanych pojazdów lekkich przypadła na rok 2017 – 3,9 mln sztuk, co stanowiło prawie pięciokrotność produkcji z 1990 r. (rycina 4).

Rycina 4. Zmiany wielkości produkcji pojazdów lekkich w Meksyku w latach 1990–2022



Źródło: opracowanie własne na podstawie: INEGI, 2023; *Estudio sobre el potencial de mercado de vehículos comerciales y pesados y, su relación con la estructura económica mexicana*, 2017

Produkcja pojazdów lekkich w meksykańskim sektorze motoryzacyjnym obejmuje dwie kategorie pojazdów: samochody osobowe i lekkie ciężarówki. Do samochodów osobowych zalicza się samochody kompaktowe (ang. *compact cars*), samochody subkompaktowe (ang. *subcompact cars*) oraz samochody luksusowe. Z kolei w kategorii lekkich ciężarówek znajdują się: minivany, samochody typu SUV (ang. *Sport Utility Vehicle*) i pick-upy ([www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)).

W 1990 r. łączna produkcja samochodów osobowych wyniosła ok. 0,6 mln sztuk i odpowiadała za nią pięć koncernów samochodowych. Była to tzw. wielka trójka z Detroit (General Motors, Ford, Chrysler), której łączny udział wyniósł 53%. Za 30% produkcji odpowiadał niemiecki koncern Volkswagen, a za 16% – japoński Nissan. W kolejnych latach zaznaczył się trend wzrostowy w produkcji samochodów osobowych. Najważniejszą rolę wciąż odgrywało pięć wspomnianych koncernów, jednak na meksykańskim rynku zaczęli pojawiać się nowi producenci, choć ich udział w produkcji całkowitej sektora motoryzacyjnego pozostał marginalny. Proces różnicowania się produkcji przybrał na sile w okresie tzw. boomu meksykańskiego przemysłu motoryzacyjnego. W 2015 r. udział koncernów amerykańskich w produkcji samochodów osobowych w Meksyku w przypadku Forda wyniósł 22%, a w przypadku General Motors – zaledwie 6%. Chrysler po fuzji z Fiatem w 2014 r. utworzył nowy koncern – Fiat Chrysler Automobiles (w Meksyku pod szyldem marki Fiat produkowano samochody osobowe, a pod szyldem Chrysler – lekkie ciężarówki; tabele 1 i 2).

W 2015 r. liderem produkcji samochodów osobowych pozostawał Nissan z udziałem wynoszącym 33,6%. Wysunął się na pierwsze miejsce w 2005 r., osiągając 29,1% udziału i wyprzedzając Volkswagena, którego udział wyniósł 28,5%. Warto podkreślić, że Nissan w latach 1999–1995 plasował się poza pierwszą trójką producentów samochodów osobowych, a wzrost jego znaczenia w segmencie produkcji motoryzacyjnej jest widoczny dopiero od 2000 r., co wynikało głównie z ograniczenia produkcji tego typu pojazdów przez koncerny Ford i General Motors. W przypadku tego drugiego wiązało się to głównie z rosnącą specjalizacją w produkcji lekkich ciężarówek, w których produkcji od 2000 r. najwyższy udział notuje się w Meksyku (tabele 1 i 2).

W czołówce producentów samochodów osobowych w Meksyku znajduje się jeden koncern europejski – wspomniany wcześniej Volkswagen. W latach 1990 i 1995 plasował się on na pierwszym i drugim miejscu, z udziałem wynoszącym odpowiednio 30,6% i 27,0%. W 2000 r. znów wysunął się na miejsce pierwsze, wytwarzając 1/3 samochodów osobowych w Meksyku. W kolejnych latach jego udział zaczął się zmniejszać, głównie ze sprawą wzrostu produkcji w tym segmencie Nissana (tabela 1).

W latach 2010–2020 coraz większe znaczenie zaczęły odgrywać nowe koncerny samochodowe, których łączny udział w produkcji samochodów osobowych w 2015 r. wyniósł 14,6%. W grupie tej znalazły się koncerny japońskie: Mazda, Honda i Toyota, notujące odpowiednio: 9,4%, 2,3% i 1,2% udziałów, a także włoski Fiat z udziałem 1,7%. W 2020 r. liczba wyprodukowanych samochodów osobowych wyniosła niespełna 1 mln sztuk i była o 50,4% niższa od wielkości notowanej w 2015 r. (1,9 mln). Należy jednak zaznaczyć, że rok 2020 był szczególnie ze względu na problemy gospodarcze związane z pandemią COVID-19 (Garcia, Moctezuma, 2020; Izquierdo, 2021). Mimo spadku produkcji nastąpił wzrost liczby koncernów działających w Meksyku. Pozycję lidera utrzymał Nissan (33,5%). Drugie miejsce zajął koncern KIA (21,4%), a na kolejnych pozycjach znalazły się: Volkswagen (15,2%), Ford (11,6%), BMW (5,8%), Mazda (4,6%), General Motors (3,7%), Honda (3,6%) i Toyota (0,7%). Odnotowano również niewielką produkcję chińskiego koncernu JAC, którego udział wyniósł 0,03%. Warto również odnotować, że w 2020 r. udział pięciu głównych koncernów samochodowych, które w 1990 r. dominowały na meksykańskim rynku, obniżył się do 63,9% w 2020 r. (tabela 1).

W przypadku lekkich ciężarówek produkcja w 1990 r. wyniosła 371,6 tys. sztuk i była o 37,9% niższa niż w przypadku samochodów osobowych. Podobnie jak w przypadku samochodów osobowych była zdominowana przez pięć koncernów, z których najważniejszą rolę odgrywały Volkswagen (36,2%) oraz Nissan (23,1%). Koncerny amerykańskie łącznie odpowiadały za 41% produkcji, co stanowiło znacząco niższy udział niż w przypadku samochodów osobowych. Kolejne lata przyniosły generalny trend wzrostowy w produkcji pojazdów z kategorii lekkich ciężarówek – jedyny wyjątek stanowił rok 1995, który był jednak rokiem kryzysowym dla gospodarki meksykańskiej (tabela 2).

W analizowanym okresie można wyróżnić dwa istotne trendy. Pierwszy z nich to uwzględnienie nowych firm produkujących lekkie ciężarówki (Honda i Toyota w 2010 r.). Drugim trendem jest znaczący spadek udziału dwóch kluczowych producentów z 1990 r. – Forda i Volkswagena – z jednoczesnym umocnieniem pozycji General Motors. Koncern ten w 2000 r. wysunął się na czoło w produkcji lekkich ciężarówek w Meksyku, który wytworzył 41,9% produkcji i utrzymał pozycję lidera aż do 2020 r., kiedy, pomimo kryzysowej sytuacji, wyprodukował 33,4% z ponad 2 mln tego typu pojazdów (tabela 2).

W 2020 r. łączna wielkość produkcji, jak już wspomniano, przekroczyła 2 mln sztuk. Doszło wówczas do znacznej dywersyfikacji produkcji w związku z pojawieniem się nowych koncernów. Jednak w przeciwieństwie do segmentu samochodów osobowych dominującą rolę w segmencie lekkich ciężarówek odgrywały dwa amerykańskie koncerny motoryzacyjne: General Motors oraz Chrysler, których udziały wyniosły odpowiednio 33,4% i 21,3% ogólnej produkcji. Po uwzględnieniu produkcji koncernu Ford (1,1%) łączny udział trzech głównych koncernów amerykańskich w Meksyku wyniósł 55,8%. Oznacza to wzrost o 15 punktów procentowych względem roku 1990. Wśród innych producentów odgrywających istotną rolę w tym segmencie produkcji znaleźli się: Nissan (9,5%), Toyota (7,9%), Volkswagen (7,3%), Audi (6%), Mazda (4,5%), Honda (4,5%) i Mercedes Benz

Tabela 1. Zmiany udziału głównych koncernów samochodowych w produkcji samochodowych w Meksyku w latach 1990–2020

Koncerny	Lata													
	1990		1995		2000		2005		2010		2015		2020	
	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%
Volkswagen	182,9	30,6	188,5	27,0	425,7	33,3	300,4	28,5	434,7	29,6	457,5	23,5	146,7	15,2
Ford Motor	134,6	22,5	207,0	29,6	193,2	15,1	95,4	9,1	389,7	26,5	433,7	22,2	112,3	11,6
Chrysler	108,4	18,1	80,1	11,5	182,8	14,3	157,5	15,0	11,3	0,8	0	0,0	0	0,0
Nissan	98,5	16,5	82,7	11,8	269,5	21,1	306,7	29,1	456,2	31,1	655,7	33,6	323,9	33,5
General Motors	73,8	12,3	139,7	20,0	187,5	14,7	155,7	14,8	177,0	12,1	121,1	6,2	35,6	3,7
BMW	0	0,0	0,2	0,04	1,6	0,12	0	0,0	0	0,0	0	0,0	55,8	5,8
Honda	0	0,0	0,1	0,02	18,8	1,5	23,5	2,2	0	0,0	44,6	2,3	34,7	3,6
JAC	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,3	0,03
KIA	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	206,8	21,4
Mazda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	182,4	9,4	44,8	4,6
Toyota	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	22,5	1,2	6,6	0,7
Renault	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13,5	1,3	2	0,0	0	0,0	0	0,0
Mercedes Benz	0	0,0	0,8	0,12	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Fiat	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	33,5	1,7	0	0,0
RAZEM	598,1	100,0	699,3	100,0	1 279,1	100,0	1 052,8	100,0	1 469,0	100,0	1 951,1	100,0	967,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych INEGI, 2023

Tabela 2. Zmiany udziału głównych koncernów samochodowych w produkcji lekkich ciężarówek w Meksyku w latach 1990–2020

Koncerny	Lata													
	1990		1995		2000		2005		2010		2015		2020	
	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%	tys. sztuk	%
Volkswagen	134,4	36,2	2,9	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	152,2	7,3
Nissan	85,6	23,1	24,1	10,5	44,0	7,2	42,4	7,7	51,4	6,5	152,8	10,7	197,8	9,5
Chrysler	72,8	19,6	125,2	54,5	221,8	36,5	186,3	33,8	246,1	31,0	470,1	32,9	442,1	21,3
Ford Motor	46,0	12,4	19,8	8,6	87,4	14,4	52,2	9,5	3,9	0,5	0	0,0	23,7	1,1
General Motors	32,8	8,8	57,7	25,1	255,3	41,9	270,0	49,0	382,3	48,2	569,3	39,8	693,2	33,4
Audi	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	123,9	6,0
Honda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	55,0	6,9	159,1	11,1	93,8	4,5
JAC	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3,5	0,2
Mazda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	94,1	4,5
Mercedes Benz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	85,4	4,1
Toyota	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	54,3	6,8	78,4	5,5	162,8	7,9
RAZEM	371,6	100,0	229,6	100,0	608,5	100,0	550,9	100,0	793,0	100,0	1 429,7	100,0	2 072,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych INEGI, 2023



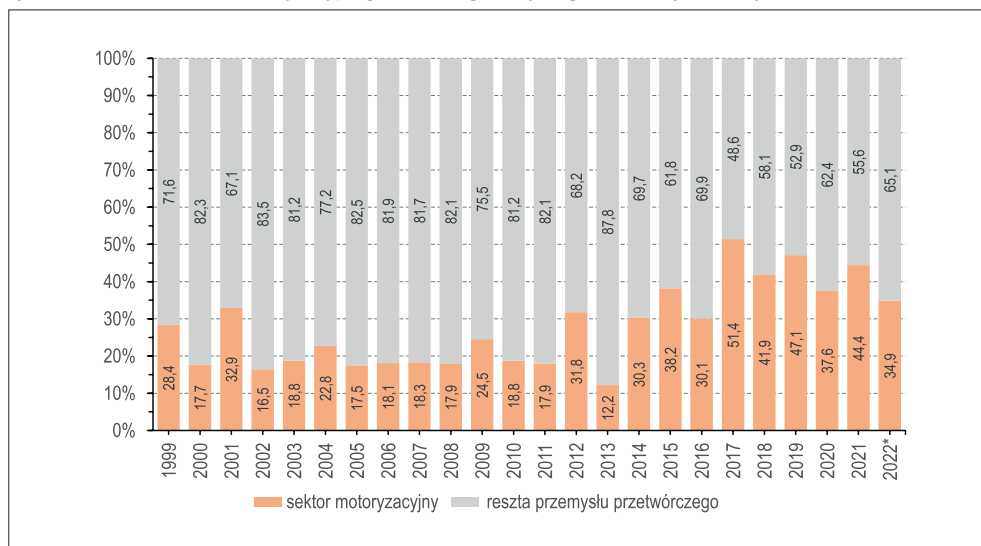
(4,1%). Również w tym segmencie odnotowano nieznaczny udział chińskiego koncernu JAC (0,17%). Warto zaznaczyć, że w roku 2020, w porównaniu z rokiem 1990, udział obecnych na rynku koncernów obniżył się do 72,8%, co oznacza, że spadek był tu znacznie mniejszy niż w przypadku samochodów osobowych (tabele 1 i 2).

### NAPŁYW NOWYCH INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH W PRZEMYSŁE MOTORYZACYJNYM

Wraz z wejściem w życie umowy NAFTA meksykańska gospodarka otworzyła się na napływ kapitału inwestycyjnego, głównie z krajów zrzeszonych w ramach północnoamerykańskiej strefy wolnego handlu. W roku 1993 wartość bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Meksyku wyniosła 4,4 mld USD. W 1994 r. było to już 10,9 mld USD. Oznacza to ponad dwukrotny wzrost wartości już w pierwszym roku funkcjonowania porozumienia (Liberska, 1999, 2010).

Napływ kapitału inwestycyjnego w znacznym stopniu dotyczył produkcji w ramach sektora motoryzacyjnego, który jeszcze przed powstaniem NAFTA był oparty przede wszystkim na zagranicznych koncernach prowadzących swoją działalność na obszarze Meksyku (Wójtowicz, 2017). Na podstawie danych z lat 1999–2022 można zauważyć znaczące zróżnicowanie udziału sektora motoryzacyjnego w ogólnej wartości BIZ w meksykańskim przemyśle przetwórczym w poszczególnych latach. Najniższy udział w analizowanym okresie odnotowano w 2013 r. – wyniósł on 12,2%. Z kolei w 2017 r. do sektora motoryzacyjnego trafiło aż 51,4% ogółu bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) w przemyśle przetwórczym. Szczególnie duże znaczenie sektora motoryzacyjnego w absorbowaniu BIZ kierowanych do przemysłu przetwórczego można zaobserwować w latach 2014–2022, gdy sektor ten przyjmował rocznie ponad 30% ich ogólnej wartości trafiającej do sektora wytwórczego (rycina 5).

Rycina 5. Udział sektora motoryzacyjnego w BIZ w przemyśle przetwórczym Meksyku w latach 1999–2022



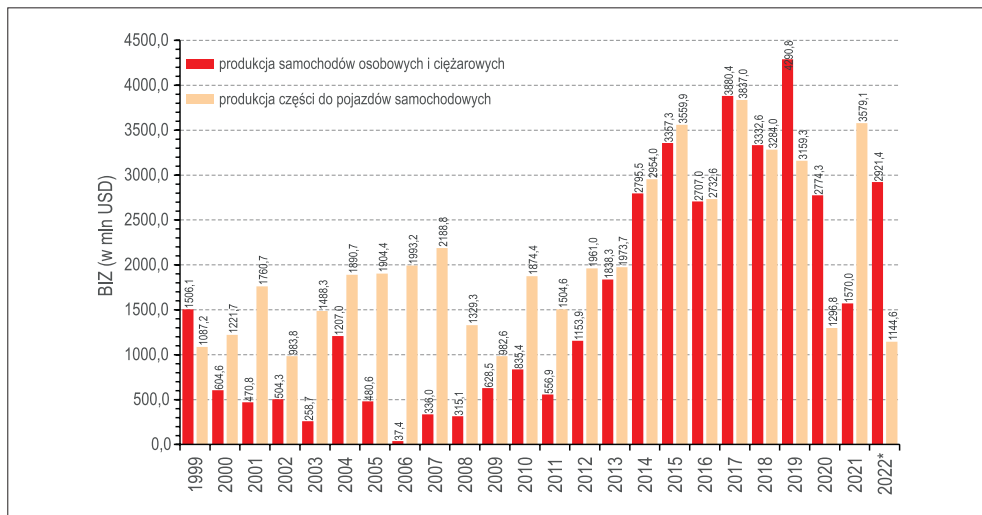
\* Dane dla trzech kwartałów 2022 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Información estadística de la Inversión Extranjera Directa*, 2023

Inwestycje zagraniczne napływające do sektora motoryzacyjnego dzieli się na dwa podstawowe działy: pierwszy obejmuje produkcję samochodów osobowych i ciężarowych, a drugi – produkcję części i podzespołów samochodowych. W 1999 r. wartość BIZ w produkcji gotowych pojazdów wyniosła 1,5 mld USD, a do sektora produkcji części samochodowych napłynęło blisko 1,1 mld USD. Z kolei w ciągu trzech kwartałów 2022 r. napływ BIZ do pierwszego z opisywanych działów wyniósł ponad 2,9 mld USD, a do drugiego – 1,1 mld USD. W przypadku produkcji części najwyższą wartość BIZ, wynoszącą ponad 3,8 mld USD, napłynęła w 2017 r. W kwestii nakładów BIZ w dziale produkcji pojazdów najwyższą wartość została odnotowana w roku 2019 r. i wyniosła ona blisko 4,3 mld USD. Łącznie w latach 1999–2022 BIZ w dziale produkcji samochodów wyniosły blisko 38,4 mld USD, a w dziale związanym z produkcją części samochodowych były znacznie wyższe – ponad 49,8 mld USD (rycina 6).

Napływ BIZ do sektora motoryzacyjnego wykazuje również dużą zmienność w analizowanym okresie. Widoczne są trzy wyraźne spadki, z których pierwszy dotyczył lat 2002–2003, drugi objął lata 2008–2009, a trzeci ujawnił się w 2020 r. i był przede wszystkim skutkiem pandemii COVID-19. W kwestii wielkości napływu BIZ do dwóch działów produkcji motoryzacyjnej warto zauważyć, że w latach 1999–2012 widoczny jest większy napływ związany z produkcją części samochodowych. W okresie tym do sektora motoryzacyjnego napłynęło łącznie blisko 31,1 mld USD, z czego w produkcję części samochodowych zainwestowano blisko 22,2 mld USD, czyli 71,4% ogółu, podczas gdy w produkcję pojazdów – jedynie 8,9 mld USD, czyli 28,6% (rycina 6).

Rycina 6. Zmiany wielkości BIZ w meksykańskim przemyśle samochodowym w latach 1999–2022 (w cenach bieżących)



\* Dane dla trzech kwartałów 2022 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Información estadística de la Inversión Extranjera Directa, 2023*

W latach 2013–2022 wyraźnie większy napływ BIZ odnotowano do działu produkcji gotowych pojazdów. W okresie tym łączna wielkość BIZ w sektorze motoryzacyjnym była znacznie wyższa i wyniosła blisko 57 mld USD, z czego blisko 29,5 mld USD, czyli 51,7%, zainwestowano w produkcję samochodów, a 27,5 mld USD, czyli 48,3%, w produkcję

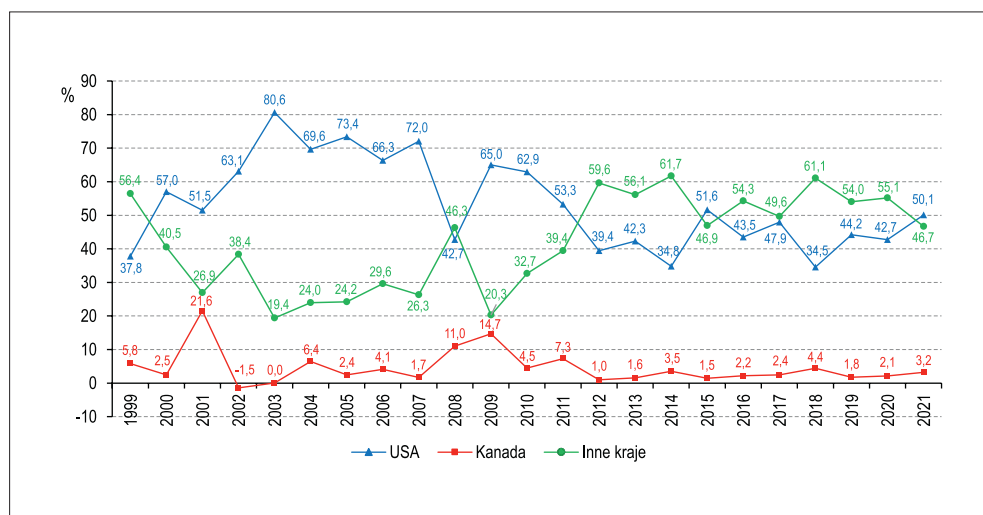
części i podzespołów. Tak duży napływ BIZ związanych z rozwojem produkcji samochodów przełożył się na jej gwałtowny wzrost w latach poprzedzających pojawienie się pandemii COVID-19, kiedy to jej wielkość przekroczyła 4 mln sztuk pojazdów (ryciny 1 i 6).

W napływie BIZ do sektora motoryzacyjnego w Meksyku w 1999 r. widoczna była dominacja kapitału amerykańskiego, którego udział wyniósł blisko 38%. W przypadku drugiego z krajów NAFTA, czyli Kanady, wyniósł on jedynie 6%. Natomiast nakłady BIZ pochodzące spoza NAFTA stanowiły 56% całkowitej wartości sektora motoryzacyjnego. W latach 2000–2011 kapitał pochodzący z USA dominował w inwestycjach związanych z sektorem motoryzacyjnym. W latach 2002–2007 udział ten sięgał nawet ponad 60% ogółu inwestycji związanych z tym sektorem. Warto również zaznaczyć, że w tym okresie dominował napływ inwestycji związanych z produkcją części i podzespołów, a inwestycje w produkcję gotowych samochodów miały dużo mniejsze znaczenie (ryciny 6 i 7).

Wiązało się to ze strategią amerykańskich koncernów, które w pierwszej kolejności przenosiły do Meksyku pracochłonne działalności związane z produkcją części i podzespołów, starając się w ten sposób utrzymać w kraju najbardziej dochodową część produkcji finalnych pojazdów. Było to działanie zgodne z logiką globalnych łańcuchów wartości, w myśl której chciano utrzymać w USA działalności generujące największą część wartości dodanej danego produktu, a działalności mniej dochodowe, czyli fragmenty łańcuchów wartości dodanej znajdujące się niżej w hierarchii, lokowano w Meksyku (Wójtowicz, 2019; Covarrubias, 2020b).

W latach 2012–2022 udział amerykańskich kapitałów w BIZ w meksykańskim sektorze motoryzacyjnym znacząco się zmniejszył i oscylował między 34,5% w 2018 r. a 51,6% w 2015 r. Dominującą rolę w nowych inwestycjach motoryzacyjnych w Meksyku odgrywały w tym okresie BIZ napływające spoza państw NAFTA. Warto również pamiętać, co już wspomniano powyżej, że był to okres, w którym odnotowano zwiększenie napływu inwestycji w produkcję gotowych samochodów w Meksyku. W dużym stopniu inwestycje te były związane z kapitałami pochodzącymi z innych państw świata (ryciny 6 i 7).

Rycina 7. Udział USA, Kanady i innych krajów w wielkości BIZ w meksykańskim przemyśle motoryzacyjnym w latach 1999–2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Datos Abiertos de México*, 2023

Wśród najważniejszych państw, z których pochodził kapitał inwestujący w meksykański przemysł motoryzacyjny w latach 2012–2021, można wymienić dwa kraje azjatyckie: Japonię i Koreę Południową. W przypadku Japonii, która w latach 1999–2021 zainwestowała w meksykański sektor motoryzacyjny ponad 16 mld USD, z czego ponad 11,5 mld USD, czyli 72,1% ogólnej wartości, w latach 2012–2021. Inwestycje koreańskie były jeszcze w większym stopniu skoncentrowane na ostatnim okresie, gdyż z 2,679 mld USD łącznych inwestycji aż 2,672 mld USD (czyli 99,7%) napłynęło do Meksyku w latach 2012–2021. Podobną sytuację odnotowano w przypadku napływu BIZ z Niemiec. W latach 1999–2021 łączna wartość niemieckich inwestycji w sektorze motoryzacyjnym sięgnęła 14,9 mld USD, z czego 12,7 mld USD (84,6%) zainwestowano w latach 2012–2021 (*Información estadística de la Inversión Extranjera Directa*, 2023).

Wzrost udziału BIZ spoza NAFTA w latach 2012–2021 jest silnie skorelowany z większym ukierunkowaniem na produkcję samochodów, a nie części i podzespołów. Dużą rolę w tym wzroście odegrały koncerny spoza NAFTA, które zwiększyły znacząco produkcję gotowych aut, co w konsekwencji doprowadziło do tzw. boomu meksykańskiego przemysłu motoryzacyjnego. Był on napędzany głównie przez inwestycje koncernów azjatyckich i europejskich ukierunkowane na rozwój produkcji gotowych pojazdów, dzięki czemu przekroczyła ona poziom 4 mln sztuk rocznie. Okres tzw. boomu motoryzacyjnego w Meksyku zwiększył znaczenie koncernów spoza NAFTA w napływie BIZ, niemniej inwestycje amerykańskie wciąż odgrywały bardzo ważną rolę (ryciny 1 i 7).

Sukces meksykańskiego sektora motoryzacyjnego, za który w dużym stopniu odpowiadały inwestycje koncernów motoryzacyjnych spoza NAFTA, wywołał zaniepokojenie w USA i skłonił administrację prezydenta Donalda Trumpa do renegocjacji porozumień handlowych w ramach NAFTA i powołania USMCA. Protekcyjnistyczna polityka rządu USA nie była jednak w stanie zatrzymać dalszych inwestycji w rozwój sektora motoryzacyjnego w Meksyku. Oczywiście będzie ona stanowić pewne utrudnienie i może spowolnić jego ekspansję, ale większość badaczy większe zagrożenie dla jego dalszego rozwoju widzi w szybko postępujących zmianach technologicznych, a nie w barierach handlowych (Dávalos, 2020; Crossa, 2022; Crossa, Wise, 2022).

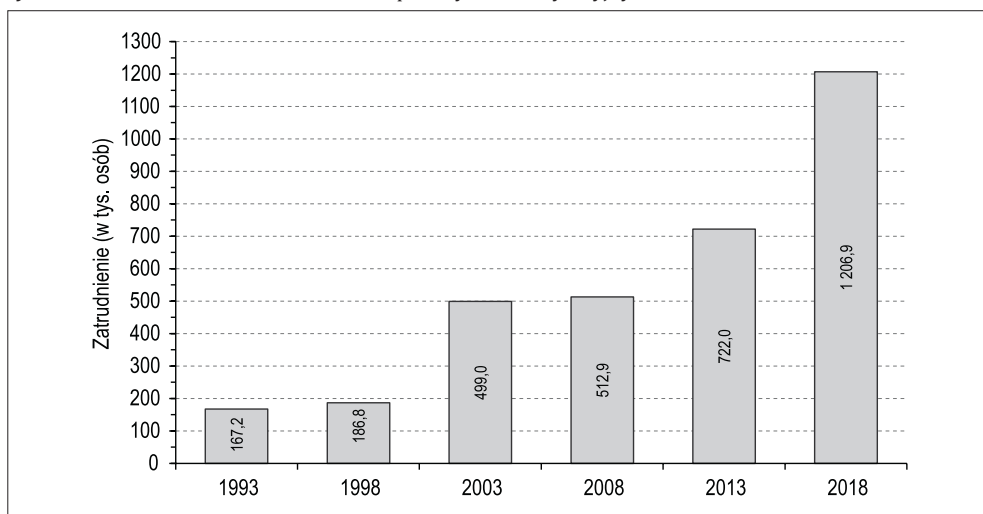
## ZMIANY W PRZESTRZENNYM ROZMIESZCZENIU PRZEMYSŁU SAMOCHODOWEGO W MEKSYKU

Niskie koszty pracy – poza położeniem geograficznym w sąsiedztwie Stanów Zjednoczonych – były głównym czynnikiem zachęcającym kapitał zagraniczny do lokowania produkcji związanej z sektorem motoryzacyjnym na terenie Meksyku. Początkowo dotyczyło to przede wszystkim koncernów amerykańskich, chociaż, jak pokazały wcześniej przedstawione analizy, w ostatnich latach coraz większego znaczenia nabierały firmy pochodzące z innych części świata (Covarrubias, 2020a; 2020b; Crossa, 2022).

Zatrudnienie w przemyśle motoryzacyjnym obejmuje produkcję gotowych pojazdów, a także wytwarzanie części i akcesoriów samochodowych. W dokonanej analizie zmian zatrudnienia w sektorze motoryzacyjnym zostały wykorzystane dane pochodzące z meksykańskich spisów gospodarczych (*Censos Económicos*) przeprowadzonych w latach 1993–2018 (<https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>). Należy zaznaczyć, że dane te przedstawiają tylko oficjalną liczbę pracowników sektora. Z tego powodu nie uwzględniają prawdopodobnie licznej grupy osób zatrudnionych nielegalnie, w szczególności podczas produkcji mało zaawansowanych części i akcesoriów samochodowych.

W 1993 r. liczba pracowników meksykańskiego sektora motoryzacyjnego wynosiła ponad 167 tys. osób. Pięć lat później zatrudnienie wzrosło nieznacznie, o 11,7%, czyli do poziomu 187 tys. pracowników. Do 2003 r. dokonał się wyraźny wzrost zatrudnienia, aż o 167,1% w porównaniu z poprzednim spisem. Natomiast w 2008 r. wielkość zatrudnienia ponownie była tylko nieznacznie większa w porównaniu z wcześniejszym spisem (o 2,8%), co wynikało ze światowego kryzysu gospodarczego, który wyjątkowo silnie dotknął przemysł motoryzacyjny w USA, co rykoszetem odbiło się na sytuacji tego sektora w Meksyku (Wójtowicz, 2011). Z kolei w 2013 r. odnotowano ponowny szybszy wzrost zatrudnienia w sektorze motoryzacyjnym – o 40,8% w stosunku do 2008 r., wyniosło więc ono 722 tys. osób. Pięć lat później nadal utrzymywał się trend wzrostowy, a liczba pracowników zwiększyła się o 67,2% (do 1,2 mln osób). W porównaniu z rokiem 1993 stanowiło to ponad siedmiokrotny wzrost liczby zatrudnionych w tym sektorze (rycina 8).

Rycina 8. Zmiana wielkości zatrudnienia w przemyśle motoryzacyjnym w latach 1993–2018



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Censos Económicos INEGI, 2023*

Duży wzrost zatrudnienia w sektorze motoryzacyjnym w latach 1993–2018 charakteryzował się również znacznymi zmianami w jego przestrzennym rozmieszczeniu, co było związane z relokacją części działalności oraz nowymi inwestycjami, które w większości kierowały się do stanów leżących bliżej granicy z USA (Wójtowicz, 2015, 2019).

W 1993 r. rozmieszczenie zatrudnienia w przemyśle samochodowym wiązało się z realizowaniem strategii industrializacji poprzez substytucję importu, kiedy to większość inwestycji motoryzacyjnych była zlokalizowana w regionie centralnym obejmującym Dystrykt Federalny oraz ościennie stany. Największy udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym znajdował się wówczas w stanie Meksyk (blisko 1/4 ogółu zatrudnionych). Wysokim udziałem charakteryzowały się również sąsiadujący z nim Dystrykt Federalny (11,7%) oraz stan Puebla (11,1%). Łącznie te trzy stany skupiały aż 47,7% ogółu zatrudnionych w tym sektorze. Z kolei udział stanów znajdujących się w północnej części Meksyku, graniczącej z USA, był stosunkowo niski i wynosił ok. 30,4%. Najważniejszą rolę odgrywały w tym regionie stany: Coahuila (8,9%), Nuevo León (6,5%), Tamaulipas (6,1%), Chihuahua (4,1%), Baja California (2,6%) i Sonora (1,9%; tabela 3).

Tabela 3. Udział stanów zatrudnieniu w sektorze motoryzacyjnym w latach 1993, 2008 i 2018

Stany	Udział w krajowym zatrudnieniu w sektorze motoryzacyjnym (w %)		
	1993	2008	2018
Aguascalientes	4,5	3,3	4,1
Baja California	2,6	1,7	2,3
Baja California Sur	0,0	0,0	0,0
Campeche	-	-	-
Chiapas	0,0	0,9	0,5
Chihuahua	4,1	23,1	16,0
Coahuila	8,9	11,4	16,7
Colima	0,0	0,0	0,4
Dystrykt Federalny	11,7	2,6	1,0
Durango	0,6	1,2	2,3
Guanajuato	2,1	3,4	9,0
Guerrero	0,0	0,0	0,0
Hidalgo	2,9	0,2	0,2
Jalisco	2,4	2,2	3,0
México	24,9	9,5	5,5
Michoacán	0,1	0,1	0,0
Morelos	3,3	-	0,2
Nayarit	0,0	-	0,2
Nuevo León	6,5	8,7	7,9
Oaxaca	0,5	0,0	0,0
Puebla	11,1	4,9	5,0
Querétaro	3,4	5,0	4,8
Quintana Roo	0,0	-	-
San Luis Potosí	1,4	4,4	4,9
Sinaloa	0,1	1,0	0,0
Sonora	1,9	6,1	3,5
Tabasco	0,0	0,0	0,0
Tamaulipas	6,1	9,3	8,3
Tlaxcala	0,5	0,8	1,2
Veracruz	0,3	0,1	0,0
Yucatán	0,0	0,0	0,5
Zacatecas	-	-	2,1
RAZEM	100,0	100,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Censos Económicos INEGI, 2023*

Do 2018 r. w rozmieszczeniu zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym zaszły olbrzymie zmiany. Poza wspomnianym wcześniej ponad siedmiokrotnym wzrostem liczby zatrudnionych dokonały się znaczące przesunięcia w ich przestrzennym rozkładzie. Dominującą funkcję przejęły północne, przygraniczne stany Meksyku, w których koncentrowało się 54,7% ogółu zatrudnionych w tym sektorze. Największe skupiska znajdowały się w stanach: Coahuila (16,7%), Chihuahua (16,0%), Tamaulipas (8,3%) i Nuevo León (7,9%). Spośród stanów regionu centralnego najważniejszą rolę odgrywały: México (5,5%) i Puebla (5,0%), podczas gdy udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym w Dystrykcie Federalnym spadł zaledwie do 1% (tabela 3).

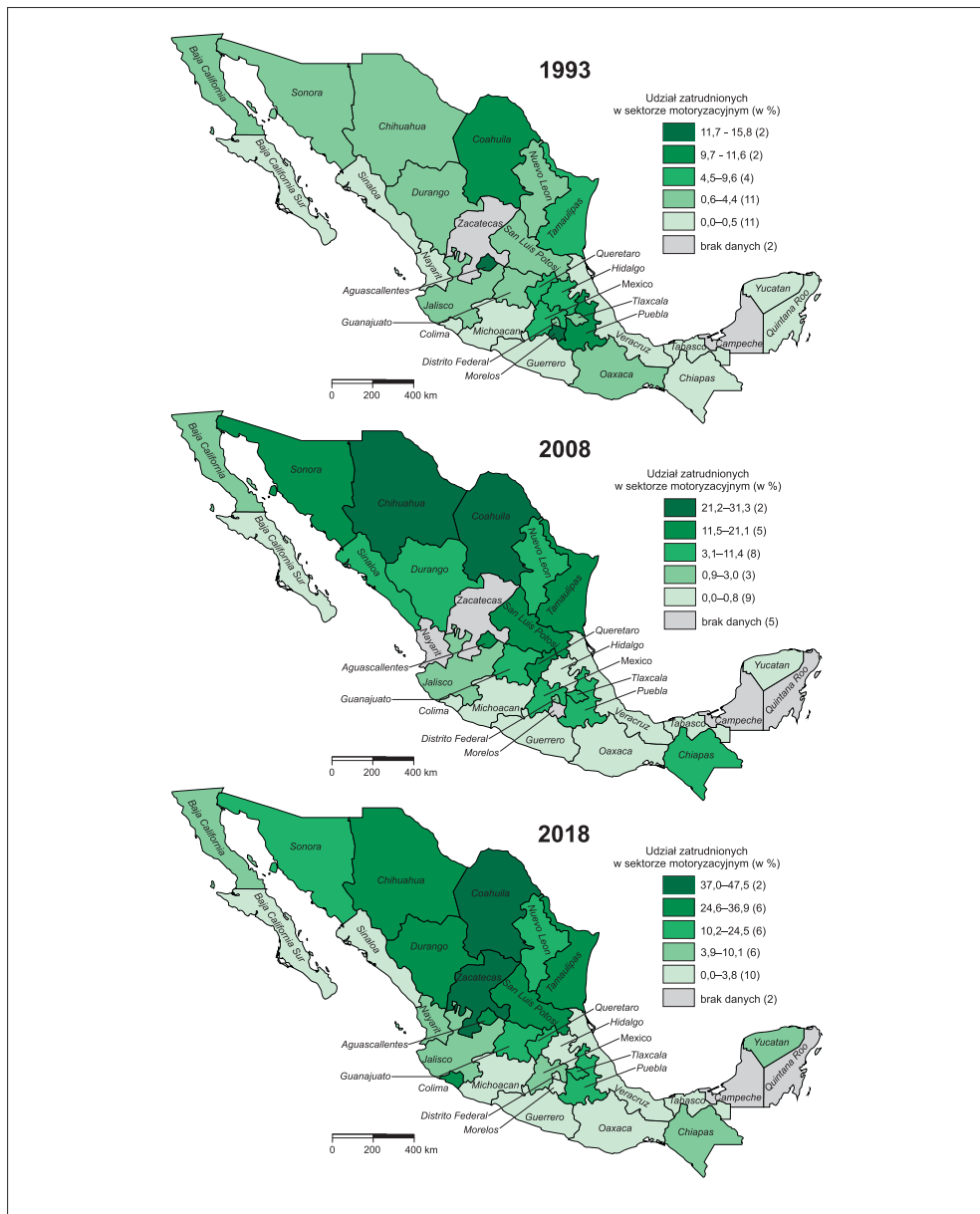
Wzrosło także znacznie stanów szeroko rozumianego regionu Bajío, leżących pomiędzy regionem centralnym a stanami pogranicza meksykańsko-amerykańskiego. W 2018 r. w stanach zaliczanych do regionu Bajío łączne zatrudnienie w sektorze motoryzacyjnym stanowiło aż 27,9% ogółu, a największe znaczenie odgrywały stany: Guanajuato (9,0%), San Luis Potosi (4,9%), Queretaro (4,8%) i Aguascalientes (4,1%; tabela 3).

W 1993 r. zatrudnienie w przemyśle samochodowym stanowiło 5,2% ogółu zatrudnionych w przemyśle przetwórczym. Stany, w których notowano zdecydowanie wyższy udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym, koncentrowały się w centralnej części kraju, a w czołówce znalazły się: Aguascalientes (15,8%), Morelos (14,6%), Puebla (11,6%), México (9,6%), Querétaro (9,5%) i Hidalgo (8,6%). Spośród stanów leżących na granicy z USA najwyższe udziały odnotowano w Coahuila (11,6%) i Tamaulipas (7,5%). W pozostałych stanach udział zatrudnienia w przemyśle samochodowym był niższy niż średnia kraju i wahał się od 0 do 4,4%. Brak danych odnotowano w stanach Campeche i Zacatecas (rycina 9).

W 2008 r. udział pracowników sektora motoryzacyjnego w strukturze zatrudnienia w przemyśle przetwórczym w Meksyku wyniósł 11%. Najwyższe wartości odnotowano w dwóch stanach przy granicy z USA: Chihuahua (31,3%) oraz Coahuila (26,5%). Innymi stanami z tego obszaru, cechującymi się udziałem wyższym od średniej krajowej, były Tamaulipas (18,6%), Sonora (17,9%) i Nuevo León (11,4%). Znaczący udział wystąpił również w stanach przygranicznych: San Luis Potosi (19,2%), Durango (9,6%) i Sinaloa (7,6%). Poza stanami przygranicznymi wysokimi wartościami udziału pracowników sektora motoryzacyjnego w strukturze sektora wytwórczego charakteryzowały się wybrane stany z regionów centralnego i Bajío. Należały do nich: Aguascalientes (21,1%), Querétaro (19,4%) i Guanajuato (6,0%) z regionu Bajío oraz Puebla (9,7%), México (8,4%) i Tlaxcala (6,5%) z regionu centralnego. Do grona stanów cechujących się znaczącym udziałem zatrudnionych w przemyśle samochodowym w ogólnym zatrudnieniu w przemyśle przetwórczym należał tylko jeden stan z południowej części kraju – Chiapas (8,9%). W przypadku pozostałych stanów notowały one udział wahaający się między 0 a 3%, a w przypadku pięciu stanów: Campeche, Morelos, Nayarit, Quintana Roo i Zacatecas odnotowano brak danych związanych z zatrudnieniem w sektorze motoryzacyjnym (rycina 9).

Udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym w ogólnym zatrudnieniu w sektorze wytwórczym w Meksyku w 2018 r. wzrósł do 18,6%. W czołówce stanów o najwyższym udziale przemysłu samochodowego znalazło się ponownie pięć stanów leżących przy granicy amerykańsko-meksykańskiej: Coahuila (47,5%), Chihuahua (36,9%), Tamaulipas (29,7%), Sonora (18,2%) i Nuevo León (16,7%). Warto zwrócić uwagę, że w przypadku stanu Coahuila przemysł samochodowy koncentruje blisko połowę całego zatrudnienia przemysłu przetwórczego, a w przypadku stanu Chihuahua wartość ta sięga

Rycina 9. Udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym w ogólnym zatrudnieniu w przemyśle przetwórczym według stanów w latach 1993, 2008 i 2018



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Censos Económicos INEGI, 2023*

blisko 37%, co potwierdza, że w latach 1993–2018 dokonano się tam silna specjalizacja związana z rozwijającym się sektorem motoryzacyjnym (rycina 9).

Duży udział zatrudnienia w przemyśle samochodowym w odniesieniu do całego przemysłu przetwórczego odnotowano także w przypadku przygranicznych stanów: Zacatecas (46,1%), San Luis Potosí (30,6%) i Durango (28,6%). Wśród stanów regionów



centralnego i Bajío największy udział odnotowano w Aguascalientes (35,9%), Querétaro (24,5%), Guanajuato (20,7%), Puebli (19,3%) oraz Tlaxcali (17%). Wysokim odsetkiem zatrudnianych w przemyśle samochodowym cechował się również stan Colima znajdujący się na zachodnim wybrzeżu Meksyku (24,1%). Brak danych odnotowano w Campeche i Quintana Roo, natomiast w pozostałych stanach zatrudnieni w sektorze motoryzacyjnym stanowili od 0 do 10,1% ogółu zatrudnionych w przemyśle przetwórczym (rycina 9).

## PODSUMOWANIE

Przeprowadzone badania wskazują, że przyłączenie do NAFTA było bardzo ważnym czynnikiem przyspieszającym rozwój meksykańskiego sektora motoryzacyjnego. Wielkość produkcji w rekordowym 2018 r. przekroczyła 4,1 mln sztuk i była blisko pięciokrotnie większa niż w 1990 r. Szczególnie dynamiczny wzrost tego sektora nastąpił w latach 2010–2019. Potwierdzał to również zwiększony napływ BIZ do sektora motoryzacyjnego w Meksyku. Przyczyn tego zjawiska należy upatrywać w skutkach światowego kryzysu finansowego z lat 2007–2009, który bardzo negatywnie wpłynął na przemysł motoryzacyjny w USA. Sprawilo to, że Meksyk jeszcze bardziej zyskał na atrakcyjności jako tanie miejsce produkcji samochodów na rynek amerykański, co poskutkowało dalszym napływem międzynarodowych koncernów rozwijających swoje fabryki w tym kraju. Dotyczyło to w coraz większym stopniu koncernów spoza NAFTA, które dzięki lokalizacji produkcji w Meksyku zyskiwały łatwiejszy dostęp na rynki dwóch pozostałych krajów członkowskich NAFTA.

Sukces meksykańskiego przemysłu był jednocześnie jedną z przyczyn zakończenia istnienia NAFTA i zastąpienia go bardziej protekcyjnym porozumieniem USMCA, które miało zniwelować przewagę konkurencyjną meksykańskiego sektora motoryzacyjnego opierającą się głównie na taniej sile roboczej. Skutki funkcjonowania tego porozumienia są wciąż trudne do określenia, gdyż jego wejście w życie zbiegło się z pojawieniem się pandemii COVID-19. Konsekwencje pandemii były widoczne zarówno w Meksyku (Casado-Izquierdo, 2021; García, Moctezuma, 2020), jak i w innych regionach świata (Pelle, Tabajdi, 2021). Celem artykułu nie było jednak zbadanie wpływu pandemii COVID-19 na meksykański sektor motoryzacyjny, ponieważ jej charakter był stosunkowo krótkotrwały w porównaniu z ramami czasowymi przyjętymi w badaniach. Ponadto zagadnienie to zostało dość szczegółowo omówione, o czym świadczą cytowane powyżej pozycje. Niemniej bez wątpienia pandemia zaburzyła możliwość precyzyjnego określenia wpływu nowych porozumień handlowych w ramach USMCA na meksykański sektor motoryzacyjny. Z tego względu rekomendowane są dalsze badania w tym zakresie.

Jeśli chodzi o strukturę produkcji, to badania wykazały, że w całym analizowanym okresie widoczna była dominacja pojazdów lekkich (samochody osobowe i lekkie ciężarówki) nad pojazdami ciężkimi (samochody ciężarowe, autobusy i ciągniki siodłowe). Warto jednak zwrócić uwagę, że w grupie pojazdów lekkich w miarę rozwoju współpracy z NAFTA rosło znaczenie produkcji lekkich ciężarówek kosztem klasycznych samochodów osobowych, co stało się szczególnie widoczne w latach 2015–2022.

Rozwój meksykańskiego sektora motoryzacyjnego wiązał się również z pojawieniem się nowych producentów. W 1990 r. dominowało pięć międzynarodowych koncernów, z których trzy pochodziły z USA (Ford, Chrysler, GM), jeden z Japonii (Nissan) i jeden z Europy Zachodniej (Volkswagen). W 2020 r. na meksykańskim rynku w segmencie lekkich pojazdów funkcjonowało już kilkunastu producentów, wśród których pojawiły

się koncerny z Korei Południowej (KIA), Chin (JAC), a także europejskie koncerny produkujące auta wyższej klasy (Audi, BMW, Mercedes Benz).

W roku 2020 w kategorii samochodów osobowych największy udział w produkcji należał do koncernów azjatyckich, które w znacznym stopniu wyparły dominujące w 1990 r. koncerny amerykańskie oraz niemieckiego Volkswagena. Z kolei w kategorii popularnych na rynku amerykańskim lekkich ciężarówek przez cały analizowany okres, mimo wzrostu liczby producentów, bardzo wysoki udział utrzymały koncerny pochodzące z USA.

Analiza danych dotyczących zatrudnienia w meksykańskim sektorze motoryzacyjnym potwierdziła ponad siedmiokrotny wzrost zatrudnienia w latach 1993–2018. Innym ważnym procesem była relokacja zakładów przemysłu samochodowego, napędzana integracją gospodarczą z USA w ramach NAFTA. O ile na początku lat 90. XX w. dużą rolę w koncentracji zatrudnienia sektora motoryzacyjnego obserwowano w stanach regionu centralnego, o tyle w 2018 r. na znaczeniu zyskały zdecydowanie północne stany leżące na granicy z USA.

Istotnym procesem zaobserwowanym w trakcie badania zmian udziału zatrudnienia w sektorze motoryzacyjnym było także jego rosnące znaczenie w skali całego przemysłu przetwórczego. I tak w 1993 r. koncentrował on jedynie 5,2% ogółu zatrudnionych w przemyśle przetwórczym, jednak do 2018 r. jego udział wzrósł do 18,6%, co potwierdza znaczenie tego sektora dla meksykańskiej gospodarki. Jeszcze większą dominację sektora motoryzacyjnego zaobserwowano w przypadku stanów, które w analizowanym okresie odnotowały jego gwałtowny rozwój, wskutek którego zdominowany w nich został przemysł przetwórczy. Przykładami takich stanów są: Coahuila, Zacatecas, Chihuahua i Aguascalientes, gdzie udział zatrudnionych w sektorze motoryzacyjnym w 2018 r. wyniósł odpowiednio: 47,5%, 46,1%, 36,9% i 35,9% ogółu zatrudnionych w przemyśle przetwórczym.

W układzie przestrzennym postępująca integracja gospodarcza ze Stanami Zjednoczonymi sprawiła, że na znaczeniu zyskał obszar przy granicy z USA, gdzie oprócz fabryk produkujących części i podzespoły samochodowe zaczęły powstawać montownie gotowych pojazdów. Na znaczeniu stracił zaś region centralny, który do początku lat 90. XX w. koncentrował większość zakładów tego przemysłu. Można więc stwierdzić, że współpraca gospodarcza w ramach NAFTA silnie wpłynęła na lokalizację produkcji i na znaczenie tego sektora w meksykańskiej gospodarce. Poza tym sukces meksykańskiego przemysłu samochodowego był jednym z katalizatorów zmian w ramach regionalnej współpracy gospodarczej, co skutkowało likwidacją NAFTA i zastąpieniem go USMCA.

## Literatura

## References

- Carrillo, J. (2004). NAFTA: The Process of Regional Integration of Motor Vehicle Production. W: J. Carrillo, Y. Lung, R. van Tulder (red.), *Cars, Carriers of Regionalism?* London: Palgrave Macmillan, 104–117
- Casado-Izquierdo, J.M. (2021). La resiliencia de la industria automotriz mexicana ante la Covid-19. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 41(1), 59–80. doi: <https://doi.org/10.5209/aguc.76722>
- Censos Económicos INEGI. (2023). Pozyskano z: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/> (dostęp: 12 styczeń 2023).

- Covarrubias, A. (2020a). Mexican competitive advantage in NAFTA: a case of social dumping? A view from the automotive industry. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 20(3), 239–257.
- Covarrubias, A. (2020b). The Boom of the Mexican Automotive Industry: From NAFTA to USMCA. W: A. Covarrubias, S. Ramírez (red.), *New Frontiers of the Automobile Industry*. London: Palgrave Macmillan, 323–348.
- Crossa, M. (2022). Contorting transformations: Uneven impacts of the US-Mexico automotive industrial complex. *Competition and Change*, 26(5), 533–553.
- Crossa, M., Wise, R.D. (2022). Innovation in the era of generalized monopolies: The case of the US-Mexico automotive industrial complex. *Globalizations*, 19(2), 301–321.
- Datos Abiertos de México. (2023). Pozyskano z: <https://datos.gob.mx/> (dostęp: 12 styczeń 2023).
- Dávalos, E. (2020). Protectionism, USMCA and its possible effects on Mexico's Automotive Industry. *European Review of International Studies*, 7(1), 81–104.
- Estudio sobre el potencial de mercado de vehículos comerciales y pesados y, su relación con la estructura económica mexicana*. (2017). Universidad Nacional Autónoma de México – UNAM, Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y tractocamiones – ANPACT, Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores – AMDA, México DF.
- García, F.J.A., Moctezuma, A.L. (2020). La pandemia COVID-19 y su impacto en la industria automotriz mexicana, 2020. *Espacio I + D, Innovación más desarrollo*, 9(25), 60–79.
- Información estadística de la Inversión Extranjera Directa. (2023). Pozyskano z: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/informacion-estadistica-de-la-inversion-extranjera-directa> (12 styczeń 2023).
- Kaliszuk E., 2017. Renegocjacja umowy NAFTA – przesłanki, priorytety i implikacje. *Unia Europejska.pl*, 6, 3–18.
- Łasak, P. (2013). *Procesy umiędzynarodowienia przemysłu samochodowego: rola rynków wschodzących*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Liberska, B. (1999a). Kryzys finansowy w Meksyku – wnioski dla „wschodzących rynków”. *International Journal of Management and Economics*, 6, 35–50.
- Liberska, B. (1999b). Kryzys finansowe w Meksyku i krajach Azji Południowo-Wschodniej. *Ekonomista*, 1–2, 193–212.
- Liberska B., 2010. Integracja krajów NAFTA a globalny kryzys gospodarczy. *Ameryka Łacińska. Kwartalnik analityczno-informacyjny*, 18, 37–48.
- Lissowski, O. (1996). Maquilladora i NAFTA prawne i ekonomiczne zagadnienia współpracy transgranicznej USA–Meksyk. *Przegląd Zachodni*, 4, 93–109.
- Ludwikowski, R. (2019). Strategie handlowe Donalda Trumpe. Kilka refleksji nad procesem transformacji NAFTA w USMCA. *Krakowskie Studia Międzynarodowe*, 4, 213–222.
- Moreno-Brid, J.C., Rivas Valdivia, J.C., Santamaría, J. (2005). *Mexico: Economic growth exports and industrial performance after NAFTA*. Mexico: CEPAL – SERIE Estudios y perspectivas – Sede Subregional de la CEPAL en México, 4 2.
- Pelle, A., Tabajdi, G. (2021). Covid-19 and transformational megatrends in the European automotive industry: Evidence from business decisions with a Central and Eastern European focus. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(4), 19–33. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.09040>
- Puszer, B. (2000). Kryzysy finansowe w krajach Ameryki Łacińskiej (Meksyk, Brazylia). *Prace Naukowe, Akademia Ekonomiczna w Katowicach*, 41–64.
- Shaiken, H. (2001). The New Global Economy: Trade and Production under NAFTA. *Journal für Entwicklungspolitik*, XVII/3, 4, 241–254.
- Wójtowicz, M. (2011). Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na brazylijski i meksykański przemysł samochodowy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 17, 129–143.
- Wójtowicz, M. (2015). Przekształcenia przestrzennej struktury meksykańskiego przemysłu samochodowego pod wpływem BIZ. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(1), 7–26.
- Wójtowicz, M. (2017). Rola przemysłu samochodowego w rozwoju społeczno-gospodarczym Meksyku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 31(4), 83–102.

Wójtowicz, M. (2019). The Relocation of the Automotive Industry in Brazil and Mexico: Between Corporate Strategies and Industrial Policies. W: P. Capik, M. Dej (red.), *Relocation of Economic Activity*. Cham: Springer, s. 33–51.

Żuławska, U. (2003). Argentynski kryzys walutowy – geneza. *Bank i Kredyt*, 4, 38–48.

**Mirosław Wójtowicz**, dr nauk o Ziemi w zakresie geografii (specjalność geografia społeczno-ekonomiczna), adiunkt w Katedrze Geografii Społeczno-Ekonomicznej Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień procesów urbanizacji i industrializacji oraz turystyki kulturowej w Ameryce Łacińskiej, ze szczególnym uwzględnieniem Argentyny, Brazylii i Meksyku.

**Mirosław Wójtowicz**, Ph.D. in Earth Sciences in the field of Geography (specialization in Socio-Economic Geography), associate professor in the Department of Socio-Economic Geography at the Pedagogical University of Cracow. His research interests focus on issues of urbanization and industrialization processes as well as cultural tourism in Latin America, with particular emphasis on Argentina, Brazil and Mexico.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3633-745X>

**Adres / Address:**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie  
Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji  
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Polska  
e-mail: miroslaw.wojtowicz@up.krakow.pl

**Mateusz Płonka**, mgr geografii (specjalność geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna), absolwent Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Do jego zainteresowań badawczych należą: geografia społeczno-ekonomiczna, międzynarodowe stosunki gospodarcze, geografia przemysłu, ze szczególnym uwzględnieniem państw regionu Ameryki Łacińskiej.

**Mateusz Płonka**, MA in geography (specialty in Socio-Economic Geography and Spatial Management), graduate of the Pedagogical University of Cracow. His research interests include: socio-economic geography, international economic relations, industrial geography, with a special focus on Latin American countries.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2092-0224>

**Adres / Address:**

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie  
Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji  
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Polska  
e-mail: m.plonka1234@gmail.com

ANITA KULAWIAK

Uniwersytet Łódzki, Polska / University of Lodz, Poland

KAROLINA SMĘTKIEWICZ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska / Pedagogical University of Krakow, Poland

## Tożsamość terytorialna przestrzeni publicznej związanej z dziedzictwem przemysłowym miasta na przykładzie placu Zwycięstwa w Łodzi

### Territorial identity, public space and the industrial heritage of the city: The example of plac Zwycięstwa (Victory Square) in Łódź (Poland)

**Streszczenie:** Przedmiotem artykułu jest zagadnienie tożsamości terytorialnej (przeźrzennej) zobrazowane na przykładzie placu Zwycięstwa w Łodzi jako przestrzeni publicznej związanej z dziedzictwem przemysłowym tego miasta. Tożsamość terytorialna rozpatrywana na gruncie geografii humanistycznej uwzględnia relacje między człowiekiem a przestrzenią, w której żyje. Jest to złożony proces, oparty na subiektywnej identyfikacji człowieka z otaczającą go przestrzenią, innymi jej użytkownikami oraz jej dziedzictwem materialnym i niematerialnym. Rodzajem przestrzeni publicznej, w której kontekście dobrze widoczne są kwestie poczucia tożsamości przestrzennej, może być plac miejski, szczególnie odwołujący się do historii danego miasta. Właściwym przykładem jest plac Zwycięstwa w Łodzi, silnie związany z przemysłem bawełnianym, dzięki któremu od XIX w. nastąpił dynamiczny rozwój całego miasta. Posługując się tym przykładem, w artykule zidentyfikowano wyznaczniki tożsamości przestrzeni, określono znaczenie dziedzictwa przemysłowego w budowaniu tożsamości terytorialnej, a także wskazano rolę obiektów poprzemysłowych w kształtowaniu tożsamości terytorialnej mieszkańców. Celem artykułu było uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy plac Zwycięstwa w Łodzi stanowi w oczach jego użytkowników źródło tożsamości terytorialnej – czy jest on istotnym punktem, z którym mieszkańcy się utożsamiają i który wzbudza w nich pozytywne odczucia. Posłużono się następującymi metodami i narzędziami badawczymi: kwerenda literatury, wywiad kwestionariuszowy, inwentaryzacja i obserwacja bezpośrednia w terenie wraz z dokumentacją fotograficzną. Badania empiryczne miały na celu określenie i ocenę aktualnego stanu zagospodarowania badanej przestrzeni publicznej, identyfikację i ocenę jej aktualnych funkcji i znaczenia, także w kontekście porównania stanu obecnego z wiadomościami o historii obszaru pozyskanymi z literatury. Współczesny plac Zwycięstwa charakteryzuje się znaczeniem głównie użytkowym, w mniejszym stopniu interakcyjnym, jego dawna funkcja obywatelska całkowicie zaś zanikła. Znaczenia aksjologiczne, symboliczne i tożsamościowe tej przestrzeni są obecnie mniej uwidocznione w świadomości społeczności lokalnej, mimo że plac Zwycięstwa niewątpliwie je posiada ze względu na swoją historię i lokalizację związaną z przemysłem włókienniczym. Wyniki badań wskazują, że długa i bogata historia placu Zwycięstwa niestety nie wpływa istotnie na tworzenie tożsamości terytorialnej, co wiąże się z deklarowaną przez większość respondentów nieznanomością historii tego miejsca. Zdaniem autorek podmioty kształtujące przestrzeń miejską, odpowiedzialne za jej zagospodarowanie i budowanie tożsamości, powinny stworzyć bardziej przyjazne otoczenie, zadbać o większą estetykę i bezpieczeństwo, a także podjąć działania informacyjno-promocyjne upowszechniające wiedzę historyczną o tym miejscu. Przynioby się

to do odzyskania znaczenia symbolicznego oraz budowania coraz bardziej pozytywnego obrazu i tożsamości placu Zwycięstwa w świadomości łodzian i turystów.

**Abstract:** This article considers the issue of territorial identity as illustrated by the example of plac Zwycięstwa (Victory Square), a public space that is rooted in the industrial heritage of the city of Łódź in Poland. From the perspective of humanistic geography, territorial identity is formed on the basis of the complex subjective interplay between humans and the space in which they live, other users of the space, and its tangible and intangible heritage. A city square, especially one of historical significance, is the kind of public space in relation to which issues of spatial identity are clearly visible. Due to its strong association with the cotton industry, around which the entire city developed in the 19th century, plac Zwycięstwa is a good case in point. Using this example, the article considers the determinants of the identity of this historic space, highlights the importance of industrial heritage in building territorial identity, and elucidates the role of post-industrial objects in shaping the territorial identity of the city's inhabitants. The aim of the article is to address the question of whether users of plac Zwycięstwa view it as a source of territorial identity; that is, as a focal point with which they identify and which evokes positive feelings in them. The following research methods and tools were used in the study: a literature survey, questionnaire-based interviews, development of a physical and functional inventory of the square, direct observation in the field, and photographic documentation. The empirical research aimed to determine and assess the current state of development of the public space, as well as its contemporary functions and significance, and to compare this current state with information about the history of the area obtained from the literature. The study found that plac Zwycięstwa is nowadays mainly of utilitarian significance, albeit with some degree of interactive functionality, and its former civic eminence has dissipated. The square now has less axiological and symbolic meaning and contributes little to the identity of the local community, although it has undoubtedly retained a broad residual significance due to its historical and situational prominence in the textile industry. The research indicates that owing to ignorance of its past among the majority of respondents, the long and rich history of plac Zwycięstwa, unfortunately, does not have a significant impact on the creation of territorial identity. The article concludes that the entities responsible for developing, shaping, and building the identity of plac Zwycięstwa should endeavour to transform it into a more friendly, aesthetically appealing, and safe space. They should also actively disseminate information about its historical role to promote knowledge about it among local inhabitants. This would contribute towards reclaiming its symbolic meaning and help to build a positive image and identity of plac Zwycięstwa in the minds of Łódź's residents and tourists.

**Słowa kluczowe:** dziedzictwo przemysłowe; Łódź; plac Zwycięstwa w Łodzi; przemysł bawełniany; przestrzeń publiczna; tożsamość przestrzenna; tożsamość terytorialna

**Keywords:** industrial heritage; Łódź; plac Zwycięstwa (Victory Square) in Łódź; cotton industry; public space; spatial identity; territorial identity

**Otrzymano:** 27 sierpnia 2023

**Received:** 27 August 2023

**Zaakceptowano:** 19 września 2023

**Accepted:** 19 September 2023

**Sugerowana cytacja / Suggested citation:**

Kulawiak, A., Smętkiewicz, K. (2023). Tożsamość terytorialna przestrzeni publicznej związanej z dziedzictwem przemysłowym miasta na przykładzie placu Zwycięstwa w Łodzi. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 37(3), 29–53. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.373.2>

## WSTĘP

### Pojęcie tożsamości terytorialnej (przestrzennej) jako przedmiotu badań głównie socjologii i geografii społecznej

W ostatnich latach w naukach społecznych, w tym także na gruncie geografii, nastąpiło odrodzenie problematyki miejskich tożsamości, mimo że tematyka ta ma długą historię.

Jak zwróciła uwagę M. Dymnicka (2017): „tożsamość jest jedną z najstarszych kategorii metafizycznych, analizowaną od wieków z rozmaitych punktów widzenia” (Bierwiaczonok, Dymnicka, Kajdanek, Nawrocki, 2017: 15). Ów renesans był efektem przemiany, jaka dokonała się w świadomości społeczeństwa pod wpływem procesu globalizacji i wynikających z niej konsekwencji w postaci unifikacji miejsc i zaniku ich tożsamości, pewnego zwycięstwa człowieka nad przestrzenią, a także większego zrozumienia idei, zgodnie z którą miasta bardziej same się stają, niż się je buduje.

Od lat 80. XX w. zaczęto zatem, niejako wbrew procesom globalizacji i wynikającej z niej uniwersalizacji wartości, zwracać większą uwagę na miejsca i ich znaczenie w świadomości społecznej, a szczególnie na te ich cechy, które są unikatowe i niepowtarzane, co pozwala dostrzec potencjał określonego miejsca, m.in. w jego rozwoju społeczno-gospodarczym (Czernek, 2016). Znalazło to także wyraz w zwiększonym zainteresowaniu jednostek i całych społeczeństw tym, co swojskie i lokalne, co lokalnie zakorzenione, a co za tym idzie – tym, co stanowi źródło pochodzenia oraz umożliwia odkrywanie swojego związku z miejscem. Tendencja ta stała się również przesłanką do stawiania w literaturze nowych pytań, m.in.: czy w świetle zachodzących zmian człowiek potrzebuje jeszcze przypisania do określonego miejsca, czy konkretne miejsce w przestrzeni jest nadal istotnym elementem dla jednostki w kontekście jej biografii i czy miejsce pochodzenia kształtuje jej poczucie tożsamości (Michalska-Żyła, Brzeziński, 2018).

Badania nad tożsamością nie należą do łatwych, co wynika z wieloznaczności samego pojęcia. Termin ten, jak zauważają V. Mihaylov i J. Runge (2018: 55), jest „niewątpliwie wielowymiarową, abstrakcyjną, płynną i nieostrą kategorią poznawczą, co prowadzi do różnej jego interpretacji na gruncie różnych dyscyplin naukowych”. Największy wkład w rozwój badań nad tożsamością wniosły socjologia, politologia, kulturoznawstwo oraz antropologia społeczna, niemniej równie ważny dorobek ma także geografia społeczna, a szczególnie jeden z jej nurtów, jakim jest geografia humanistyczna. W ujęciu geografii humanistycznej przestrzeń rozumie się jako wartość – można zatem jej doświadczać i postrzegać ją w sposób indywidualny. To z kolei rodzi określone emocje i relacje (więzi), jakie człowiek przejawia w stosunku do przestrzeni, która – gdy zostanie uczłowieczona – staje się miejscem, stanowiąc tym samym źródło tożsamości. Przejawem takich relacji może być np. troska o zachowanie cech danej przestrzeni i rozwój walorów określonego miejsca (Szkurłat, Hibszer, 2019).

W najbardziej ogólnym rozumieniu tożsamość definiowana jest jako „stosunek zachodzący między każdym przedmiotem, a nim samym, jako identyczność, równość” (Boryczka, Zasina, 2017: 77). Tożsamość wyraża więc funkcjonalny związek jednostki i grupy, człowieka i środowiska społecznego, psychiki i kultury (Paleczny, 2008, za: Mihaylov, Runge, 2018). W literaturze wyróżnia się też kilka rodzajów (typów) tożsamości. Przedmiotem analizy są m.in. kwestie takie jak tożsamość miejska *versus* tożsamość wiejska, językowa, religijna, zawodowa oraz terytorialna (przestrzenna), która, przez odniesienie do przestrzeni, najmocniej związana jest z geografiami społeczną (głównie z nurtem humanistycznym) – i to właśnie ona stanowi przedmiot zainteresowania niniejszego artykułu.

Pod pojęciem tożsamości terytorialnej najczęściej rozumie się rodzaj głębokiej zależności, jaka zachodzi między człowiekiem a środowiskiem, krajobrazem (otoczeniem, miejscem) – wraz z jego historycznie nawarstwionymi elementami, takimi jak treść (kultura, tradycja miejsca) i forma, czyli kanon miejsca (Wrana, 2011). Tożsamość terytorialna to zatem złożony proces oparty na subiektywnej identyfikacji człowieka

z otaczającą przestrzenią (miastem, dzielnicą, ulicą, placem) wraz z zamieszkującymi ją ludźmi, a także z kulturą, tradycją i dziedzictwem materialnym. Tożsamość terytorialna kształtuje się głównie na podstawie powiązań, więzi (często emocjonalnych relacji) z daną przestrzenią, dzięki czemu człowiek identyfikuje się z obszarem – krajobrazem, mieszkańcami, dziedzictwem materialnym i niematerialnym (Adamczewska, 2015). Więź mieszkańców z miastem to wieloaspektowy, interakcyjny system relacji człowieka ze środowiskiem życia (Szkurłat, 2004). Pojęcia bliskoznaczne dla owej tożsamości lokalnej, więzi z miastem, przywiązania do miasta z obszaru literatury socjologicznej to: *identyfikacja lokalna* lub *identyfikacja z miejscem*. Przez te terminy rozumie się „afektywny, pozytywnie nacechowany związek jednostki z miejscem zamieszkania, który owocować może tendencją do utrzymywania bliskich relacji i myśleniu o nim w pewnych emocjonalnie wartościowanych kategoriach” (Michalska-Żyła, Brzeziński, 2018: 131). Badacze rozpatrują identyfikację lokalną jako rodzaj postawy wobec konkretnego terytorium, rodzaj emocjonalnego utożsamiania się jednostki z daną zbiorowością terytorialną, społeczny sens tego utożsamiania się obejmuje zaś chęć przynależności do danej grupy przestrzennej, lokalny sentyment, uznawanie danej grupy jako grupy odniesienia oraz lokalną satysfakcję (Michalska-Żyła, Brzeziński, 2018). Tożsamość terytorialna może być rozumiana jako postrzeganie cech wspólnych, identycznych zauważanych i doświadczanych przez mieszkańców określonego terytorium. Podstawowym warunkiem tożsamości terytorialnej jest podobieństwo uwarunkowań życia mieszkańców danego obszaru, co może wiązać się z poczuciem solidarności i reprezentowania wspólnych interesów (Panzera, 2022).

W literaturze przedmiotu wyróżnia się dwa rodzaje tożsamości terytorialnej – tożsamość indywidualną oraz tożsamość zbiorową. Pierwsza odnosi się do umysłowej reprezentacji i emocjonalnej oceny obszaru, który człowiek włącza do koncepcji samego siebie i postrzega jako swoją część. Druga jest definiowana jako poczucie więzi łączących z innymi ludźmi zamieszkującymi wspólnie dany obszar, poczucie przynależności do grupy (Boryczka, Zasina, 2017). Tożsamość terytorialna rozumiana jest również jako czynnik wpływający na procesy terytorializacji oraz wzmacniający identyfikację między przestrzenią a społecznością, w której ona żyje (Pollice, 2003). Sednem badań nad tożsamością przestrzenną w geografii jest zatem spójne traktowanie przestrzeni i ludzi (w kontekście zarówno społeczności, jak i jednostki). Tożsamość tworzy się bowiem na określonym terytorium, w określonej kulturze i w określonym czasie, a także w odniesieniu do konkretnych uwarunkowań (Szymtkowska, 2009). Z punktu widzenia geograficznego tożsamość terytorialna może być rozpatrywana w różnych skalach przestrzennych: elementarnej (dom, rodzina), lokalnej (sąsiedztwo, dzielnica), regionalnej (zbiorowość regionalna), narodowej (kraj, naród) i ponadnarodowej (np. Europa, kraje UE; Rykiel, 1999). Tym samym można mówić o tożsamości narodowej, regionalnej, lokalnej, miejskiej itd. (Rykiel, 2016).

Przestrzeń nie oddziałuje sama z siebie, lecz kształtowana jest przez jej użytkowników – to ludzie nadają jej znaczenie i stają się jej częścią (Borgiasz-Stepaniuk, 2020). O sile tożsamości danego miejsca świadczy stopień poznania jego przeszłości, lokalnych tradycji i obyczajów, a także jego symboli i znaczenia – a zatem chodzi o pamięć danego miejsca i pielęgnowanie jej elementów. Miarą tożsamości przestrzeni jest stopień zachowania jej dziedzictwa materialnego i niematerialnego. Wątki tożsamościowe koncentrują się więc wokół dziedzictwa historycznego i kulturowego (Dymnicka, 2019). Kształtowanie tożsamości miejsca jest procesem dynamicznym, opierającym się na podstawach



historycznych (im są one silniejsze, tym wyższy stopień identyfikacji z miejscem i trwałość tych więzi), podlegającym modyfikacjom na skutek oddziaływania globalizacji i zmian w stylu życia (Szymkowska, 2009).

Tożsamość przestrzenna jest zależna od wielu czynników: społecznych, psychologicznych, gospodarczych i przestrzennych, dlatego może być rozpatrywana w różnych wymiarach: psychologicznym (jako indywidualna identyfikacja ze społecznością lokalną, regionem, jego społecznością i kulturą), socjologicznym (jako zakodowane w świadomości zbiorowej poczucie przynależności do określonej grupy społecznej funkcjonującej na danym terytorium), geograficznym (jako poczucie przynależności do danego miejsca i zbiorowa identyfikacja z daną przestrzenią publiczną), antropologiczno-etnograficznym (jako świadomość dziedzictwa kulturowego oraz rozumienie i odczytywanie znaczeń i symboli kultury), historycznym (jako związek z przeszłością regionu, jego bohaterami i instytucjami), ekonomicznym (jako poczucie przynależności do wspólnoty gospodarowania, współpracy i konkurencji), a także urbanistyczno-architektonicznym (istnienie pewnych specyficznych dla danego obszaru form zabudowy i układu przestrzennego; Szymkowska, 2009).

Badania w zakresie tożsamości terytorialnej prowadzili polscy geografowie społeczni i socjologowie, m.in.: Z. Rykiel (1999, 2010, 2016), E. Szkuřat (2002, 2004, 2006), A. Łuczak (2005), M. Madurowicz (2007), M. Szymkowska (2009), M. Kurpanik (2010), M. Adamczewska (2011, 2015), K. Janas (2013), M. Konopski, D. Mazurek (2017), R. Matykowski (2017), P. Grzyś (2017), K. Bierwiazzonek, M. Dymnicka, K. Kajdanek i T. Nawrocki (2017), A. Michalska-Żyła i K. Brzeziński (2018), V. Mihaylov i J. Runge (2018), Bierwiazzonek (2016; 2018, 2021), M. Dymnicka (2019), M. Konopski i R. Wiśniewski (2019), M. Borgiasz-Stepaniuk (2020), A. Gierko (2020), K. Łuczak i A. Leśniak (2021), M. Nowak i A. Bernaciak (2023). Z zagranicznych badaczy zagadnienie tożsamości terytorialnej poruszyli m.in. F. Pollice (2003) oraz E. Panzera (2022).

### **Plac miejski jako rodzaj przestrzeni publicznej i jej znaczenie**

Na wstępie wyjaśnienia wymaga wybór placu miejskiego jako obszaru badań tożsamości przestrzennej. W świetle literatury przedmiotu każdy rodzaj przestrzeni publicznej może potencjalnie sprzyjać lub nie wytwarzaniu się poczucia identyfikacji, bliskiej relacji mieszkańców z miejscem zamieszkania – i wbrew pozorom nie zawsze są to miejsca publicznie oswojone. Plac miejski wydaje się jednak ku temu szczególnie predestynowany z uwagi na charakteryzujące go cechy. Z historycznego punktu widzenia jest to obszar od zawsze wyróżniający się w strukturze miasta, to nie tylko przestrzeń *sensu stricto*, a wręcz zjawisko kulturowe odzwierciedlające prestiż i znaczenie miejsca, w którym jest ulokowany. Już w pierwszych etapach kształtowania się i rozwoju miast plac stanowił najważniejsze miejsce w mieście, przy którym koncentrowało się jego życie publiczne i towarzyskie. Pełnił więc funkcję reprezentacyjną. Nierzadko plac miejski wyznaczał też kierunek i formę przyszłego rozwoju miasta oraz pełnił funkcje komunikacyjne.

W kontekście kształtowania poczucia tożsamości przestrzennej należy jednak podkreślić, że plac miejski spełniał i nadal spełnia szereg ważnych funkcji społecznych, w tym funkcje przynależności i identyfikacji, tworzenia więzi międzyludzkich, współdziałania i partycypacji społecznej, a także funkcje kulturotwórcze i rekreacyjne, dzięki czemu zaspokajają wiele potrzeb człowieka (Gaweł, Szafranek, 2018).

Plac miejski należy również zakwalifikować jako jeden z rodzajów miejskich przestrzeni publicznych. Rozpatrując przestrzeń publiczną w perspektywie związanej z jej społecznym doświadczeniem, należy wymienić – za K. Bierwiazconkiem (2018) – jej główne cechy: przestrzeń publiczna to obszar posiadający publicznego (państwowego lub samorządowego) właściciela, charakteryzujący się semiotycznością, która buduje identyfikacje przestrzenne mogące skutkować procesem segregacji społecznej, a także obszar o znaczeniu interakcyjnym i komunikacyjnym. Przestrzeń publiczna, w tym także plac miejski, stanowi obszar, w którym użytkownicy wchodzą w relacje z innymi osobami (warunkiem musi być zatem obecność innych ludzi, zarówno znajomych, jak i obcych), jak również odczytują znaczenia zakodowane w przestrzeni wpływające na ich identyfikacje przestrzenne i społeczne (Bierwiazzonek, 2018). Wymieniając cechy miejskiej przestrzeni publicznej z punktu widzenia jej użytkownika, można określić ją jako „obszar w mieście, który jest dostępny, przyciągający, umożliwiający konfrontację z innymi użytkownikami miasta, estetyczny, w którym ludzie chcą się spotykać, działać i czują się bezpiecznie” (Bierwiazzonek, 2016: 42). W ten sposób rozumiane (miejskie) przestrzenie publiczne mogą być pogrupowane według typologii K. Bierwiazconka, T. Nawrockiego (2017) i K. Bierwiazconka (2021) w następujące typy:

- rynki miast i place miejskie (ryniki i place miejskie, place targowe i bazyry oraz miejsca pamięci),
- ulice (ulice z ruchem samochodowym lub ograniczonym ruchem, deptaki),
- tereny otwarte (m.in. parki miejskie, place zabaw, tereny sportowo-rekreacyjne, niezagospodarowane przestrzenie otwarte, ścieżki spacerowe i rowerowe, cmentarze),
- przestrzenie prywatne w sensie prawnym, lecz publiczne w sensie społecznym (centra handlowe i usługowe, centra i parki rozrywki),
- przestrzenie lokalne (m.in. skwery, podwórka, przestrzenie między budynkami, deptaki),
- miejsca trzecie (sąsiedzkie, ogólnomiejskie; Bierwiazzonek, Nawrocki, 2017; Bierwiazzonek, 2021).

Przestrzeniom publicznym można przypisać określone znaczenia społeczne. Podstawowym znaczeniem przestrzeni publicznych jest funkcja użytkowa, która może być rozumiana dwojako – w odniesieniu do codziennego wykorzystywania przestrzeni na aktywności konieczne, bezrefleksyjne, powtarzalne, rutynowe (np. pokonywanie trasy do pracy lub szkoły, wyjście na zakupy, z psem) oraz w odniesieniu do okazjonalnego, intencjonalnego wykorzystywania przestrzeni, związanego z zainteresowaniami, stylem życia, któremu sprzyjają wysoka jakość, różnorodność i atrakcyjność przestrzeni. Przestrzenie publiczne mają także znaczenie interakcyjne, tj. związane ze współdzieleniem przestrzeni z innymi osobami – tak obcymi, jak znajomymi – oraz z nawiązywaniem interakcji, budowaniem i rozwijaniem relacji przez spotkania czy rozmowy (przypadkowe i intencjonalne). Specyficzną funkcją przestrzeni publicznych jest znaczenie obywatelskie – mogą być to miejsca działań o charakterze obywatelskim i politycznym. Kolejne społeczne znaczenie przestrzeni publicznej to znaczenie aksjologiczne, wskazujące, że przestrzeń publiczna jest dla mieszkańców miasta ważnym punktem odniesienia związanym z wartościami, co przejawia się np. w krytykowaniu stanu przestrzeni czy też podkreślaniu jej wagi i traktowaniu jej jako swojej. Podobnie znaczenie symboliczne – wskazuje ono na to, że dane miejsce świadczy o charakterze miasta i jest z nim nierozdzielnie związane, niejako wpisane w jego obraz, nawiązujące do jego historii. Ostatnim

znaczeniem przestrzeni publicznych jest znaczenie tożsamościowe, odnoszące się do jej roli w budowaniu tożsamości indywidualnej i zbiorowej, a także związane z cechami i stereotypami danej przestrzeni wynikającymi z jej historii, urbanistyki, wydarzeń, funkcji budujących i współtworzących tożsamość miasta (Bierwiaczonok, 2018, 2021).

Wymienione znaczenia przestrzeni publicznej, jaką jest m.in. plac miejski, dotyczą wybranego obszaru badań – placu Zwycięstwa w Łodzi, który miał w przeszłości i ma także obecnie (lecz w różnym stopniu zachowane i widoczne) rozmaite znaczenia: użytkowe, interakcyjne, obywatelskie, aksjologiczne, symboliczne i tożsamościowe.

### **Tożsamość przestrzenna na przykładzie wybranego placu miejskiego w Łodzi – przesłanki, cel, metodyka badań**

Badanie szeroko rozumianej tożsamości stało się w ostatnim czasie nie tylko popularne, lecz także społecznie pożądanym, co ma związek z powrotem do korzeni, historii, jak również z eksperymentowaniem tożsamością, odnajdywaniem sensu i znaczeń w podmiotowej i sprawczej sile człowieka (Dymnicka, 2017). W niniejszym artykule podjęto tę problematykę w odniesieniu do wybranego obiektu – miejsca w przestrzeni miejskiej silnie związanego z przemysłową przeszłością Łodzi, czyli placu Zwycięstwa.

Z uwagi na wieloaspektowy charakter tożsamości terytorialnej skoncentrowano się głównie na trzech podstawowych problemach, zagadnieniach związanych z placem Zwycięstwa w Łodzi:

- identyfikacji wyznaczników tożsamości miejsc o charakterze poprzemysłowym,
- określeniu znaczenia (roli) przeszłości historycznej miejsc o charakterze poprzemysłowym w procesie budowania tożsamości terytorialnej,
- identyfikacji roli, jaką miejsca (obiekty materialne) o charakterze poprzemysłowym odgrywają w procesie budowania tożsamości terytorialnej mieszkańców.

Głównym celem artykułu była zatem próba odpowiedzi na pytanie, czy plac Zwycięstwa w Łodzi, będący przykładem przestrzeni poprzemysłowej o unikatowych walorach historycznych i symbolicznych, w oczach jego mieszkańców stanowi źródło tożsamości terytorialnej, istotny punkt, z którym mieszkańcy się utożsamiają i który wzbudza w nich pozytywne odczucia. Realizacja tego celu została poprzedzona identyfikacją elementów (wyznaczników) tworzących specyfikę historyczną i symboliczną placu Zwycięstwa, a także poznaniem opinii mieszkańców Łodzi o tym miejscu w kontekście wpływu, jaki wywiera ono na tworzenie poczucia tożsamości z tym miejscem.

Podjęcie problematyki tożsamości terytorialnej wymagało zastosowania szeregu metod badawczych. Sięgnięto po techniki i narzędzia w ramach metod ilościowych (wywiad kwestionariuszowy, inwentaryzacja) i jakościowych (kwerenda literatury, analiza wybranych dokumentów miejskich instytucji, obserwacja bezpośrednia w terenie). Inwentaryzacja i obserwacja w terenie połączone z dokumentacją fotograficzną zostały przeprowadzone w roku 2021 (maj–lipiec), 2022 (październik) i 2023 (czerwiec). Miały one na celu określenie i ocenę aktualnego stanu zagospodarowania badanej przestrzeni publicznej, identyfikację i ocenę jej aktualnych funkcji i znaczenia, a także porównanie ze stanem wiadomości o historii obszaru pozyskanych z literatury.

Kluczowym elementem badań były wywiady kwestionariuszowe przeprowadzone na grupie 150 mieszkańców Łodzi, którzy w momencie badania przebywali na placu Zwycięstwa. Wyboru respondentów dokonano metodą doboru celowego dostępnościowego. Badania prowadzono w okresie od maja do lipca 2021 r.

W badanej grupie respondentów nieznacznie przeważały kobiety (62%) oraz osoby z wykształceniem średnim (48%) i wyższym (32%). Były to osoby głównie w średnim wieku, tj. między 40 a 59 rokiem życia (42%), oraz nieco młodsze, tj. między 26 a 39 rokiem życia (35%). W zdecydowanej większości (72%) byli to mieszkańcy Starego Widzewa (dzielnicy bezpośrednio sąsiadującej z placem Zwycięstwa). W dniu prowadzonych badań głównym celem pobytu respondentów na badanym placu były zakupy (45%) oraz załatwianie spraw urzędowych (29%) – w bliskim sąsiedztwie placu Zwycięstwa zlokalizowanych jest kilka ważnych instytucji, tj. sanepid, NFZ oddział Łódź Górna, Bank PKO BP oraz liceum ogólnokształcące. Warto dodać, że żaden z respondentów nie zadeklarował pobytu związanego z funkcją rekreacyjno-towarzyską.

Celem przeprowadzonego wywiadu było poznanie opinii mieszkańców na temat tożsamości badanej przestrzeni, ze szczególnym uwzględnieniem znajomości jej historii oraz emocji, jakie wzbudza w respondentach. Zbadano także stopień identyfikacji tożsamości respondentów z placem Zwycięstwa. Kwestionariusz liczył 15 pytań, w tym 8 otwartych i 7 zamkniętych. Pytania sformułowane były m.in. następująco: Jak wyglądał i jaką rolę odgrywał w przeszłości obecny plac Zwycięstwa? Jakie znaczenie w tworzeniu tożsamości miasta ma jego przeszłość przemysłowa? Jakie elementy krajobrazu Łodzi są najbardziej atrakcyjne? Jakie emocje (pozytywne, negatywne czy obojętne) wzbudza plac Zwycięstwa? Jakie skojarzenia budzi przestrzeń placu Zwycięstwa, z jakimi obiektami/miejscami się kojarzy? Czy respondent identyfikuje się z placem Zwycięstwa, a jeśli tak, to z jakimi elementami dziedzictwa materialnego?

#### CHARAKTERYSTYKA OBSZARU BADAŃ – PLAC ZWYCIĘSTWA W ŁODZI JAKO PRZESTRZEŃ PUBLICZNA ZWIĄZANA Z DZIEDZICTWEM PRZEMYSŁOWYM MIASTA

Wybór placu Zwycięstwa w Łodzi jako obszaru badań związanego z tożsamością i dziedzictwem przemysłowym miasta nie był przypadkowy. Jest to jeden z najstarszych placów miejskich w Łodzi, o bardzo bogatej i zarazem trudnej, wielowątkowej historii. Geneza tego miejsca sięga pierwszego okresu dynamicznego uprzemysłowienia miasta i rozwoju przemysłu włókienniczego (bawełnianego), czyli pierwszej połowy wieku XIX. Pierwotna nazwa placu brzmiała Wodny Rynek – z uwagi na obecność terenów podmokłych i okolicznych cieków wodnych (m.in. Jasień, Lamus), dzięki którym w mieście rozwinął się przemysł włókienniczy. Plac Zwycięstwa jest zlokalizowany w śródmieściu, ograniczają go ulice Wodna (od wschodu) i Targowa (od zachodu; rycina 1). Stanowi on fragment jednego z najbardziej rozpoznawalnych, obok Manufaktury i ulicy Piotrkowskiej, miejsc w Łodzi, czyli historycznej dzielnicy przemysłowej – Księżego Młyna (kompleksu przemysłowo-mieszkaniowego założonego przez króla bawełny – Karola Scheiblera). Powstanie placu Zwycięstwa było konsekwencją utworzenia w Łodzi w 1840 r. tzw. Nowej Dzielnicy, której celem było zapewnienie dalszego intensywnego rozwoju miasta przemysłowego.

Plac ten został zaprojektowany jako miejsce centralne i zarazem najważniejsze w tej części Łodzi, a także jako miejsce konkurencyjne wobec istniejącego już – wytyczonego na początku lat 20. XIX w. – Rynku Nowego Miasta (dzisiejszego placu Wolności). Jego znaczenie wzrosło dzięki temu, że właśnie w tym miejscu, w dolinie rzeki Jasień, bezpłatne grunty na wieczną dzierżawę od miasta otrzymał jeden z najważniejszych łódzkich fabrykantów – Karol Scheibler. Przybył on do Łodzi z Nadrenii w 1848 r. (Kobojek, 1998). Jego zaangażowanie i działalność na rzecz rozwoju przemysłu bawełnianego na długie

Rycina 1. Fragment śródmieścia Łodzi, czyli dawnej Nowej Dzielnicy związanej z kompleksem przemysłu bawełnianego K. Scheiblera – Księżym Młynem (plac Zwycięstwa został zaznaczony kolorem czerwonym)



1 – domy robotników (fot. 4), 2 – pałac Scheiblera (obecnie Muzeum Kinematografii) (fot. 2), 3 – budynki pierwszej fabryki Scheiblera tzw. Centrala (fot. 1), 4 – park Źródlika I, 5 – park Źródlika II, 6 i 7 – budynki dawnej przędzalni i tkalni bawełny (obecnie kompleks biurowy „Textorial Park”), 8 – domy robotników na Księżym Młynie (tzw. famuły), 9 – budynek straży pożarnej, 10 – budynek przędzalni (obecnie kompleks mieszkalno-usługowy „Lofty u Scheiblera”), 11 – willa Herbsta, 12 – zakłady przemysłowe „Uniontext”

Źródło: opracowanie własne na podstawie podkładu kartograficznego w skali 1:10711 ©autorzy OpenStreetMap (Open Database License CC BY-SA 2.0.)

lata wyznaczyły charakter funkcjonalny tego obszaru i zarazem ukształtowały jego świadomość społeczną. Z inicjatywy Scheiblera przestrzeń ta w dość krótkim czasie zaczęła pełnić znaczące funkcje gospodarcze, społeczne, rekreacyjne i symboliczne, niejako automatycznie stając się centrum ówczesnego życia społeczno-gospodarczego całego miasta. W północnej części Wodnego Rynku w latach 1865–1868 Scheibler wybudował osiedle robotnicze w formie pięciu domów, które istnieje do dziś. Rozwój przedsięwzięcia doprowadził do szybkiego wzbogacenia się fabrykanta, który wyprzedził swoich konkurentów, m.in. L. Geyera, i stał się potentatem łódzkiej gospodarki. Pierwsze budynki całego zespołu fabrycznego – tzw. centrali – przy ówczesnym Wodnym Rynku (dzisiejszym placu Zwycięstwa) zaczęły powstawać od 1855 r. Były to: przędzalnia bawełny, tkalnia, kotłownia, magazyny i wykończalnia. Najbardziej dynamiczny rozwój przemysłowy fabryk Scheiblera datowany jest na lata 1865–1869, gdy rozbudowano przędzalnię i wybudowano nową tkalnię. Pierwsza mechaniczna przędzalnia Scheiblera dzięki instalacji nowoczesnego parku maszynowego stała się najnowocześniejszą przędzalnią w Łodzi. Jako pierwsza w Polsce została ona wybudowana z czerwonej, nieotynkowanej cegły, co zapoczątkowało nowy trend w architekturze fabrycznej (wielkoprzemysłowej), która dotychczas była wznoszona w stylu architektury klasycystycznej (fotografia 1).

Fotografia 1. Budynek pierwszej przędzalni K. Scheiblera przy placu Zwycięstwa 2 – tzw. Centrala



fot. K. Smętkiewicz, październik 2022 r.

Przy obecnym placu Zwycięstwa Karol Scheibler wybudował swój pałac, który od 1986 r. jest siedzibą jedyne w Polsce Muzeum Kinematografii (fotografia 2). We wschodniej części pierwotnie stał parterowy dom mieszkalny rodziny Scheiblerów, wybudowany w 1855 r., a następnie rozbudowany w latach 1865–1867 w stylu neorenesansowym, w latach 1884–1886 zaś dalej rozbudowany według projektu architekta E. Lilpopa. Wnętrza pałacu w stylu eklektycznym są bogato zdobione i wyposażone. W ostatnich latach dzięki zaangażowaniu funduszy unijnych realizowany jest projekt o nazwie „Zwiększenie dostępności dorobku polskiej kinematografii poprzez zachowanie zabytkowej infrastruktury Pałacu Scheiblera”, mający na celu rewitalizację tego obiektu jako dziedzictwa kulturowego.

Przy placu Zwycięstwa znajdują się również najstarsze łódzkie parki – park Źródlińska I i park Źródlińska II, czyli pierwsze w Polsce publiczne parki miejskie, które były zaprojektowane jako miejsce relaksu i wypoczynku dla łódzkich robotników. Parki te były kiedyś jednym parkiem – Ogrodem Spacerowym założonym w 1840 r. jako część zielona (ówcześnie o charakterze leśnym, o błotnistym podłożu obfitującym w źródła wody) na terenie Nowej Dzielnicy. Pod koniec lat 50. XIX w. Ogród Spacerowy został podzielony, jego zachodnia część (obecnie park Źródlińska II) sprzedano fabrykantowi Karolowi Scheiblerowi, a od lat 80. XIX w. część wschodnia (obecnie park Źródlińska I o dawnej nazwie *Kwela*, niem. *die Quelle* – „źródło”) została wydzierżawiona Scheiblerowi (do 1906 r.). W tym czasie zinwentaryzowano drzewostan, wybudowano estradę, zorganizowano pierwszą wystawę ogrodniczą (w 1892 r.), a także zadbano o alejki spacerowe i roślinność. Parki te do dziś stanowią ważne tereny rekreacyjne z uwagi na ich atrakcyjność, dobre zagospodarowanie, infrastrukturę, estetykę, a także palmiarnię w parku Źródlińska I.

Drugi etap rozwoju całego zespołu przemysłu bawełnianego K. Scheiblera rozpoczął się w 1870 r., gdy zakupił on grunty na terenie Księżego Młyna – tzw. posiadłości wodno-fabryczne – na których powstały dwie przędzalnie, tkalnia, niciarnia, gazownia, własna bocznicza kolejowa i magazyn, a pracownicy tych zakładów mieli zapewnione mieszkania na osiedlach fabrykanckich (w jednopiętrowych, ceglanych domach – tzw. famułach) oraz dostęp do sklepu spożywczego (konsumy), apteki, szpital, oraz nieodpłatną szkołę dla dzieci. Nad bezpieczeństwem przeciwpożarowym czuwała własna jednostka – remiza straży pożarnej przy ul. Tymienieckiego. W latach 1870–1873 Karol Scheibler wybudował również największy obiekt przemysłowy w Łodzi – przędzalnię bawełny (o wymiarach 207 m x 35,5 m) przez co jako pierwszy w Polsce nawiązywał do średniowiecznej architektury obronnej i mauretańskiej (z wykorzystaniem żeliwnych ornamentów), tworząc wzór dla kolejnych monumentalnych budowli wielkoprzemysłowych Łodzi (Kobołek, 1998; Suliborski, 2011). Budynek zabytkowej przędzalni został poddany renowacji i od 2010 r. pełni funkcje mieszkaniowo-usługowe (lofty „U Scheiblera”).

W ten sposób powstała zwarta dzielnica mieszkalno-przemysłowa, swoiste miasto w mieście – Księży Młyn, czyli tzw. posiadła wodno-fabryczne związane z rzeką Jasień. Księży Młyn jest interesującym w skali nie tylko Polski, lecz także Europy przykładem dobrze zachowanego obszaru poprzemysłowego z XIX w., opartego na charakterystycznym dla Łodzi układzie urbanistycznym, zawierającym zabudowania fabryczne, rezydencję fabrykanta i osiedle mieszkaniowe robotników (Stefański, 2016). Księży Młyn stanowił samodzielny i samowystarczalny organizm miejski, który zaspokajał wszystkie potrzeby mieszkańców. Integralną częścią tego zespołu fabryczno-mieszkalnego jest również neorenesansowa willa – rezydencja Herbstów, otoczona ogrodem, wybudowana ok. 1875 r. dla córki K. Scheiblera, Matyldy, i jej męża, Edwarda Herbst. Obecnie, po wieloetapowych,

*Fotografia 2.* Pałac Scheiblera przy placu Zwycięstwa, obecnie siedziba Muzeum Kinematografii – ujęcie od frontu z perspektywy skweru im. L. Niemczyka oraz od strony tylnej



fot. K. Smętkiewicz, październik 2022 r.



generalnych pracach remontowych i konserwatorskich, willa jest siedzibą Muzeum Pałac Herbsta, będącego częścią Muzeum Sztuki w Łodzi.

Cały kompleks Księżego Młyna został wpisany do rejestru zabytków, a od wielu lat trwają starania, by znalazł się na liście Światowego Dziedzictwa UNESCO. Od 2011 r. jest on poddawany procesom rewitalizacji, ponadto przez Miasto Łódź realizowane są projekty wykorzystujące środki unijne, m.in. projekt „Szlakiem architektury włókienniczej. Rewitalizacja Księżego Młyna”, mający na celu wykonanie prac konserwatorskich i restauratorskich oraz robót budowlanych w istniejących budynkach wraz z zagospodarowaniem przestrzeni publicznej Księżego Młyna (celem jest nadanie im funkcji społecznych i gospodarczych oraz utrzymanie funkcji mieszkaniowych w dawnych famułach).

W 2015 r. Księży Młyn jako jeden z kluczowych obszarów związanych z przemysłem i wielokulturowością Łodzi, odzwierciedlających znaczącą rolę fabrykantów w kształtowaniu miasta, wskazujących na autentyczność i wartość XIX-wiecznej zabudowy, uzyskała miano Pomnika Historii dzięki wpisowi na listę Prezydenta RP pt. „Łódź – wielokulturowy krajobraz miasta przemysłowego” (<https://zabytek.pl/>).

Nowa Dzielnica, której serce stanowiło imperium K. Scheiblera, doskonale wpisuje się w poprzemysłowy krajobraz Łodzi, będący autentycznym świadkiem historii miasta oraz wyznacznikiem jego tożsamości terytorialnej, związanej z dziedzictwem industrialnym.

Jednym z istotnych elementów urbanistycznych Nowej Dzielnicy jest plac Zwycięstwa (rycina 2). Jest to miejsce szczególne, gdyż silnie związane z historią dynamicznie rozwijającego się przemysłu bawełnianego w Łodzi, które zachowało funkcje

Rycina 2. Plac Zwycięstwa w Łodzi wraz z otoczeniem



1 – domy robotników na placu Zwycięstwa (fot. 4), 2 – parking (fot. 4), 3 – przejście podziemne pod al. Piłsudskiego, 4 – przystanek tramwajowy Piłsudskiego–Targowa (fot. 3), 5 – al. Piłsudskiego jako jedna z głównych arterii miasta (fot. 3), 6 – skwer im. L. Niemczyka (fot. 5), 7 – pałac Scheiblera (obecnie Muzeum Kinematografii; fot. 2, 5), 8 – budynki pierwszej fabryki Scheiblera tzw. Centrala (fot. 1, 5), 9 – park Źródlika I, 10 – park Źródlika II

Źródło: opracowanie własne na podstawie podkładu kartograficznego w skali 1:2678 ©autorzy OpenStreetMap (Open Database License CC BY-SA 2.0.)

przemysłową i symboliczną przez cały okres PRL-u, istotnie tracąc na znaczeniu dopiero z chwilą nadejścia transformacji systemowej. To właśnie tam powstał jeden z najważniejszych i największych zakładów przemysłowych Łodzi, co na długie lata zdecydowało o charakterze i przeznaczeniu zarówno gospodarczym, jak i społecznym tego miejsca. Poza tym pełnił on ważną funkcję mieszkaniową, a dzięki ulokowaniu w jego centralnej części placu targowego – pomyślanego jako teren zbytu i zakupu podstawowych dóbr – także funkcję handlową. Od 1861 r. plac ten stał się również miejscem pierwszych demonstracji i manifestacji robotników.

W miarę upływu lat znaczenie placu Zwycięstwa w sferze społecznej i gospodarczej nie malało, aczkolwiek z uwagi na podjęte w okresie PRL-u decyzje urbanistyczne uległo ono istotnej zmianie. W okresie gospodarki centralnie planowanej rozpoczął się bowiem nowy etap w dziejach placu, będący konsekwencją przede wszystkim przebudowy urbanistyczno-architektonicznej Łodzi, która na zawsze i w sposób nieodwracalny zmieniła jego charakter. W latach 70. XX w. plac został przedzielony na dwie części dwujezdniową trasą W–Z – jedną z głównych arterii komunikacyjnych miasta (dziś al. Piłsudskiego, wcześniej ul. Mickiewicza, jeszcze wcześniej ul. Główna – jako główna ulica Nowej Dzielnicy). Zmiana ta całkowicie podzieliła integralny do tej pory obszar placu Zwycięstwa na części północną i południową (fotografia 3). W części północnej placu w latach 60. XX w. pojawiły się zabudowa blokowa (osiedle Zbiorcza) i dwa wysokie biurowce, dawne siedziby Zjednoczonego Przedsiębiorstwa Handlu Zagranicznego

*Fotografia 3.* Plac Zwycięstwa przedzielony al. Piłsudskiego, widok na część południową placu ze skwerem L. Niemczyka



fot. K. Smętkiewicz, czerwiec 2023 r.

„Textilimpex” oraz Zakładów Medycznych przy Centralnym Laboratorium Przemysłu Bawełnianego, co zaburzyło jedność architektoniczno-urbanistyczną tego miejsca. Przebudowa ta, w połączeniu z procesem nacjonalizacji wszystkich zlokalizowanych przy placu obiektów, a także przekształceniem niektórych w instytucje użyteczności publicznej (zwłaszcza dawnych rezydencji), wpłynęła znacząco na charakter tej przestrzeni, a także na jej funkcje. Swoje pierwotne role zachowały jedynie robotnicze osiedla, nadal zamieszkiwane przez pracowników przedsiębiorstw przemysłowych, oraz obiekty przemysłowe (Suliborski, 2011). W okresie gospodarki centralnie planowanej było to miejsce pochodów pierwszomajowych, a zatem plac jako przestrzeń publiczna miał również znaczenie obywatelskie.

Wskutek transformacji ustrojowo-gospodarczej początek ostatniej dekady XX w. wiązał się stopniową utratą znaczenia przemysłu w gospodarce (w przeciwieństwie do okresu wcześniejszego), co rozpoczęło powolny proces upadku wielu zakładów i obszarów przemysłowych w wielu miastach Polski (większych i mniejszych). Miało to dotkliwe konsekwencje w sferze zarówno społecznej, jak i gospodarczej oraz funkcjonalno-przestrzennej. Przeobrażenia takie są szczególnie widoczne na obszarach o funkcji przemysłowej – obszar taki popada najczęściej w sytuację kryzysową i ulega wielopłaszczyznowej degradacji (Madeja, Smętkiewicz, 2021). Sytuacja ta wystąpiła również w Łodzi i spowodowała bardzo wyraźny upadek przemysłu włókienniczego w mieście. Wprowadzenie gospodarki rynkowej wpłynęło na całkowity zanik funkcji przemysłowej także na obszarze dawnego imperium bawełnianego Karola Scheiblera – Księżym Młynie – i w jego otoczeniu, czego symbolicznym wyrazem było zamknięcie największego w Polsce przedsiębiorstwa włókienniczego, czyli Zakładu Przemysłu Włókienniczego „Uniontex”, zlokalizowanego w jego sąsiedztwie. Przemiany te spowodowały, że miejsce pracy utraciła większość zamieszkujących w pobliżu placu mieszkańców, w konsekwencji czego degradacji uległa tkanka nie tylko materialna, lecz także kulturowa i społeczna tego obszaru. Niestety ślady tej degradacji (poprzemysłowe nieużytki, pustostany i zdezastowane budynki pofabryczne) w dalszym ciągu są zauważalne, mimo że od blisko dwóch dekad przeprowadzane są w sposób dynamiczny i wzorcowy działania naprawcze, renowacje, a także trwają procesy rewitalizacji – realizowane zarówno przez instytucje oraz władze publiczne, jak i przez prywatnych inwestorów. Wydobycie obszaru ze stanu kryzysowego jest jednak długotrwałe, kapitałochłonne i zależy od różnych uwarunkowań formalnoprawnych, więc na pełne przeobrażenie obszarów poprzemysłowych Łodzi pozostaje jeszcze poczekać. Opisane procesy zaistniały również na analizowanym placu Zwycięstwa, co nie pozostało bez wpływu na jego znaczenie funkcjonalne i symboliczne.

Współcześnie plac Zwycięstwa nie pełni już swojej dawnej funkcji placu targowego. W części północnej, powstałej po przecięciu placu ulicą, wzdłuż dawnego osiedla robotniczego zlokalizowany jest parking (fotografia 4), pod al. Piłsudskiego znajduje się zaś przejście podziemne dla pieszych łączące obie części placu. Przez północną część placu przebiega również ścieżka rowerowa, a wzdłuż al. Piłsudskiego – linia tramwajowa z przystankiem Piłsudskiego–Targowa (fotografia 3). Infrastruktura ta wpływa pozytywnie na dostępność transportową tego obszaru.

Południowa część placu Zwycięstwa została przekształcona w skwer zieleni, który od 2009 r. nosi imię Leona Niemczyka (fotografie 3, 5). Tuż przy skwerze znajduje się dawny pałac Karola Scheiblera, obecnie siedziba Muzeum Kinematografii. Z budynkiem tym sąsiadują od strony wschodniej zabudowania fabryczne Scheiblera – tzw. Centrala (fotografia 5).

*Fotografia 4.* Plac Zwycięstwa (część północna) – parking i osiedle robotnicze wybudowane przez K. Scheiblera w latach 60. XIX w.



fot. K. Smętkiewicz, czerwiec 2023r .

*Fotografia 5.* Plac Zwycięstwa (część południowa), pałac Scheiblera (obecnie Muzeum Kinematografii) i ceglane zabudowania fabryczne (tzw. Centrala) otoczone skwerem L. Niemczyka



Fot. K. Smętkiewicz, czerwiec 2023 r.

Mimo że charakter, funkcje i wygląd placu Zwycięstwa w ciągu ostatniego stulecia uległy diametralnym przemianom, wciąż jest to przestrzeń mająca ogromny potencjał i bogatą historię, które mogą stanowić punkt wyjścia dla badań dotyczących tożsamości terytorialnej. O rozpoznawalności placu Zwycięstwa na mapie i w przestrzeni współczesnej Łodzi świadczy też burzliwa dyskusja, która toczyła się w 2018 r. i dotyczyła zmiany nazwy – na plac im. Lecha Kaczyńskiego, co miało zostać wprowadzone w ramach ustawy dekomunizacyjnej (<https://uml.lodz.pl>). Nazwy placu ostatecznie nie zmieniono, jednak sytuacja ta wskazuje, że miejsce to nie jest Łodzianom obojętne i nadal wzbudza w nich wiele emocji.

## **ROLA I ZNACZENIE PRZESTRZENI POPRZEMYSŁOWYCH W BUDOWANIU TOŻSAMOŚCI TERYTORIALNEJ NA PRZYKŁADZIE PLACU ŻWYCIĘSTWA – WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH**

### **Znajomość historii i funkcji placu Zwycięstwa przez społeczność lokalną**

W kontekście tak bogatej historii, silnie związanej z przemysłowymi tradycjami miasta, plac Zwycięstwa nie jest mieszkańcom obojętny, choć jego postrzeganie nie jest jednoznaczne. Zdecydowana większość badanych (68%) nie potrafi określić, kiedy i w jakim celu powstało to miejsce, a także, co ciekawe, żaden z respondentów nie znał jego pierwotnej nazwy (Wodny Rynek). Jedynie niecałe 10% badanych kojarzyło to miejsce z obszarem określanym jako Księży Młyn. Badania pokazały, że w zdecydowanej większości mieszkańcy Łodzi dysponują niewielką wiedzą na temat historii tego miejsca. Mniej niż 10% badanych wiązała jego historię z wielkoprzemysłowym rozwojem Łodzi i nazwiskiem Karola Scheiblera. Warto również dodać, że nazwiska kreatorów tego miejsca w ogóle rzadko były przez respondentów wymieniane, co świadczy o nikłej znajomości nie tylko biografii Scheiblera, lecz także przemysłowej historii Łodzi.

O nieznajomości historii tego miejsca świadczy wynik badania wskazujący, że zaledwie 4% respondentów miała świadomość, że do czasów II wojny światowej plac ten tworzył integralną całość. Warto dodać, że ów brak wiedzy wpływa na poczucie wartości historycznej tego miejsca. Blisko 70% badanych przyznało, że plac Zwycięstwa nie jest miejscem godnym pamięci historycznej, przy czym znacznie częściej należny mu szacunek deklarowały osoby starsze, tj. powyżej 60 roku życia, niż młodsze. Należy także podkreślić, że tylko co piąty respondent potrafił wskazać funkcję, jaką plac ten pełnił w przeszłości, wskazując głównie na jego rolę jako miejsca pochodów pierwszomajowych. Co drugi respondent wskazał na jego obecną funkcję. Wśród wymienianych odpowiedzi najczęściej pojawiała się funkcja komunikacyjna (z uwagi na zlokalizowany tam parking), funkcja mieszkaniowa i szeroko rozumiana funkcja usługowa z racji zlokalizowanej tam szkoły średniej, instytucji sanepidu i dyskontu Biedronka. Co ciekawe, żaden z respondentów nie wymienił placu jako miejsca spotkań czy integracji społecznej, a zatem nie przyznał mu funkcji, która teoretycznie najsilniej powinna łączyć się z placem miejskim.

## **Rola dziedzictwa przemysłowego w kształtowaniu tożsamości miasta Łodzi na przykładzie placu Zwycięstwa w opinii społeczności lokalnej**

W kontekście ogólnie nikłej znajomości historii placu Zwycięstwa, a co za tym idzie – przypisywaniu mu niewielkiej wartości historycznej ciekawych wniosków dostarczyły odpowiedzi respondentów na pytanie o rolę, jaką w tworzeniu tożsamości tego miejsca odgrywają obszary poprzemysłowe, silnie związane z przeszłością historyczną miasta. Zdaniem większości badanych (72%) przeszłość historyczna oparta na dziedzictwie przemysłowym ma duże znaczenie w procesie kreowania tożsamości. Respondenci, którzy wyrazili taką opinię, byli zgodni, że dziedzictwo przemysłowe stanowi unikalną wartość, która wyróżnia i uatrakcyjnia miasto, co w dużym stopniu stanowi element łączący mieszkańców oraz budujący ich lokalny patriotyzm. Część badanych przyznała nawet wprost, że dziedzictwo przemysłowe to jedyny atut miasta, z którego można być dumnym. Docenianie przez mieszkańców dziedzictwa przemysłowego w budowaniu tożsamości miasta pośrednio ujawniło też pytanie o najatrakcyjniejsze elementy krajobrazu Łodzi. Zdecydowana większość respondentów wymieniła na pierwszym miejscu odrestaurowane budynki fabryczne (69%) oraz kamienie czynszowe pochodzące z okresu największego rozwoju miasta (56%). Dalej wymieniono: dużą liczbę terenów zielonych (43%) oraz bogatą ofertę miejsc rozrywki i rekreacji (39%). Taki rozkład odpowiedzi pozwala domniemywać, że łodzianie są dumni z przemysłowej przeszłości miasta. Niestety, plac Zwycięstwa, choć jest wyrazem przemysłowej historii miasta, nie budzi w respondentach pozytywnych emocji. Na pytanie, jakie emocje – pozytywne, negatywne czy obojętne – wzbudza plac Zwycięstwa, większość badanych wskazała na obojętne (52%), a następnie na negatywne (20%).

Wyniki badań potwierdzają zatem znaną tezę, że w kreowaniu tożsamości miejsca oprócz potencjału ważne jest odpowiednie jego wyeksponowanie i sprzedanie (czyli marketing miejski). Tymczasem plac Zwycięstwa jest miejscem zaniedbanym, w którym zachodzące zmiany – choć zauważane przez respondentów – są oceniane jako ambiwalentne. Określenia, z którymi najczęściej kojarzony jest plac Zwycięstwa, to przede wszystkim: parking (61%), dyskont Biedronka (42%) czy osiedlowe targowisko (25%). Odpowiedzi „trudno powiedzieć” udzieliło z kolei 42% badanych, co świadczy o braku emocjonalnego związku z tą przestrzenią, nieistnieniu szczególnych więzi z nią i o postawie obojętności wobec tego miejsca. Warty odnotowania jest także fakt, że zaledwie 8% badanych kojarzy ten obszar z domami dawnych pracowników fabryki Scheiblera, a jedynie 4% – z fabryką „Uniontex”. Taki rozkład odpowiedzi pozwala wnioskować, że mieszkańcy tylko w niewielkim stopniu wiążą to miejsce z przemysłową historią Łodzi. Znacznie częściej jest ono postrzegane przez pryzmat współczesnych funkcji użytkowych, związanych z ulokowaniem tam różnych obiektów o charakterze usługowym (parking, sklep, targ).

### **Elementy wpływające na tożsamość placu Zwycięstwa w opinii społeczności lokalnej**

Plac Zwycięstwa z uwagi na swoją długą historię oraz silne powiązania z przemysłowym charakterem miasta dysponuje walorami, które potencjalnie mogą kształtować i wzmacniać poczucie tożsamości mieszkańców z miastem. W świetle przeprowadzonej analizy wyznaczniki tożsamości tego miejsca kryją się w jego aspektach – zarówno

przyrodniczych, jak i antropogenicznych, w tym przede wszystkim w jego historii, tradycji i kulturze. Jest to zatem miejsce, które teoretycznie sprzyja budowaniu relacji między człowiekiem a przestrzenią. Wyznacznikami tożsamości przestrzennej związanej z dziedzictwem industrialnym mogą być walory niematerialne, np. wiedza i pamięć o historii związanej z działalnością przemysłową oraz dawnymi funkcjami terenu, a także zachowane ślady materialne w przestrzeni miasta, świadczące o znaczącej roli przemysłu w jego rozwoju. Wyznaczniki tożsamości przestrzennej placu Zwycięstwa zostały przedstawione w tabeli 1.

Tabela 1. Wyznaczniki tożsamości przestrzennej placu Zwycięstwa w Łodzi jako przestrzeni publicznej związanej z dziedzictwem przemysłowym miasta

Aspekt tożsamości przestrzennej	Wyznaczniki tożsamości przestrzennej placu Zwycięstwa w Łodzi
HISTORIA I TRADYCJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>– fragment współczesnego miasta zaplanowany w 1840 r. jako Nowa Dzielnica o funkcji mieszkaniowej</li> <li>– w XIX w. miejsce pełniące funkcje handlowe (targowisko), ale także miejsce, w którym rozgrywało się życie społeczne całego miasta (park Źródliśka)</li> <li>– miejsce silnie związane z przemysłem włókienniczym, położone w sąsiedztwie jednej z największych łódzkich fabryk (początek budowy kompleksu – 1854 r.)</li> <li>– miejsce zborne dla zbuntowanych robotników ze względu na położenie w bezpośrednim sąsiedztwie zakładów produkcyjnych (bunt robotniczej Łodzi)</li> <li>– miejsce licznych manifestacji i pochodów w okresie socjalizmu</li> </ul>
ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pierwotnie obszar zwartego kompleksu leśnego z liściastym drzewostanem</li> <li>– podmokły teren leżący między dolinami dwóch rzek (Jasieni i Łódki), co stanowiło atraktor dla lokalizacji przemysłu</li> <li>– zaprojektowany wraz z Nową Dzielnicą park angielski – park Źródliśka o leśnym charakterze, który był jednym z najpiękniejszych parków w Królestwie Polskim</li> </ul>
PRZESTRZEŃ ANTROPOGENICZNA (ARCHITEKTURA, ZABYTKI, INFRASTRUKTURA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zespół fabryczny Karola Scheiblera</li> <li>– zespół rezydencjonalny Karola Scheiblera, obecnie siedziba Muzeum Kinematografii</li> <li>– mieszkania robotnicze (z 1869 r.)</li> <li>– współczesna dominacja funkcji komunikacyjnej (główna arteria miasta przecinająca obszar oraz wielkoobszarowy parking)</li> </ul>
KULTURA MIEJSKA (WYDARZENIA CYKLICZNE, OFERTA SPĘDZANIA WOLNEGO CZASU, REKREACJA, PRZESTRZENIE PUBLICZNE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– w XIX w. na terenie parku Źródliśka odbywały się liczne wydarzenia kulturalne (lokalne i ponadregionalne), m.in. wystawy, występ pierwszego w Polsce cyrku – tzw. Musikgardeny, zielone świątki (miejsce spędzania czasu wolnego i rozrywki łódzian)</li> <li>– współcześnie park Źródliśka ponownie staje się miejscem rozrywki łódzian (wydarzenia kulturalne, m.in. cykliczne śniadania na świeżym powietrzu)</li> </ul>
INNE ELEMENTY CHARAKTERYSTYCZNE	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bliskie położenie Państwowej Wyższej Szkoły Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. L. Schillera, skwer im. Leona Niemczyka</li> <li>– konflikt wokół nazwy placu Zwycięstwa, który miał zostać zmieniony na plac im. Lecha Kaczyńskiego w ramach ustawy dekomunizacyjnej, spowodował duże zainteresowanie tym miejscem</li> </ul>

Źródło: Koncepcja i opracowanie na podstawie materiałów niepublikowanych autorstwa Patrycji Grzyś

W świetle pytania o to, czy mieszkańcy Łodzi identyfikują się z placem Zwycięstwa, blisko połowa respondentów odpowiedziała twierdząco (46%), przy czym znacznie częściej dotyczyło to osób starszych, powyżej 50 roku życia, oraz mieszkających przy lub w pobliżu placu. Świadczy to, że na relację człowieka z miejscem (określoną przestrzenią) w dużej mierze wpływają długość i bliskość obcowania z tą przestrzenią. Poproszono również mieszkańców o wskazanie elementów materialnych, które stanowią dla nich źródło identyfikacji z placem. Choć w ankiecie dopuszczono zaznaczenie możliwości „nie ma takich elementów”, to żaden z badanych nie skorzystał z tej opcji. Z kolei prawie 70% pytanym wymieniło co najmniej dwa takie elementy. Najwięcej wskazań otrzymały domy dawnych pracowników fabryki Scheiblera (72%) oraz pałac Scheiblera (obecnie Muzeum Kinematografii – 65%).

### **Współczesne znaczenie placu Zwycięstwa – wnioski z badań empirycznych i rekomendacje**

Przeprowadzone badania dowiodły, że największa moc w kreowaniu tożsamości z placem Zwycięstwa kryje się nie tyle w jego historii, ile w obecności obiektów dziedzictwa kulturowego (przemysłowego). Jest to bardzo ciekawe spostrzeżenie, ponieważ mieszkańcy w większości nie znali historii tego miejsca i nie mieli potrzeby uzupełnienia swojej wiedzy. Tymczasem obiekty o znaczeniu historycznym budzą w nich zdecydowanie pozytywne emocje, choć nie toczy się tam ich codzienne, miejskie życie – wręcz przeciwnie. W świetle badań respondenci bardzo rzadko odwiedzają wskazywane miejsca, a co czwarty z nich zadeklarował, że nie pamięta, kiedy był tam ostatnio. Nie można jednak wykluczyć, że odwołanie respondentów do elementów materialnych (przestrzennych) jako źródła ich tożsamości z tym miejscem ma inne podłoże. Nie można zapominać, że dzisiejszy plac Zwycięstwa to mało atrakcyjna przestrzeń publiczna, która poza parkingiem, przystankiem komunikacji miejskiej, osiedlem mieszkaniowymi oraz parkiem i skwerem (znajdującym się po drugiej stronie al. Piłsudskiego, w części południowej placu) nie oferuje wielu możliwości spędzania wolnego czasu. Jedynym obiektem zlokalizowanym przy samym placu, atrakcyjnym z punktu widzenia turystów i mieszkańców, może być Muzeum Kinematografii. Plac Zwycięstwa w przeciwieństwie do dawnego Wodnego Rynku, pełniącego funkcję handlową, nie jest miejscem sprzyjającym spotkaniom towarzyskim – oznacza to, że nie ma ono tak silnego znaczenia interakcyjnego czy też użytkowego jak niegdyś, nie ma też znaczenia intencjonalnego. Wraz z upadkiem komunizmu plac stracił też swoje znaczenie symboliczne i obywatelskie – jako miejsce pochodów pierwszomajowych. Na placu Zwycięstwa przebywa się raczej „przypadkiem” lub „przy okazji”, a nie z własnego wyboru, co świadczy o tym, że obecnie dominuje znaczenie użytkowe tej przestrzeni – korzysta się z niej w celach codziennych, rutynowych, niekoniecznie intencjonalnych. Brakuje niestety elementów, które zachęciłyby do spędzania czasu w tej przestrzeni i realizowania interakcji społecznych. Jedyną szansą na wdrażanie tej funkcji jest istnienie Muzeum Kinematografii i skweru zieleni w jego pobliżu. Wszystko to sprawia, że trudno jednoznacznie określić tożsamość tego miejsca.

Dodatkowo silnej relacji z tą przestrzenią nie sprzyja również fakt, że w ciągu ostatnich 20–30 lat obszar ten był miejscem znacznych rotacji społecznych. Od momentu wybudowania w pobliżu osiedla mieszkaniowego, a także wraz z postępującą dewastacją mieszczących się tam od dziesiątek lat fauńs struktura społeczna tego miejsca bardzo się zmieniła. Z jednej strony pojawiły się grupy osób dobrze sytuowanych, jednak w żaden



sposób niezwiązanych z tym miejscem (zjawisko gentryfikacji). Z drugiej strony ludzie, którzy mieszkali tam od pokoleń, albo zmienili swoje miejsce zamieszkania, albo z racji wieku nie są już osobami aktywnymi. To spowodowało, że obszar ten został pozbawiony wartości, jaką stanowiła wielopokoleniowość mieszkańców. Bez tej pierwotnej tkanki społecznej badany obszar został zredukowany do materialnych elementów historycznych (kulturowych), silnie osadzonych w historii, ale nie w pamięci ludzkiej – pozbawiony jest bowiem ludzkich znaczeń i społecznej specyfiki tego miejsca. Tymczasem tożsamość miasta to bez wątpienia dwustronna relacja: człowieka i przestrzeni, a także przestrzeni i człowieka.

Reasumując, współczesny plac Zwycięstwa jako przestrzeń publiczna charakteryzuje się znaczeniem głównie użytkowym, w mniejszym stopniu interakcyjnym, a jej znaczenie obywatelskie całkowicie zanikło. Znaczenia aksjologiczne, symboliczne i tożsamościowe tej przestrzeni są obecnie mniej widoczne w świadomości współczesnej społeczności lokalnej, mimo że plac Zwycięstwa niewątpliwie takie znaczenia posiada z uwagi na swoją historię, nierozzerwalnie związaną z rozwojem przemysłu włókienniczego w Łodzi.

W celu przyciągnięcia i zatrzymania użytkowników na placu Zwycięstwa, a tym samym – wzmocnienia znaczenia interakcyjnego tego miejsca należałoby stworzyć bardziej przyjazną przestrzeń, zadbać o jej większą estetykę i bezpieczeństwo (poprawa jakości przestrzeni np. na parkingu, skwerze, w przejściu podziemnym, w otoczeniu muzeum, wokół dawnych budynków fabrycznych, remont dawnych fabryk). Na zbudowanie tożsamości placu Zwycięstwa i nadanie mu znaczenia symbolicznego i tożsamościowego z pewnością pozytywnie wpłynęłyby takie działania informacyjno-promocyjne jak ulokowanie w przestrzeni publicznej tablic, szyldów czy wystawy plenerowej z prezentacją treści i zdjęć archiwalnych dotyczących historii placu oraz poszczególnych obiektów znajdujących się przy nim i w jego otoczeniu. Organizowanie spacerów edukacyjnych dla zainteresowanych mieszkańców tej części miasta również mogłoby przyczynić się do poprawy wiedzy o tym miejscu, a w konsekwencji – do zbudowania jego bardziej pozytywnego obrazu w świadomości łodzian i turystów.

## PODSUMOWANIE

Industrialna przeszłość Łodzi silnie odcisnęła swoje piętno na współczesnym krajobrazie tego miasta. Ma to swoje pozytywne i negatywne skutki. Z jednej strony w Łodzi wciąż można natknąć się na opuszczone i zaniedbane budynki pofabryczne, które choć dawniej miały wartość historyczną, to dziś szpecą krajobraz miasta. Z drugiej zaś strony nagromadzenie tych obiektów tworzy niepowtarzalny i unikalny w skali świata kapitał, który odpowiednio zagospodarowany i wypromowany może stanowić o sile miasta, a także przyczynić się do jego rozwoju i promocji. Jednym z takich miejsc jest z pewnością plac Zwycięstwa. Niestety – w świetle przeprowadzonych badań aktualnie nie spełnia on takiej funkcji. Wyniki badań pozwalają wysnuć wnioski, że w przypadku placu Zwycięstwa długa i bogata historia miejsca nie mają istotnego wpływu na tworzenie tożsamości terytorialnej. Deklarowana przez większość badanych nieznanostwo dziejów historycznych tego miejsca nie przeszkodziła jednak w nawiązywaniu pozytywnych relacji człowieka – mieszkańca Łodzi – z tą przestrzenią. Wydaje się jednak, że elementem koniecznym do wykształcenia owych więzi jest istnienie w przestrzeni obiektów o znaczeniu historycznym. Respondenci nie znając historii placu Zwycięstwa, budowali tożsamość z tym miejscem poprzez obiekty materialne, będące świadectwem

i wyrazem tejże historii. Na tej podstawie można stwierdzić, że przeszłość historyczna ma znaczenie o tyle, o ile posiada dostrzegany i doceniany przez mieszkańców wyraz materialny w postaci obiektów o znaczeniu historycznym. Oznacza to, że dla człowieka w budowaniu związków z miejscem szczególne znaczenie mają konkretne atrybuty, charakter i fizjonomia jego tkanki materialnej, a nie tylko zachowana i przekazywana z pokolenia na pokolenie pamięć historyczna.

Podsumowując, należy odwołać się do zarysowanych we wstępie zagadnień badawczych, zgodnie z którymi rola przeszłości historycznej w procesie budowania relacji człowiek–przestrzeń ma znaczenie pośrednie: tworzy ona podstawę dla powstania konkretnych artefaktów (obiektów materialnych). Te z kolei są niezbędne do wytworzenia relacji z miejscem, przez co bezpośrednio odpowiadają za tworzenie związku człowieka z przestrzenią. Zatem zarówno przeszłość historyczna miejsca, jak i jej materialny wyraz w postaci konkretnych obiektów dziedzictwa historycznego są niezbędne w budowaniu tożsamości terytorialnej, przy czym kluczową rolę odgrywają właśnie obiekty. W przypadku placu Zwycięstwa w Łodzi funkcja historyczna i dziedzictwo przemysłowe zostały zaniedbane przez władze na rzecz promowania walorów użytkowych. W konsekwencji dla respondentów miejsce to nie stanowi wartości unikatowej, historycznej, lecz jest odbierane jako jedno z wielu miejsc, jako miejsce użytkowe, w którym toczy się codzienne życie. W świetle badań socjologów takie miejsca również mogą stanowić punkt, wokół którego budowana jest tożsamość mieszkańców, ale najczęściej dotyczy to miast o trudnej, nieokreślonej historii, jak np. Gliwice czy Katowice. Nie powinno to jednak dotyczyć Łodzi, której historia odcisnęła bardzo silne piętno na krajobrazie oraz charakterze miasta i która może poszczycić się wieloma unikatowymi w skali kraju i Europy śladami industrialnej przeszłości, co powinno być podkreślane i stanowić podstawę promocji miasta. Budowanie tożsamości miejsc jest zadaniem trudnym, ale koniecznym, gdyż sprzyja dbałości o atrakcyjność przestrzeni miejskiej, umacnianiu społeczności lokalnej, a co za tym idzie – budowaniu jasnego i spójnego obrazu miasta.

## Literatura

## References

- Adamczewska, M. (2011). *Czynniki kształtujące tożsamość terytorialną młodzieży licealnej województwa łódzkiego*, praca doktorska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. E. Szkurłat. Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, Zakład Dydaktyki Geografii.
- Adamczewska, M. (2015). The positive aspects of the natural environment in shaping the regional identity of young people. *Environmental & Socio-economic Studies*, 3, 47–57.
- Angiel, J., Szkurłat, E. (2019). Przedmowa. W: J. Angiel, E. Szkurłat (red.), *Miejsce i przestrzeń. Edukacja geograficzna w ujęciu humanistycznym*. Poznań–Warszawa: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 7–8.
- Bierwiazonek, K. (2016). *Spółeczne znaczenie miejskich przestrzeni publicznych*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Bierwiazonek, K. (2018). Miejskie przestrzenie publiczne i ich społeczne znaczenia – próba systematyzacji. *Przeгляд Socjologiczny*, 67, 1, 25–48.
- Bierwiazonek, K. (2021). Człowiek w przestrzeni publicznej miasta. Społeczne znaczenia i zjawiska zagrażające przestrzeni publicznej. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 56, 45–60.
- Bierwiazonek, K., Dymnicka, M., Kajdanek, K., Nawrocki, T. (2017). *Miasto, przestrzeń, tożsamość. Studium trzech miast: Gdańsk, Gliwice, Wrocław*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bierwiazonek, K., Lewicka, B., Nawrocki, T. (2012). *Rynki, Malle, Cmentarze. Przestrzeń publiczna miast śląskich w ujęciu socjologicznym*. Katowice: Wydawnictwo NOMOS.

- Bierwiazzonek, K., Nawrocki, T. (2017). Przestrzeń publiczna a tożsamość miejsca, miasta, mieszkańców. W: K. Bierwiazzonek, M. Dymnicka, K. Kajdanek, T. Nawrocki, *Miasto, Przestrzeń, Tożsamość. Studium trzech miast: Gdańsk, Gliwice, Wrocław*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 49–79.
- Borgiasz-Stepaniuk, M. (2020). Przestrzeń publiczna jako element tożsamości miasta (na przykładzie wybranych miast małopolski). *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica*, 14, 160–176.
- Boryczka, E.M., Zasina, J. (2017). Dziedzictwo kulturowe i tożsamość miasta. W: A. Nowakowska, Z. Przygodzki, A. Rzeńca, (red.), *EkoMiasto#Społeczeństwo, Zrównoważony, inteligentny i partycypacyjny rozwój miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 63–82.
- Czernek, K. (2016). Dziedzictwo kulturowe i jego rola w kształtowaniu tożsamości miejsca oraz relacji wśród lokalnej społeczności. *Turystyka Kulturowa*, 6, 79–89.
- Dymnicka, M. (2017). Tożsamości miejskie. W: K. Bierwiazzonek, M. Dymnicka, K. Kajdanek, T. Nawrocki, *Miasto, Przestrzeń, Tożsamość. Studium trzech miast: Gdańsk, Gliwice, Wrocław*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 15–48.
- Dymnicka, M. (2019). Tożsamość i przestrzeń. Wokół gdańskich retoryk tożsamościowych. *Miscellanea Anthropologica et Sociologica*, 20(4), 69–82.
- Gawęł, D., Szafranek A. (2018). Place publiczne miast, jako przestrzeń stymulująca potrzeby człowieka, *Budownictwo i Architektura*, 17(3), 67–80. doi: [https://doi.org/10.24358/Bud-Arch\\_18\\_173\\_05](https://doi.org/10.24358/Bud-Arch_18_173_05)
- Gierko, A. (2020). *Poszukiwanie tożsamości miejsca, Zieleń miejska*, t. 7–8. Poznań: Wydawnictwo ABRYS Sp. z o.o., 32–34.
- Grzyś, P. (2017). Wizerunek miasta, a jego tożsamość – współczesne zależności. *Architectus*, 2(50), 3–13.
- Janas, K. (2013). *Tożsamość terytorialna mieszkańców i wartościowanie przestrzeni Nowej Huty*, praca doktorska napisana pod kierunkiem prof. dr. hab. B. Domańskiego. Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej. Pozyskano z: [https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/298946/janas\\_tozsamosc\\_terytoriaalna\\_mieszkan-cow\\_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/298946/janas_tozsamosc_terytoriaalna_mieszkan-cow_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (dostęp: 1.10.2022).
- Kobojek, G. (1998). *Księży Młyn. Królestwo Scheiblerów*. Łódź: Wydawnictwo Widzewska Oficyna Wydawnicza „ZORA”.
- Konopski, M., Mazurek D. (2017). Tożsamość terytorialna jako zasób lokalny w powiatowych dokumentach strategicznych województwa podlaskiego, mazowieckiego i lubelskiego. *Studia Obszarów Wiejskich*, 46, 73–98.
- Konopski, M., Wiśniewski R. (2019). Wpływ reformy administracyjnej na tożsamość terytorialną mieszkańców północno-wschodniej Polski. *Przegląd Geograficzny*, 91, 4, 609–630.
- Kurpanik, M. (2010). Tożsamość i świadomość regionalna mieszkańców konurbacji rybnickiej. *Studia Miejskie*, 1, 273–278.
- Łuczak, A. (2005). Istota tożsamości miasta. *Samorząd Terytorialny*, 10, 46–53.
- Łuczak, K., Leśniak, A. (2021). Tożsamość miejsca w kontekście architektonicznym. *Przestrzeń Urbanistyka. Architektura*, 1.
- Madeja, M., Smetkiewicz, K. (2021). *Rewitalizacja Zabłocia w Krakowie ze szczególnym uwzględnieniem obszaru przemysłowego*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Madurowicz, M. (2007). *Miejska przestrzeń tożsamości Warszawy*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Matykowski, R. (2017). *Zbiorowości społeczno-przestrzenne i ich związki z terytorium: formy i czynniki regionalizmu w Polsce*. Poznań–Warszawa: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Michalska-Żyła, A., Brzeziński, K. (2018). Poziom i uwarunkowania identyfikacji mieszkańców z miastami przemysłowymi. *Roczniki Nauk Społecznych*, 10(46), 4, 125–145.
- Mihaylov V., Runge, J. (2018). Potencjał aplikacyjny badań nad tożsamością terytorialną. *Rozwój Regionalny i Polityka regionalna*, 43, 53–70.
- Nowak, M., Bernaciak, A. (2023). Tożsamość społeczno-przestrzenna miasta satelitarnego. Przykład Lubonia koło Poznania. *Człowiek i Społeczeństwo*, 55, 77–98.
- Palczyński, T. (2008). *Socjologia tożsamości*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

- Panzer, E. (2022). A New Framework for Definitions and Measures of Territorial Identity, Advances in Spatial Science. In: *Cultural Heritage and Territorial Identity*. Springer, 89–115.
- Plac Zwycięstwa czy Lecha Kaczyńskiego? (2018). Portal Urzędu Miasta Łodzi. Pozyskano z: <https://uml.lodz.pl/aktualnosci/artykul/plac-zwyciestwa-czy-lecha-kaczynskiego-id22833/> (data dostępu: 1.10.2022).
- Pollice, F. (2003). The role of territorial identity in local development processes. W: *Proceedings of the Conference – The Cultural Turn in Geography, Landscape Construction and Cultural Identity*. University of Trieste, 107–117.
- Rykiel, Z. (1999). Przemiany struktury społeczno-przestrzennej miasta polskiego a świadomość terytorialna jego mieszkańców. *Prace Geograficzne*, 170.
- Rykiel, Z. (2010). Tożsamość terytorialna jako uczestnictwo w kulturze. W: Z. Rykiel (red.), *Tożsamość terytorialna w różnych skalach przestrzennych*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 17–31.
- Rykiel, Z. (2016). Tożsamość terytorialna, nacjonalizm i kreacja tożsamości lokalnej. W: M. Wójcicka, M. Dziekanowska (red.), *Współczesne kreacje tożsamości społeczno-kulturowych*. Lublin: Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, 9–20.
- Stefański, K. (2016). *Narodziny Miasta. Rozwój przestrzenny i architektura Łodzi do 1914 roku*. Łódź: Wydawnictwo Kusiński.
- Suliborski, A. (2011). Przemiana funkcji miejsca w historycznej dzielnicy przemysłowej Łodzi – Posiadłach wodno-fabrycznych. W: K. Marciniak, K. Sikora, D. Sokołowski (red.), *Koncepcje i problemy badawcze geografii*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Gospodarki w Bydgoszczy, 161–183.
- Szkuła, E. (2002). Miejsca symboliczne w mieście jako obraz świadomości zbiorowej. W: E. Orłowska (red.), *Kultura jako przedmiot badań geograficznych. Studia teoretyczne i regionalne*. Wrocław: Oddział Wrocławski PTG.
- Szkuła, E. (2004). *Więzi terytorialne młodzieży z miastem. Uwarunkowania, przemiany*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Szkuła, E. (2006). Miasto w świadomości młodzieży. Stereotypowy obraz Łodzi. *Kronika Miasta Łodzi*, 1.
- Szkuła, E., Hibszer, A. (2019). W stronę ujęć humanistycznych w edukacji geograficznej. W: J. Angiel, E. Szkuła (red.), *Miejsce i przestrzeń. Edukacja geograficzna w ujęciu humanistycznym*. Poznań–Warszawa: Bogucki, Wydawnictwo Naukowe, 11–22.
- Szmytkowska, M. (2009). Tożsamość miejsc i ludzi. Gdynia i Gdynianie. W: M. Gawron, H. Głogowska (red.), *Tożsamość kulturowo-cywilizacyjna Gdyni. Gdynia w warunkach współczesnej unifikacji i dywersyfikacji kulturowo-cywilizacyjnej*. Gdynia: Wyższa Szkoła Komunikacji Społecznej w Gdyni, 40–53.
- Wawrzyńczuk, A. (2015). *Pomnik Historii „Łódź – wielokulturowy krajobraz miasta przemysłowego”*. Pozyskano z: <https://zabytek.pl/pl/obiekty/lodz-lodz-wielokulturowy-krajobraz-miasta-przemyslowego> (data dostępu: 10.07.2023).
- Wiśniewska, W. (2012). *Krajobraz miejski. Odnowa i kreacja w procesie odnowy*. Łódź: Wydawnictwo PŁ.
- Wrana, J. (2011). *Tożsamość miejsca jako kryterium w projektowaniu architektonicznym*. Lublin: Politechnika Lubelska.

**Anita Kulawiak**, doktor Nauk o Ziemi w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej, absolwentka, a następnie adiunkt w Katedrze Geografii Regionalnej i Społecznej UŁ. Autorka publikacji z zakresu przedsiębiorczości, rozwoju regionalnego i lokalnego, a także polityki regionalnej. Zainteresowania badawcze autorki oscylują wokół wielu problemów związanych z szeroko rozumianą geografią społeczną oraz regionalną. Przede wszystkim dotyczą problematyki przedsiębiorczości rozumianej zarówno od strony procesualnej (zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej), jej zróżnicowania przestrzennego i czynników warunkujących jej rozmieszczenie, ale także i atrybutywnej – jako cecha ludzka. Poza zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości prace autorki oscylują także wokół zagadnień związanych z przestrzenią publiczną miasta, placami targowymi oraz tożsamością terytorialną. Autorka opublikowała ponad 40 artykułów naukowych.

**Anita Kulawiak**, PhD in Earth Sciences in the field of socio-economic geography, graduate and then employee of the Department of Regional and Social Geography of the University of Lodz. Dr. Kulawiak is the author of publications in the field of entrepreneurship, regional and local development, and regional policy. Her research

interests focus on several issues in social and regional geography, foremost among which is entrepreneurship in both its attributive sense as a human trait and in terms of process (establishing and running a business), spatial diversity, and the factors determining its distribution. Other interests include issues related to urban public space, market squares, and territorial identity. The author has published over 40 scientific articles.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-0330>

**Adres / Address:**

Uniwersytet Łódzki  
Wydział Nauk Geograficznych  
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej  
ul. Kopcińskiego 31  
90-142 Łódź  
e-mail: [anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl](mailto:anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl)

**Karolina Smętkiewicz**, dr, adiunkt w Katedrze Geografii Społeczno-Ekonomicznej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania naukowo-badawcze autorki związane są m.in. z wykorzystaniem lokalnych zasobów i potencjału do rozwoju gospodarczego miejscowości i regionów, aktywizacji społecznej i wzrostu przedsiębiorczości. Autorka zajmuje się głównie problematyką przemian społeczno-gospodarczych i funkcjonalno-przestrzennych w polskich miastach (na obszarach przemysłowych), a także w miejscowościach i gminach turystycznych i uzdrowiskowych w Polsce i Austrii, jak również rewitalizacją miast i obszarów przemysłowych.

**Karolina Smętkiewicz**, PhD, Assistant Professor at the Department of Socio-Economic Geography at Pedagogical University of Krakow. The author's scientific and research interests lie in the use of local resources for the economic development of towns and regions and their potential for stimulating social activity and entrepreneurship. The author deals mainly with the problems of socio-economic and functional-spatial change in Polish cities (on post-industrial areas), in tourist cities, health resorts, and communes in Poland and Austria, as well as urban revitalisation and revitalisation of post-industrial areas.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3277-1876>

**Adres / Address:**

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie  
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Polska  
e-mail: [karolina.smetkiewicz@up.krakow.pl](mailto:karolina.smetkiewicz@up.krakow.pl)

KATARZYNA ŻABIŃSKA

Zarząd Zieleni Miejskiej w Krakowie, Polska / Municipal Greenery Management Board of Krakow, Poland

MONIKA NOVIELLO

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska / Pedagogical University of Krakow, Poland

## Plac Nowy w Krakowie jako miejsce konfliktu w przestrzeni publicznej – przyczyny, przebieg i propozycje rozwiązania

### Plac Nowy in Krakow as a place of conflict in public space – causes, course and proposals for a solution

**Streszczenie:** Artykuł traktuje o konfliktach przestrzennych, które mogą zachodzić w miastach na skutek zmian przeznaczenia lub dywersyfikacji funkcji przestrzeni publicznej. W celu zobrazowania tego zjawiska posłużono się przykładem placu Nowego w Krakowie jako obszaru, gdzie od wielu lat obserwuje się złożony konflikt przestrzenny o podłożu funkcjonalnym. Celem artykułu jest: (1) wskazanie na istotę przestrzeni publicznej jako miejsca powstawania potencjalnych konfliktów przestrzennych, (2) przybliżenie znaczenia dokumentów strategicznych jako narzędzi na drodze do rozwiązania konfliktów przestrzennych, (3) omówienie specyfiki i złożoności konfliktu przestrzennego na placu Nowym w kontekście panujących uwarunkowań, (4) przedstawienie propozycji działań, które mogłyby służyć jako przykład dobrych praktyk na rzecz poprawy funkcjonalności przestrzeni publicznych, a tym samym – zażegnania istniejących sporów. W trakcie badań wykonano kwerendę naukowej literatury przedmiotu, poświęconej w szczególności aspektom ładu przestrzennego i konfliktów przestrzennych. Ponadto przeprowadzono analizę materiałów źródłowych, w tym dokumentacji urzędowych (ustaw, miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego i dokumentacji zamówień publicznych), internetowych informacji prasowych, realizowanych lub proponowanych na tym obszarze koncepcji i projektów zagospodarowania obszaru placu Nowego. Niezbędne okazały się również wizje w terenie, połączone z zastosowaniem metody obserwacji, oraz zebranie materiału fotograficznego. Wyniki badań wskazują, że konflikt na placu Nowym jest bardzo złożony, a jego rozwiązanie wymaga nie tylko dużych nakładów finansowych, lecz także znacznego zaangażowania wszystkich podmiotów, których ten konflikt dotyczy. W jego rozwiązaniu pomocnym narzędziem mogą być rekomendacje wskazane przez autorki. Artykuł stanowi uzupełnienie tematu konfliktu przestrzennego w obrębie placu Nowego o działania podjęte w związku z przygotowaniem nowego projektu zagospodarowania tego miejsca.

**Abstract:** This article deals with spatial conflicts that may arise in cities due to changes in the use or functional diversification of public spaces. The phenomenon is exemplified by plac Nowy in Krakow – an area where functionality has been the source of complex spatial conflict for many years. The purposes of the article are to: (1) highlight the potential of public spaces to become arenas for spatial conflicts; (2) emphasise the importance of strategic documents as tools for solving such conflicts; (3) discuss the specificity and complexity of spatial conflicts in plac Nowy against the backdrop of prevailing conditions; and (4) present proposals for action that could serve as an example of good practice for improving the functionality of public spaces and resolving

existing disputes. The research involved a survey of scientific literature on the subject, focussing particularly on aspects of spatial order and spatial conflicts. In addition, an analysis of source materials was conducted, including official documentation (e.g., laws, the local spatial development plan, and public procurement documentation), internet press releases, and concepts and projects for development of the Nowy Square area that have been implemented or proposed. Field visits, observation, and collection of photographic material were also essential components of the study methods. The results of the research indicate that the conflict in plac Nowy is extremely complex, and that solving it will require both high levels of expenditure and significant involvement of all actors. The recommendations of the study may be a helpful tool for resolving the conflict. By addressing the topic of spatial conflict in plac Nowy, the article is intended to inform about the preparation of a new project for development of the site.

**Słowa kluczowe:** Budżet Obywatelski; ład przestrzenny; MPZP; partycypacja społeczna

**Key words:** Civic Budget; community participation; local spatial development plan; spatial order

**Otrzymano:** 27 sierpnia 2023

**Received:** 27 August 2023

**Zaakceptowano:** 14 września 2023

**Accepted:** 14 September 2023

#### **Sugerowana cytacja / Suggested citation**

Żabińska, K., Noviello, M., (2023). Plac Nowy w Krakowie jako miejsce konfliktu w przestrzeni publicznej – przyczyny, przebieg i propozycje rozwiązania. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 37(3), 54–72. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.373.3>

## WSTĘP

Przestrzeń publiczna w obszarach miejskich i jej odpowiednia organizacja to jedno z dóbr tworzonych na rzecz sprawnej i efektywnej synergii życia różnych grup społecznych. Wynika to z faktu, że przestrzeń publiczna stanowi część układu urbanistycznego miasta (place, ulice, rynek, skwery, zabudowa), a przypisane jej funkcje i wynikające z nich zagospodarowanie decydują o atrakcyjności, rozpoznawalności, a w przypadku społeczności lokalnych (korzystających z przestrzeni w sposób ciągły) również o jakości i warunkach życia mieszkańców miasta. Takie pojmowanie przestrzeni publicznej odpowiada definicji wypracowanej przez Towarzystwo Urbanistów Polskich (2009). Przestrzeń publiczną należy więc rozumieć jako „dobro wspólnie użytkowane, celowo kształtowane przez człowieka, zgodnie ze społecznymi zasadami i wartościami – służące zaspokojeniu potrzeb społeczności lokalnych i ponadlokalnych. O publicznym charakterze przestrzeni decyduje zbiorowy sposób jej użytkowania” (Palicki, 2009; Towarzystwo Urbanistów Polskich, 2009 za: Grochowicz, 2019: 87). Istota zbiorowego sposobu użytkowania przestrzeni publicznej warta jest podkreślenia, ponieważ przestrzeń ta podlega procesowi złożonych przemian i nie stanowi wyłącznie fizycznego miejsca wspólnego bytowania. Różnorodne grupy społeczne użytkują przestrzeń, dlatego zmianie ulegać może jej charakter nie tylko wizualny, będący odpowiedzią na potrzeby nabywania dóbr materialnych określonych grup, lecz także niematerialny, rozumiany jako tworzenie nowej atmosfery danego miejsca czy zaspokajania potrzeb duchowych. Takie przemiany z jednej strony mogą powodować zanik tradycyjnych funkcji przestrzeni, dzięki którym została ona wyodrębniona, była użytkowana i rozpoznawalna. Z drugiej strony natomiast mogą przyczynić się do zwiększenia jej atrakcyjności przez wprowadzanie nowych funkcji przynoszących większe korzyści (np. ekonomiczne). Specyfika przestrzeni publicznej polega też na tym, że funkcje, jakie pełni, mogą być uzależnione od pory roku, a nawet pory dnia, w związku z czym rotacji ulegają korzystające z niej grupy. Grupy te niejednokrotnie

w szeroko pojmowanych relacjach społecznych posługują się odmiennym systemem aksjologicznym, co prowadzi do braku wzajemnego zrozumienia (np. ludzie młodzi i starsi, pracujący i studenci, stali mieszkańcy i turyści itd.). Tak rozumiane użytkowanie przestrzeni może zatem rodzić konflikty przestrzenne, których rozwiązanie często staje się dużym wyzwaniem. Wobec tego ważne jest, aby podmioty, które zarządzają określoną przestrzenią publiczną, miały na uwadze spektrum istniejących uwarunkowań i dzięki stosowaniu adekwatnych narzędzi (prawnych, administracyjnych) w odpowiedni sposób wdrażały rozwiązania pozwalające na bezkonfliktowe jej użytkowanie.

Przestrzeń publiczna może być przedmiotem badań również w zakresie efektywności prowadzonej polityki przestrzennej i planowania przestrzennego. Za miarę efektywności tej polityki można przyjąć m.in. mnogość, złożoność, specyfikę, czas trwania i możliwości rozwiązania występujących w przestrzeni publicznej konfliktów przestrzennych. Mimo że społeczeństwo i poszczególne jednostki mogą mieć własną wizję zorganizowania przestrzeni, to na organach administracji publicznej spoczywa obowiązek nieustannego jej wartościowania. W związku z powyższym działania podejmowane przez organy planistyczne mają służyć podniesieniu jakości życia społeczeństwa, dlatego wskazane jest, aby organy administracji publicznej uwzględniały wyartykułowane przez mieszkańców na drodze prawnej wizje przestrzeni (wnioski, uwagi, dyskusja publiczna), co często może pomóc w uniknięciu konfliktu przestrzennego (Palicki, 2009; Woźniak, 2015).

## CELE I METODYKA BADAWCZA

Artykuł podejmuje bardzo obszerną tematykę konfliktów występujących w przestrzeni publicznej, których rozwiązanie stanowi poważny problem dla władz lokalnych, mieszkańców oraz wszystkich pozostałych użytkowników tej przestrzeni. W celu przybliżenia specyfiki konfliktu przestrzennego posłużono się przykładem placu Nowego w Krakowie jako obszaru, gdzie od wielu lat obserwowany jest złożony konflikt o podłożu funkcjonalnym. Celem artykułu jest: (1) wskazanie na istotę przestrzeni publicznej jako miejsca powstawania potencjalnych konfliktów przestrzennych, (2) przybliżenie znaczenia dokumentów strategicznych jako narzędzi na drodze do rozwiązania konfliktów przestrzennych, (3) omówienie specyfiki i złożoności konfliktu przestrzennego na placu Nowym w kontekście panujących uwarunkowań, (4) przedstawienie propozycji działań, które mogłyby służyć jako przykład dobrych praktyk na rzecz poprawy funkcjonalności przestrzeni publicznych, a tym samym – zażegnania istniejących sporów.

Aby zrealizować opisane powyżej cele, sformułowano kilka pytań badawczych: (1) Czy konflikty w przestrzeni publicznej miast są zjawiskiem częstym, a jeśli tak, to jakie mogą być ich przyczyny?, (2) Czy istnieją narzędzia prawne pozwalające na uniknięcie lub rychłe zażegnanie konfliktu w przestrzeni – jaka jest skuteczność takich narzędzi?, (3) Jaka jest rola społeczności lokalnych na rzecz rozwiązywania konfliktów przestrzennych?, (4) W jakim zakresie dogłębne poznanie historii określonego miejsca, gdzie aktualnie występuje konflikt przestrzenny, może stanowić argumentację dla wskazania propozycji rozwiązania konfliktu?

Przedstawiona w niniejszym artykule specyfika konfliktu przestrzennego w obrębie placu Nowego bazuje na kwerendzie literatury z zakresu historii tego miejsca, zmian w sposobie użytkowania, aktualnych problemów funkcjonalnych i propozycji rozwiązań tego konfliktu. Istotnym elementem stanowiła dokumentacja urzędowa, której analiza pozwoliła na odniesienie się do aspektów prawnych konfliktu (Ustawa z dnia 12 lipca



1984 r. o planowaniu przestrzennym. Dz.U. 1984 nr 35 poz. 185, Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. o zagospodarowaniu przestrzennym. Dz.U. 1994 nr 89 poz. 415). Ponadto dokonano analizy dokumentacji pochodzącej z Wydziału Planowania Przestrzennego UMK (2017) oraz z Zarządu Dróg Miasta Krakowa (ZDMK) w zakresie zamówień publicznych dotyczących realizacji działań na obszarze placu Nowego. W celu obiektywnego ujęcia problemu posłużono się również wynikami badań społecznych, wykonanych w ramach realizowanego w 2017 r. na tym obszarze projektu APP – Kazimierz 2017, w którym zasięgnięto opinii mieszkańców na temat ich stosunku do istniejących problemów w zakresie funkcjonowania placu Nowego (Fundacja Napraw Sobie Miasto, 2017; Grochowicz, 2019). Ponadto zgromadzono wszystkie dostępne internetowe materiały prasowe z lat 2016–2023, niejednokrotnie omawiające w sposób bardzo szeroki panujący na placu Nowym konflikt, a także poddano je krytycznej analizie. Zebrane materiały uzupełniono o kilkukrotne wizje w terenie (czerwiec–sierpień 2023 r.), podczas których nie tylko dokonano obserwacji, lecz także zebrano obszerny materiał fotograficzny. Umożliwiło to określenie aktualnego sposobu użytkowania badanego obszaru, identyfikację ewentualnych niedogodności stanowiących podłoże konfliktu, a także odniesienie tych aspektów do obowiązującego prawa. Dokonano również krytycznej oceny zgromadzonych dotychczas informacji i opinii zaangażowanych w konflikt podmiotów. Obserwacje w terenie przeprowadzono w różnych dniach tygodnia oraz o różnych porach dnia. Pozwoliło to na zapoznanie się z codziennym funkcjonowaniem placu oraz na przedstawienie propozycji realnych działań na rzecz złagodzenia konfliktu.

#### PLANOWANIE I ORGANIZACJA PRZESTRZENI PUBLICZNEJ VERSUS KONFLIKTY PRZESTRZENNE

Badania nad historią ewolucji myśli planistycznej wskazują, że planowanie przestrzenne jest racjonalną odpowiedzią na specyficzne społeczne i ekonomiczne problemy, z którymi boryka się człowiek na skutek rozwoju miast oraz towarzyszącej temu procesowi presji urbanizacyjnej. Z tego powodu bardzo często dochodzi do konfliktów między podmiotami, które gospodarują w przestrzeni i przestrzenią, a główną przyczyną rodzących się sporów jest walka o dostęp do przestrzeni, jej walorów i zasobów. Konflikt powstaje wówczas, gdy mamy do czynienia z różnymi sprzecznymi kryteriami racjonalności, które powodują, że ta sama przestrzeń jest pojmowana inaczej i stanowi odmienną wartość i inny zasób dla grup, które w niej operują lub nią zarządzają. Mając na uwadze łatwość powstania konfliktu, zauważyć można, jak wielką wartość należy przypisać planowaniu przestrzennemu, postrzeganemu jako „świadome porządkowanie rzeczywistości (racjonalne myślenie), oparte na obiektywizacji problemów – istniejących i przewidywanych (wiedza naukowa jako podstawa badań), oferujące zmianę istniejącego porządku na bardziej efektywny. Instrumentalna racjonalność tak rozumianego planowania skupia się na relacji środki–cele oraz na wyborze logicznej drogi prowadzącej do racjonalnych rezultatów. W ten sposób «racjonalność planowania» miała zastąpić «nieracjonalność rynku» tworzącego konflikty w organizacji ludzi w przestrzeni” (Kamiński, 2002: 24).

Planowanie przestrzenne odgrywa zatem kluczową rolę, zwłaszcza że konflikty w gospodarce przestrzennej mogą mieć zróżnicowane podłoże, zasięg, zakres oddziaływania i czas trwania, poza tym mogą angażować bardzo różne podmioty i grupy społeczne, a także dotyczyć różnych przestrzeni, w której panują odmiennie warunki społeczno-gospodarcze i obowiązują odmiennie zasady polityczne. Niemniej czas trwania konfliktów

i ich złożoność zależą m.in. od tego, w jaki sposób ustosunkują się do niego zaangażowane podmioty. Duże znaczenie ma także to, czy u podstaw życia społecznego tych grup istnieją silne różnice kulturowe w sposobie bytowania. Często pomija się ten czynnik, jednak jego zrozumienie może być pomocne w podjęciu odpowiednich kroków służących zażegnaniu konfliktu. W przypadku różnic kulturowych, jakie mogą zachodzić między społecznościami zaangażowanymi w konflikt, nie występuje jedynie sprzeczność interesów natury ekonomicznej, ale również bardzo silne przekonanie o podłożu kulturowym – jakoby określony sposób gospodarowania przestrzenią i w przestrzeni miał być jedynym właściwym. Z tego względu pewne zachowania, sposób postrzegania możliwości rozwojowych czy przemian w przestrzeni, a nawet codzienne bytowanie mogą stać u podstaw bardzo poważnych konfliktów przestrzennych. W warunkach polskich nabiera to znaczącej wagi, gdyż od kilku lat (zwłaszcza w dużych ośrodkach miejskich) obserwuje się z jednej strony silne oddziaływanie turystyki zagranicznej, a z drugiej – znaczny rozwój międzynarodowego rynku pracy. Zjawisko to od kilkunastu lat (pomijając anomalię okresu trwania pandemii COVID-19) charakteryzuje się wzrastającą tendencją. Podobnie w polskim rynku pracy pojawia się coraz liczniejsze grono pracowników z zagranicy. W znacznej mierze są to imigranci z Ukrainy (co wynika z sytuacji geopolitycznej, jaka panuje obecnie w Europie – trwający od lutego 2022 r. konflikt zbrojny w Ukrainie), ale polski rynek staje się też bardzo atrakcyjny dla obywateli państw Unii Europejskiej. Mimo że wymienione grupy w głównej mierze przynależą, tak jak Polacy, do wspólnej cywilizacji europejskiej (dyskusyjna w literaturze pozostaje przynależność ludności ukraińskiej), to ze względu na silne zróżnicowanie kulturowe w krajach Europy Zachodniej niektóre praktykowane przez obcokrajowców sposoby bytowania są dla Polaków obce, niezrozumiałe i mogą przyczyniać się do powstawania konfliktów. W przypadku zagranicznych pracowników przybywających do Polski można zaobserwować, że oswajają się oni z polską kulturą, praktykowanymi przez Polaków rytmem życia i organizacją dnia pracy, a nawet postrzeganiem rzeczywistości. Taka postawa powoduje, że imigranci dość dobrze integrują się ze społecznością lokalną, stając się jej częścią, dzięki czemu trudniej o powstanie konfliktu przestrzennego o podłożu kulturowym. Wynika to z pewnej stabilności i stopniowego oswojenia się otoczenia z obcowaniem w gronie obcokrajowców, którzy czasem wykazują inicjatywę (np. kulturalne) angażujące lokalną społeczność polską. Inaczej sytuacja wygląda w przypadku zagranicznych turystów (dotyczy to zwłaszcza ludzi młodych), przebywających w Polsce przez stosunkowo krótki czas i w zupełnie innym celu. Grupa ta często – np. w sposobie wybierania formy spędzania wolnego czasu oraz wskutek nieznamośności lokalnych uwarunkowań i zwyczajów – wykracza poza normy właściwego zachowania, co przyczynia się do powstania konfliktu między podmiotami świadczącymi usługi noclegowe a mieszkańcami określonej przestrzeni. Bardzo często turyści nie są świadomi, że taki konflikt ma miejsce, zwłaszcza w sytuacji, gdy zdążyli już wrócić do swojego kraju i nie ma możliwości egzekwowania jakichkolwiek konsekwencji ich zachowania. Mając świadomość występowania takich incydentów i rosnącej liczby konfliktów wynikających z tzw. turystyfikacji, zarządzający przestrzenią i w przestrzeni muszą mieć na uwadze fakt, że każda ze stron jest zobowiązana do podjęcia działań w celu zmniejszenia negatywnych skutków tego procesu. Podobnie należy postępować w sytuacji, gdy w przestrzeni dokonywane są inne zmiany będące skutkiem pewnych naturalnych procesów społeczno-gospodarczych. W obu przypadkach podmioty zaangażowane w konflikt powinny wspólnie przyjąć pewne ogólne założenia i zasady stanowiące

punkt wyjścia dla zintegrowanych działań i pozwalające na osiągnięcie kompromisu. Należy wziąć pod uwagę następujące kwestie:

1. przestrzeń jest tworem dynamicznym, w którym zachodzą zmiany uzależnione od intensywności i czasu oddziaływania czynników zewnętrznych i wewnętrznych,
2. wszystkim podmiotom korzystającym z przestrzeni lub nią zarządzającym powinna przyświecać idea dobra wspólnego, które w hierarchii potrzeb społecznych należy umiejscowić znacznie wyżej od interesów jednostki lub wybranej grupy,
3. pewne elementy przestrzeni (materialne i niematerialne) będące u podstaw jej wyodrębnienia i tworzące charakterystyczny (wyjątkowy) jej klimat powinny zostać zachowane i być chronione, dlatego należy podejmować działania w celu ich efektywnej waloryzacji,
4. zmiany przeznaczenia terenów lub funkcji obiektów powinny być uzasadnione, tj. przede wszystkim powinny zaspokajać potrzeby dużej grupy odbiorców i przynosić szeroko rozumiane korzyści,
5. w przypadku wprowadzania dużych zmian w przestrzeni, powodujących jej znaczne przekształcenia funkcjonalne, należy zadbać o to, aby każda z grup, która w tej przestrzeni działała, była świadoma konieczności ich wprowadzenia i miała zapewnione korzyści wynikające z zaistnienia nowych warunków,
6. aktywność organizacji pozarządowych (trzeciego sektora) działających na rzecz integracji różnych grup społecznych i prawidłowego funkcjonowania społeczności lokalnych może być kluczowa w sytuacjach konfliktu przestrzennego, dlatego ważne jest wspieranie ich rozwoju, a także wszelkiego rodzaju inicjatyw i projektów,
7. polityka lokalna (również w zakresie planowania przestrzennego) ma za zadanie w sposób ciągły wartościować przestrzeń, identyfikować ewentualne obszary sporne, stosować adekwatne narzędzia i podejmować skutecznie działania mające na celu zapobieganie lub rozwiązywanie konfliktów przestrzennych.

Wymienione aspekty są istotne w celu zapobiegania, niwelowania i rozwiązywania konfliktów, jednak trzeba mieć na uwadze również to, że poza wyżej wymienionymi obszarami w grę wchodzi także tzw. kwestie natury człowieka i jego skłonność do „walki o swoje”. To one w wielu przypadkach decydują o powstaniu konfliktu i są najtrudniejsze do przewyciężenia.

## PRAWO MIEJSCOWE *VERSUS* KONFLIKTY PRZESTRZENNE – CASUS PLACU NOWEGO

Organy administracji publicznej odpowiedzialne za zarządzanie przestrzenią są wyposażone w instrumenty prawne i administracyjne, które mają służyć pomocą w jej efektywnym zarządzaniu. Przestrzeganie wytycznych i obowiązujących zapisów jest niejednokrotnie dużym wyzwaniem, zwłaszcza na obszarze o znacznych wartościach krajobrazowych, kulturowych czy przyrodniczych. Rolę wspomnianego narzędzia polityki lokalnej odgrywa miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego (MPZP), który ma być również pomocny w zapobieganiu powstawaniu konfliktów w przestrzeni. W polskich warunkach bardzo często opracowania tego dokumentu dotyczą obszarów, gdzie konflikt przestrzenny już miał miejsce i zadecydował m.in. o podjęciu prac nad sporządzeniem MPZP. W takich warunkach prace nad wymaganą dokumentacją mają bardzo złożony charakter. Trudności dotyczą odpowiedniego wskazania przeznaczenia terenu i określenia funkcji obiektów, co ma zapobiec zaognieniu konfliktu. Zatem

uchwalenie i skrupulatne przestrzeganie zapisów MPZP jest nie tylko szansą, lecz także jedyną właściwą drogą prawną w kierunku zażegnania istniejących sporów. Z punktu widzenia planisty świadomość zaistnienia potencjalnego konfliktu w przestrzeni należy traktować jako sytuację bardzo korzystną. W świetle badań i założeń polityki procesu planowania z wcześniejszych lat, kiedy preferowano tzw. fazę planowania bez konfliktu, takie podejście (m.in. całkowicie pozbawione partycypacji społecznej) bardzo często generowało ukryte sprzeczności. Z tego względu korzystniejszą drogą okazało się tzw. planowanie z konfliktem. W tym ujęciu społeczeństwo nie jest „beziemną ludzką masą”, ale zbiorem aktywnych uczestników – aktorów tego procesu. Ważne jest zatem rozpoznanie konfliktu w planowaniu przestrzennym, gdyż pozwala ono na zrozumienie wartości, potrzeb i celów, do których dąży dana społeczność, a także daje szansę dostrzeżenia wartości krajobrazu będącego wynikiową postrzeżeń, działań i interakcji w określonej przestrzeni. Należy jednak podkreślić, że polityka władz jest tu niezwykle istotna – a zwłaszcza polityka społecznie wrażliwa, kierująca się dobrem wspólnym (Kamiński, 2002).

Podczas sporządzania MPZP – poza korzyściami wynikającymi z uwzględnienia stanowiska społeczności lokalnych (partycypacja społeczna) – ważne jest także, aby respektować obowiązek zachowania ładu przestrzennego (Jenkins, 2001, za: Mahjabeen i in., 2009). Jednak aspekt ten spotyka się w Polsce z dużymi trudnościami. Jak zauważa M. Woźniak (2015), mimo że konieczność zachowania ładu przestrzennego w przestrzeniach publicznych stanowi istotny element zagospodarowania przestrzeni, to pojęcie to w polskim ustawodawstwie zostało zdefiniowane dość ogólnie. Ustawa o zagospodarowaniu przestrzennym z 1994 r. (Dz.U. 1994 nr 89 poz. 415, art. 1 ust. 2) wprowadziła dość ogólnikową normę, która zaczęła obowiązywać z pięcioletnim opóźnieniem w stosunku do reformy administracyjnej z przełomu lat 1989/1990 – ponadto zdefiniowano ją na tyle dobrze, aby można było jednoznacznie rozumieć pojęcie ładu przestrzennego. Wspomniane opóźnienie spowodowało, że samorządy gminne były zobowiązane powoływać się w tym zakresie na ustalenia z lat 80. XX w. (Dz.U. 1984 nr 35 poz. 185 – Ustawa o planowaniu przestrzennym). W przywołanym dokumencie pojęcie ładu przestrzennego nie zostało wspomniane, a jedynym nawiązaniem do niego jest dość subiektywne pojęcie walorów użytkowych i estetycznych (Woźniak, 2015). Taka sytuacja spowodowała, że sporządzane MPZP nie wskazywały żadnych zobowiązań prawnych i finansowych, których brak niejako przyzwolił na przyjmowanie dość swobodnych interpretacji w stosunku do zachowania, wprowadzania i przestrzegania ładu przestrzennego. W związku z zaistniałą sytuacją konieczne było zdefiniowanie w u.p.z.p. pojęcia ładu przestrzennego, którego brzmienie było następujące: „ilekroć w ustawie jest mowa o ładzie przestrzennym – należy przez to rozumieć takie ukształtowanie przestrzeni, które tworzy harmonijną całość oraz uwzględnia w uporządkowanych relacjach wszelkie uwarunkowania i wymagania funkcjonalne, społeczno-gospodarcze, środowiskowe, kulturowe oraz kompozycyjno-estetyczne” (u.p.z.p., art. 2.). Podstawą tak przyjętej definicji (uznanej w środowisku naukowym, przez Sąd Administracyjny zaś przyjętej jako niedookreślona) miało być pojmowanie ładu przestrzennego jako czegoś, co pozostaje w ścisłej korelacji z pojęciem zrównoważonego rozwoju, będąc przy tym podstawą działań z zakresu kształtowania polityki przestrzennej, przeznaczeniem terenów i ustaleniem zasad ich zagospodarowania (Woźniak, 2015). Istotę przestrzegania i wdrażania pojęcia ładu przestrzennego ustawodawca podkreśla wielokrotnie (art. 10 ust.1; art. 15 ust. 2, pkt 2), wskazując na tę konieczność nie tylko w ustalaniu zapisów

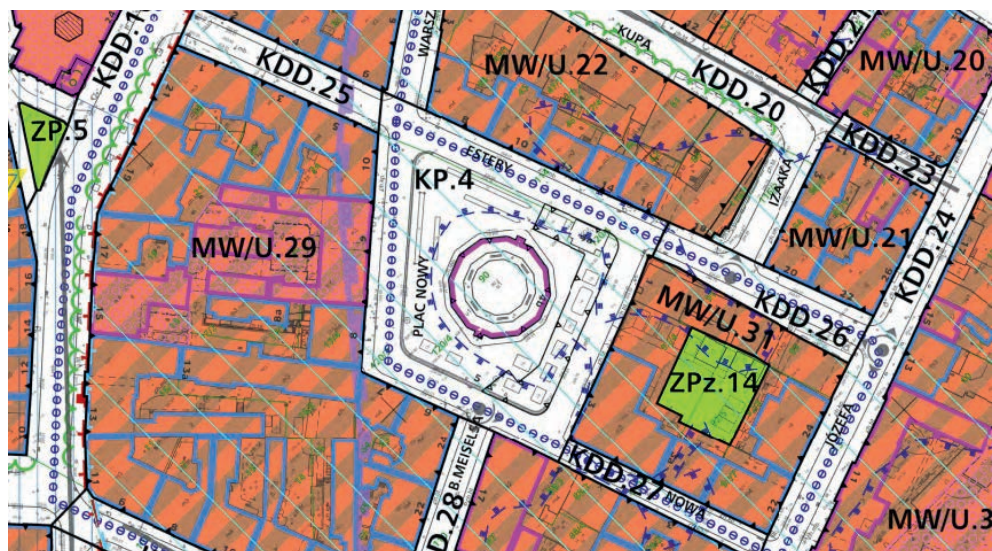
MPZP stanowiących wiążące akty prawa miejscowego. Zapisy te odnoszą się również do studium uwarunkowań i kierunków rozwoju, których ustalenia decyzją ustawodawcy „są wiążące dla organów gminy przy sporządzaniu planów miejscowych” (art. 9 ust. 4). Warto pamiętać, że zachowanie ładu przestrzennego jest możliwe wtedy, gdy będzie on rozumiany w kategoriach ładu społecznego, przyrodniczego, ekonomicznego, kulturowego i estetycznego.

Z początkiem XXI w. konflikt na placu Nowym zaczął narastać, w związku z czym konieczna okazała się interwencja władz lokalnych i decyzja o podjęciu prac nad sporządzeniem MPZP dla tego obszaru. Zakładano bowiem, że plan w dużym stopniu pozwoli na kontrolowanie zaistniałej sytuacji, a w ciągu najbliższych kilkunastu lat wdrożenie jego zapisów przyczyni się do zachowania specyfiki tego miejsca oraz złagodzenia panującego konfliktu przestrzennego. W uzasadnieniu przystąpienia do sporządzenia dokumentu wskazano: „[...] plan ma na celu realizację zasady zintegrowanej ochrony środowiska kulturowego oraz krajobrazowego. Jest to plan o charakterze ochronnym, obejmujący obszar o wysokich wartościach historycznych, kulturowych, urbanistycznych i kompozycyjnych, mający priorytetowe znaczenie dla ładu przestrzennego miasta i jego atrakcyjności. Jego celem jest zachowanie tych wyjątkowych wartości, w tym ochronę przestrzeni objętej wpisem na listę światowego dziedzictwa UNESCO, ochronę sylwety miasta oraz ochronę powiązań widokowych (obszar planu, wraz z innymi dzielnicami śródmiejskimi, został uznany na mocy Rozporządzenia Prezydenta RP z dnia 8 września 1994 r. za pomnik historii «Kraków – historyczny zespół miasta», którego jednym z celów ustanowienia jest zachowanie układu urbanistyczno-architektonicznego śródmiejskiej części Krakowa). Ukształtowane dzielnice śródmiejskie, w tym Kazimierz, skupiają nie tylko funkcje kulturalne, usługowe i administracyjne, ale przede wszystkim koncentrują publiczne życie miasta. Warunkiem funkcjonowania centrum jest jego atrakcyjna przestrzeń publiczna, a także powszechnie akceptowana przez mieszkańców czytelność układu urbanistycznego oraz różnorodność i jakość programu usługowego. Miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego wprowadza zasady zagospodarowania przestrzennego w całym obszarze, poprzez kompleksowe rozwiązania obejmujące kompozycję funkcjonalno-przestrzenną, uwzględniającą: relacje z terenami otaczającymi, prawidłową obsługę komunikacyjną wewnątrz obszaru oraz powiązania z układem komunikacyjnym miasta i systemowe rozwiązania w zakresie infrastruktury technicznej” (Wydział Planowania Przestrzennego UMK, 2017). Uzasadnienie wskazuje na szereg kompleksowych założeń, których przestrzeganie i realizacja mają na celu bezkonfliktowe funkcjonowanie obszaru objętego planem, czyniąc go przestrzenią atrakcyjną dla wielu grup społecznych.

W 2014 r. prace nad MPZP uwzględniającym obszar placu Nowego podjęło Biuro Planowania Przestrzennego (obecnie Wydział Planowania Przestrzennego), które sporządziło wstępną koncepcję przedstawioną na spotkaniu informacyjnym i konsultacjach społecznych, zorganizowanych 13 października 2015 r. w Szkole Podstawowej nr 11 przy ul. Miodowej 36. Mieszkańcy i inwestorzy w dużej mierze koncentrowali swoje uwagi na możliwości podtrzymania w zapisach planu procentowych udziałów powierzchni biologicznie czynnej (która w wielu wypadkach wynosi 0%) lub ich zmniejszenia (z przeciętnie ustalonych 24% do 5–10%). W efekcie projekt miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego obszaru był czterokrotnie przedłożony do publicznego wglądu (23.05–21.06.2016 r., 2.01–31.01.2017 r., 18.04–19.05.2017 r., 7.08–5.09.2017 r.), a w całym okresie trwania procedury wniesiono łącznie 154 pisma i uwagi do planu, które w znacznej mierze zostały uwzględnione i rozpatrzone przez Prezydenta Miasta Krakowa

i Radę Miasta Krakowa (Zarządzenia Nr: 1952/2016 z dnia 22 lipca 2016 r.; 571/2017 z dnia 7 marca 2017 r.; 1455/2017 z dnia 9 czerwca 2017 r.; 2462/2017 z dnia 3 października 2017 r.). Wiele uwag dotyczyło zezwolenia na zmianę wysokości budynków przez nadbudowę jednej lub dwóch kondygnacji, co często nie spotkało się z aprobatą ze strony władz miasta. Taka sytuacja miała miejsce również w obrębie placu Nowego, gdzie wnioskowano o możliwość nadbudowy (z 15,4 m do 20 m) budynku sąsiadującego z budynkiem o wysokości 11 m, w którym mieści się Centrum Kultury Żydowskiej. Wniosek ten został odrzucony, a w uzasadnieniu zapisano: „[...] podniesienie wysokości przedmiotowego budynku spowodowałoby zwiększenie już istniejącej dysproporcji wysokościowej w związku z czym uwaga nie może zostać uwzględniona w projekcie planu. Stanowisko to aprobuje Miejska Komisja Architektoniczno-Urbanistyczna która wydała pozytywną opinię do projektu planu, a projekt planu jest zgodny z wytycznymi Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków” (Zarządzenie Nr 1952/2016 z dnia 22 lipca 2016 r.). Kontynuacja prac nad planem zakończyła się podpisaniem Uchwały nr LXXXVIII/2145/17 Rady Miasta Krakowa z dnia 8 listopada 2017 r. w sprawie uchwalenia MPZP „KAZIMIERZ” (Wydział Planowania Przestrzennego UMK, 2017). W dokumencie tym plac Nowy został oznaczony symbolem KP.4 – o podstawowym przeznaczeniu pod plac miejski. Plan określa dodatkowo funkcję Okrąglaka jako usługową, z kolei otaczające plac obszary zostały oznaczone jako MW/U, czyli teren zabudowy mieszkaniowo-usługowej (rycina 1).

Rycina 1. Oznaczenie terenu placu Nowego w MPZP „KAZIMIERZ”



Źródło: MPZP „KAZIMIERZ”, Wydział Planowania Przestrzennego UMK, 2017

Przewidywano, że uchwalenie MPZP i rozpatrzenie szeregu uwag na etapie jego sporządzania spowoduje, że istniejące konflikty będą stopniowo niwelowane. Jednak wskazane w planie przeznaczenie terenów daje duże możliwości w kontekście różnorodnych funkcji, jakie mogą spełniać obiekty znajdujące się w obrębie historycznego targowiska. W odniesieniu do istniejących uwarunkowań, w tym rosnącego zainteresowania turystów tą częścią miasta, okazuje się, że postanowienia MPZP nie są w stanie

rozwiązać istniejących konfliktów na placu Nowym. Doświadczenie pokazuje, że zapisy praktykowane w miejscowych planach (po dogłębnej ich analizie i interpretacji) umożliwiają wiele działań uznanych za niedozwolone. Dzieje się tak ze względu na stosowanie zapisów ogólnych – mimo szczegółowych zakazów, nakazów i parametrów dla każdej z wydzielonych stref (np. MW/U, ZP, KP) często zawierają one treści wskazujące na możliwości podjęcia działań, które niekoniecznie zostały ujęte w ustaleniach szczegółowych bądź są w nich niedoprecyzowane. Skutkuje to tym, iż z pozoru niemożliwe działanie na danym terenie otrzymuje zgodę na realizację, ponieważ jest zgodne z prawem miejscowym. Regulacje prawa miejscowego – mimo wspomnianych pułapek – są jednak bardzo ważne, gdyż pozwalają na utrzymanie *status quo* i nie dopuszczają np. do nadbudowy istniejących budynków, co w przypadku Kazimierza sprzyja powstawaniu na poddaszu lokali przeznaczanych na krótkoterminowy wynajem. Takie rozwiązania przyczyniają się do zwiększenia oferty noclegów dla turystów, którzy nieświadomie zakłócają życie mieszkańcom, co z kolei prowadzi do wzrostu ich niezadowolonia.

### PLAC NOWY W KRAKOWIE JAKO PRZYKŁAD KONFLIKTU PRZESTRZENNEGO

Plac Nowy i jego dalsze losy co jakiś czas są intenswnie dyskutowane w prasie lokalnej (np. Banaś, 2017; Gurgula, 2016; Jaworski, Grochowicz, 2018; Krakow.pl, 2018; Tymczak, 2017, 2019a, 2019b, 2020), a publikacje naukowe poruszające tę tematykę wskazują m.in. na uwarunkowania historyczne, przebieg, podmioty zaangażowane w powstały konflikt oraz efekty wdrożenia rozwiązań mających na celu jego zażegnanie (Grochowicz, 2019; Więclaw, 1997). Publikacje te przyczyniają się do wzbudzenia większej wrażliwości władz lokalnych na panującą w tej części Krakowa atmosferę społeczną, która wymaga skutecznej interwencji oraz dalekosiężnych rozwiązań.

Plac Nowy stanowią elementy urbanistyczno-funkcjonalne I Dzielnicy Krakowa – Stare Miasto, w której skład wchodzi historyczna dzielnica Kazimierz, będąca do końca XVIII w. odrębnym miastem (Grochowicz, 2019). Miejsce to ze względu na charakterystyczny układ urbanistyczny, historię oraz rozwój funkcji handlowej i gastronomicznej (sprzedaż zapiekane) stało się stałym punktem spotkań napływających do miasta studentów i turystów. Do początku XIX w. na placu dominowała chaotyczna, drewniana zabudowa, której uporządkowanie trwało kilka dekad. Dopiero pod koniec XIX w. władze miasta zdecydowały o budowie murowanej hali targowej (tzw. Okrągłaka). Po II wojnie światowej funkcja targowiska na placu Nowym była powoli przywracana, a jej znaczenie w kolejnych dziesięcioleciach rosło, co sprawiło, że w latach 90. XX w. Rada Miasta Krakowa przyznała temu miejscu status targowiska stałego, zarząd nad nim objęła zaś spółka „Kazimierz” (stała dzierżawa od 1992 r., wielokrotnie przedłużana i aktualnie obowiązująca do 2032 r.; Grochowicz, 2019; Krakow.pl, 2022). W następnych latach dokonano kolejnej modernizacji, która miała odpowiadać na zmieniające się potrzeby mieszkańców (handel całoroczny w miejscu sezonowych straganów, remont Okrągłaka wpisane w 2008 r. do rejestru zabytków, poszerzenie zakresu działalności o giełdy tematyczne i gastronomię). Wprowadzone zmiany okazały się znaczące, gdyż w dużym stopniu wpłynęły na sposób użytkowania przestrzeni publicznej placu Nowego. Należy pamiętać, że ze względu na specyfikę i panującą w Polsce sytuację polityczną plac Nowy do lat 90. XX w. pełnił wyłącznie funkcję lokalnego targowiska. Jednak procesy związane z transformacją ustrojową spowodowały większe zainteresowanie naszym

krajem z punktu widzenia możliwości nie tylko inwestycyjnych, lecz także turystycznych, m.in. dzięki znanemu filmowi S. Spielberga *Lista Schindlera*. Ponadto przyjeżdżający do Polski turyści mieli możliwość obcowania z atmosferą postkomunizmu, tak wyraźnie zapisaną w architekturze Krakowa. Sytuacja ta okazała się wielkim wyzwaniem rodzącej się branży turystycznej, ponieważ konieczne stało się dostosowanie oferty turystycznej do wysokich wymagań zagranicznego turysty. Atrakcyjność Krakowa nie ograniczała się przy tym wyłącznie do najbardziej rozpoznawalnych obiektów zlokalizowanych w centrum miasta. W krótkim czasie odwiedzający zaczęli pojawiać się również w innych częściach miasta, w tym na Kazimierzu. W efekcie wiele prywatnych mieszkań przeznaczono na krótkoterminowy wynajem, a lokale pełniące funkcje handlowe zamieniono na restauracje, bary czy puby, których funkcjonowanie do późnych godzin nocnych znacznie zakłóciło dotychczasowy tryb życia i przyzwyczajenia stałych mieszkańców. Działaniom tym towarzyszyła gentryfikacja, która spowodowała jeszcze większe zmiany społecznej tkanki Kazimierza. Duża grupa stałych mieszkańców odczuła negatywne skutki tego procesu (wzrost cen czynszu i kosztów najmu lokali mieszkalnych i usługowych, konieczność zmiany miejsca zamieszkania, wyludnianie się dzielnicy, ekspansja obiektów zakwaterowania turystycznego, zanik małych lokalnych przedsiębiorstw kosztem sieciowych obiektów usługowych), który w efekcie faworyzował turystyfikację dzielnicy. Rosnące niezadowolenie mieszkańców Kazimierza przyczyniło się do powstania licznych napięć między społecznością lokalną a przedsiębiorcami. Konflikt ten jest bardzo złożony, gdyż dotyczy kilku wzajemnie powiązanych aspektów:

1. silnego ograniczenia tradycyjnej funkcji handlowej na placu Nowym,
2. problemów funkcjonalnego użytkowania budynków znajdujących się wokół placu i w jego pobliżu,
3. problemów transportowych związanych z niewłaściwą organizacją ruchu.

W związku ze złożoną strukturą konfliktu okazało się, że w jego powstanie zaangażowanych jest pośrednio lub bezpośrednio wiele podmiotów (stali mieszkańcy, kupcy, przedsiębiorcy, turyści, władze lokalne). Badania ankietowe przeprowadzone wśród mieszkańców Kazimierza przez Fundację Napraw Sobie Miasto (2017) pozwoliły na stosunkowo dokładne zidentyfikowanie obszarów konfliktu, mimo że wypowiedzi mieszkańców nie były do końca jednoznaczne. Wskazywali oni na utratę tradycyjnej funkcji handlowej, jaką powinno pełnić to miejsce – skromny asortyment i wysokie ceny zmuszają ich bowiem do przemieszczania się w inne części miasta, by móc dokonać satysfakcjonujących zakupów. Wiąże się to nie tylko ze stratą czasu i brakiem możliwości zrobienia zakupów w miejscu zamieszkania, lecz także z koniecznością korzystania z transportu publicznego (koszty, dyskomfort, trudności z przemieszczaniem się wynikające z wieku). Poza tym duży problem stanowi zmiana struktury funkcjonalnej budynków wokół placu z uwagi na fakt, iż pojawiło się wiele lokali przyciągających turystów (użytkowanych niejednokrotnie do późnej pory nocnej), którzy zakłócają panujący tam wcześniej spokój. Z tego względu liczne grono stałych mieszkańców zmieniło miejsce zamieszkania, a lokale mieszkalne zostały dostosowane pod krótkoterminowy wynajem, co ze względu na atrakcyjniejsze warunki cenowe jeszcze bardziej zintensyfikowało ruch turystyczny na Kazimierzu. Wzrost użytkowania przestrzeni placu Nowego (duży ruch pieszych, znaczna liczba lokali gastronomicznych, niewłaściwe korzystanie z przestrzeni przez pieszych turystów) spowodował pojawienie się problemów transportowych, których rozwiązanie – ze względu na zabytkowy układ urbanistyczny – jest bardzo poważnym wyzwaniem dla władz lokalnych. Testowano różne rozwiązania, które miałyby ograniczyć



konflikt na linii kierowca–pieszy (m.in. w trakcie realizacji projektu APP – Kazimierz 2017), jednak nie przyniosły one oczekiwanych rezultatów. Stało się tak ze względu na ograniczoną przestrzeń i jeszcze większe ograniczenia testowania rozwiązań projektowych. Od 31 maja 2019 r. na placu Nowym obowiązuje nowa organizacja ruchu. Pojawiły się tam wielkie donice z zielenią, które zawężają jezdnię oraz uniemożliwiają objechanie placu, mimo że Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków (WUOZ) nie wyraził zgody na ustawienie donic bez odpowiedniego zezwolenia (Tymczak, 2019a, 2019b). Zmniejszyła się tym samym liczba miejsc postojowych (Krakow.pl, 2019). Należy zauważyć, że różne grupy użytkowników, walcząc o przestrzeń placu Nowego, podsycają istniejący konflikt (niewłaściwe parkowanie samochodów, niewłaściwe parkowanie hulajnóg, zajmowanie części chodnika przez stoliki lokali gastronomicznych, prywatyzacja przestrzeni publicznej, dewastowanie małej architektury, która rzekomo zawadza pieszym), co dodatkowo prowadzi do wzajemnej wrogości (rycina 2).

Rycina 2. Problemy związane z funkcjonowaniem placu Nowego



Fot. Katarzyna Żabińska (sierpień 2023)

## MOŻLIWOŚCI ROZWIĄZANIA KONFLIKTÓW PRZESTRZENNYCH NA PRZYKŁADZIE PLACU NOWEGO W KRAKOWIE

Wskazanie właściwych rozwiązań projektowych pozwalających na efektywne funkcjonowanie obszaru placu Nowego i zażegnanie panującego tam konfliktu wymaga zapoznania się ze złożonością czynników, które przyczyniły się do jego powstania. Z tego względu należy zrozumieć stanowiska podmiotów zaangażowanych w spór oraz mieć na uwadze konieczności przestrzegania zasad nałożonych na ten obszar w związku z obowiązującą ochroną konserwatorską. Okazuje się, że dotychczasowe rozwiązania projektowe albo spotykały się ze sprzeciwem ze strony mieszkańców i Małopolskiego Konserwatora Zabytków, albo były

zbyt kosztowne w realizacji. Dlatego mając na uwadze spektrum istniejących problemów przestrzennych i społecznych, jakie zrodziły się wokół placu Nowego, warto zastanowić się nad oczekiwaniami i rzeczywistymi potrzebami użytkowników tej przestrzeni. Przedstawione oczekiwania (i – w dalszej części – propozycje) mogą zostać uwzględnione dzięki odpowiedniemu doborowi rozwiązań projektowych (tabela 1).

Tabela 1. Stanowisko podmiotów zaangażowanych w konflikt przestrzenny na placu Nowym w Krakowie

Podmiot	Interesy i oczekiwania
Stali mieszkańcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zamieszkanie w spokojnej i estetycznej okolicy</li> <li>– niskie koszty życia (dostęp do podstawowych usług, wzmocnienie funkcji targowiska atrakcyjne ceny, większy asortyment)</li> <li>– możliwość ekonomicznego wynajmu mieszkania</li> <li>– przestrzeganie ciszy nocnej przez wszystkich użytkowników obiektów noclegowych</li> <li>– większa kontrola w budynkach w zakresie bezpieczeństwa i zachowania czystości (zamykanie bramy w godzinach nocnych, właściwe użytkowanie klatki schodowej)</li> </ul>
Kupcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zwiększenie powierzchni targowej</li> <li>– udogodnienia parkingowe dla kupców i klientów targowiska</li> <li>– jak najniższe koszty wynajmu stanowisk handlowych (dla jak największego zysku z utargu)</li> </ul>
Przedsiębiorcy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zwiększenie powierzchni ogródków kawiarnianych</li> <li>– możliwość prowadzenia działalności również do późnych godzin nocnych</li> <li>– możliwie najniższe koszty wynajmu stanowisk handlowych (w kontekście jak największego zysku z utargu)</li> </ul>
Turyści	<ul style="list-style-type: none"> <li>– szeroki wachlarz usług noclegowych (konkurencyjnych cenowo w stosunku do ścisłego centrum)</li> <li>– dostęp do usług gastronomicznych, również w późnych godzinach nocnych</li> <li>– bezpieczeństwo</li> <li>– zachowanie estetyki miejsca</li> </ul>
Urzednicy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wdrożenie zapisów MPZP z uwzględnieniem ładu przestrzennego i zrównoważonego rozwoju</li> <li>– działania zgodne z wytycznymi Konserwatora Zabytków (teren z układem urbanistycznym pod opieką WUOZ)</li> <li>– wzrost zysków ekonomicznych z działalności handlowej i usługowej zlokalizowanej w obrębie placu Nowego</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banaś (2017), Gurgula (2016), Jaworski, Grochowicz (2018), Krakow.pl (2018), Tymczak (2017, 2019a, 2019b, 2020) oraz wizji w terenie

Oczekiwania poszczególnych grup wskazują, że rozwiązanie konfliktu jest bardzo trudne, gdyż zaspokojenie potrzeb jednej grupy stoi w sprzeczności z oczekiwaniami innej. W takiej sytuacji najlepszym rozwiązaniem jest wskazanie propozycji działań, które pomogą w złagodzeniu tego konfliktu i pozwolą na zgodne egzystowanie zaangażowanych w niego podmiotów. Uwzględniając wyniki przeprowadzonych obserwacji w terenie oraz podobne doświadczenie zaobserwowane w dużych miastach europejskich, autorki proponują:

- w zakresie silnego ograniczenia tradycyjnej funkcji handlowej na placu Nowym:
  - zwiększenie asortymentu produktów rolnych, ich promocja w internecie, organizacja możliwości nabycia niektórych nietypowych produktów w wyznaczone dni tygodnia (targ tematyczny),
  - renowacja stanowisk handlowych i ich dostosowanie do bieżących potrzeb (możliwość przechowywania produktów, dopasowanie dojazdów do stanowisk dla osób z niepełnosprawnościami, zgodnie z wprowadzanymi na terenie Krakowa standardami dostępności dla tej grupy osób; Krakow.pl, 2023),

- w zakresie problemów funkcjonalnych użytkownika budynków wokół placu i w jego pobliżu:
  - zamieszczenie wielojęzycznej informacji w budynkach o konieczności przestrzegania ciszy nocnej,
  - wprowadzenie dodatkowej (symbolicznej) opłaty za skorzystanie z usług noclegowych w obszarze placu Nowego i przeznaczenie jej na cele i inicjatywy społeczne skierowane do społeczności lokalnej,
  - stosowanie form aktywizacji społeczności lokalnych, m.in. cykliczne kulturalne spotkania tematyczne dotyczące historii placu Nowego, Krakowa, zwyczajów i kultury krajów, z których napływ turystów do Krakowa jest największy (wspomnienia, prezentacje, wystąpienia, goście specjalsi, w tym obcokrajowcy mieszkający w Polsce),
  - udostępnienie lokali w obrębie placu Nowego w celu organizacji cyklicznych spotkań tematycznych – zmiana percepcji tych miejsc w oczach mieszkańców, nowa lokalna klientela, która jest szczególnie ważna w okresie mniejszego ruchu turystycznego,
- w zakresie problemów transportowych związanych z niewłaściwą organizacją ruchu:
  - projekt zagospodarowania zieleni w obrębie placu Nowego, dający możliwość utrzymania ruchu samochodowego (ogrody wertykalne, kwietniki, rabaty) oraz zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców w utrzymanie tej inicjatywy przez wsparcie finansowe i troskę o zieleń stanowiącą element ogródków kawiarniarnych,
  - inicjatywa „parking na kwadrans”, umożliwiająca parkowanie na czas trwania zakupów na targu.

To tylko niektóre propozycje pozwalające na usprawnienie funkcjonowania przestrzeni publicznej placu Nowego. Ich realizacja jest możliwa przy wsparciu władz lokalnych, które: (1) mogą wprowadzić odpowiednie regulacje (np. w zakresie pobierania dodatkowych opłat od turystów), (2) czuwają nad organizacją ruchu pieszych i samochodów, (3) są odpowiedzialne za wybór i realizację zwycięskiego projektu, (4) mogą przeznaczyć środki finansowe na realizację projektów organizacji i stowarzyszeń kulturalnych (w zakresie promocji i waloryzacji obszaru placu Nowego), (5) monitorują sytuację przez organizację cyklicznych spotkań mających na celu sprawdzenie efektywności wprowadzanych rozwiązań, (6) dysponują narzędziami służącymi identyfikacji nowych problemów, (7) udostępniają narzędzia służące rozwojowi lokalnemu i pobudzeniu inicjatyw lokalnych (Budżet Obywatelski – BO, inicjatywa lokalna, projekty, dialogi społeczne). W ramach BO można zgłaszać projekty mieszczące się w granicach jednej dzielnicy lub obejmujące działaniem więcej niż jedną jednostkę (bądź też mające oddziaływanie na więcej niż jedną dzielnicę – tzw. projekty ogólnomiejskie). Inicjatywa ta cieszy się wielkim poparciem ze strony mieszkańców, o czym świadczy fakt, że w 2023 r. przyjmowano wnioski w ramach już X edycji BO. Szeroki wachlarz tematyczny zgłaszanych projektów pozwala na realizację potrzeb różnych grup społecznych. Działania te mogą dotyczyć m.in. zagospodarowania i uporządkowania zieleni (nasadzenia zieleni wysokiej i niskiej), tworzenia nowych parków, renowacji lub doposażenia istniejących parków, remontów lub budowy chodników, budowy nowego lub uzupełnienia istniejącego oświetlenia. BO przewiduje również działania na rzecz integracji społeczności lokalnych (m.in. organizacja pikników, zajęć sportowych, kursów, np. samoobrony). Ważne, aby planowane działania mieściły się w granicach ustalonego budżetu: minimalna kwota finansowania dla

wszystkich zadań w ramach BO wynosi 2500 zł brutto, z kolei górna granica jest inna dla każdej dzielnicy i zależy od wielkości jednostki (dla zadań ogólnomiejskich maksymalna kwota finansowania wynosi 1 520 000 zł brutto – mowa o X edycji BO). Podczas ostatniej edycji BO nie zgłoszono jednak żadnej propozycji, która mogłaby zostać zrealizowana na terenie placu Nowego. Może wynikać to z faktu, że społeczność lokalna ma świadomość, iż zabezpieczenie nawet najwyższej kwoty z BO nie pokryłoby całości prac, które należałoby wykonać w przestrzeni placu. Niemniej inicjatywa w postaci zgłoszenia do BO działań na terenie placu mogłaby być silnym impulsem dla rozpoczęcia prac nad rewitalizacją tego miejsca, nawet jeśli miałyby się to odbywać etapami, krok po kroku.

Mimo że teren placu Nowego doczekał się licznych koncepcji zagospodarowania, to ze względów finansowych żadna z nich nie została nigdy wdrożona (m.in. projekt autorstwa Piotra Lewickiego i Kazimierza Łatak z Biura Projektów Lewicki & Łatak z 2009 r.). Dużą szansę dla tego miejsca stanowi rozstrzygnięty w 2020 r. przetarg w zakresie opracowania nowej koncepcji, mający uwzględniać m.in. przebudowę chodników, nawierzchni, infrastruktury technicznej i elementów małej architektury (rycina 3). Zarząd

*Rycina 3. Koncepcje zagospodarowania terenu placu Nowego*

A – Lewicki & Łatak (2009)



B – DAKUZO architektura & branding (2022)



Źródło: Koloc (2021)

Dróg Miasta Krakowa, czyli podmiot zlecający, wyłonił firmę DAKUZO architektura & branding, która spełniła wszystkie kryteria SIWZ (Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia, SIWZ-14.X.2020; ZDMK, 2020). Kolejnym etapem działań było ogłoszenie przetargu, który wygrała ta sama firma. Koszt przygotowania projektu to nieco ponad 421 tys. zł, a DAKUZO architektura & branding ma 14 miesięcy na przygotowanie niezbędnej dokumentacji (w tym dwóch pozwoleń na budowę; dokumentacja jest w trakcie przygotowania – zakończenie przewidziano na przełom 2023/2024 r.; Drath, 2022; ZDMK, 2022).

Wiele wskazuje na to, że tym razem prawdopodobnie dojdzie do realizacji projektu obejmującego przebudowę placu Nowego. Obawy (podobnie jak kiedyś) dotyczą możliwości finansowania oraz znacznych ograniczeń ze strony Małopolskiego Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków, który ze względu na obowiązujące regulacje nie może pozwolić na niektóre rozwiązania projektowe (m.in. w zakresie organizacji ruchu, wprowadzenia zieleni sadzonej bezpośrednio do gruntu, zróżnicowania w obrębie elementów małej architektury będącej częścią planowanych ogródków kawiarnianych oraz ich lokalizacji z dala od kawiarni). Nie ulega wątpliwości, że wszyscy użytkownicy placu Nowego czekają z nadzieją na adekwatne propozycje, które pozwolą na zażegnanie panującego tam konfliktu.

## PODSUMOWANIE

Konflikt przestrzenny w obrębie placu Nowego na krakowskim Kazimierzu ma bardzo złożony charakter. Dotyczy on problemów związanych z aspektem funkcjonalnym samego placu (targ, gastronomia, miejsce spędzania czasu wolnego), a także zmian w użytkowaniu budynków oraz problemów z organizacją ruchu drogowego. Konflikt ten angażuje co najmniej pięć grup podmiotów (mieszkańcy, kupcy, przedsiębiorcy, turyści, władze lokalne), co znacznie wpływa na trudności w jego rozwiązaniu. plac Nowy od lat 90. XX w. stopniowo tracił funkcję tradycyjnego targowiska na rzecz działalności usługowej (choć formalnie po dziś dzień miejsce to funkcjonuje jako całoroczny plac targowy). To z kolei sprawiło, że znacznie wzrosła liczba osób odwiedzających to miejsce (głównie studentów i turystów). Konflikt zintensyfikował się na początku XXI w. ze względu na wzrost zainteresowania naszym krajem wśród turystów z zagranicy, którzy – nie znając polskiej kultury i zwyczajów – często doprowadzają do sytuacji konfliktowych. W odpowiedzi na duże zapotrzebowanie na miejsca noclegowe mieszkańcy Krakowa zaczęli rezygnować z mieszkania w centrum miasta, wskutek czego posesje i mieszkania dostosowano pod wynajem krótkoterminowy. Proces ten, obok gentryfikacji i studentyfikacji, dotknął również obszaru Kazimierza. Zmiana sposobu użytkowania placu wywołała konflikt, z którym władze lokalne – mimo wprowadzenia regulacji prawnych i administracyjnych (MPZP „KAZIMIERZ”), a także projektów pilotażowych – wciąż się nie uporały. Autorki niniejszego artykułu przedstawiły propozycje złagodzenia istniejących napięć oraz możliwości wdrożenia rozwiązań, na które rocznie są przeznaczane środki finansowe (BO, inicjatywa lokalna). W zakresie dalszych działań autorki rekomendują aktywną partycypację społeczności lokalnych, zaangażowanie kupców, przedsiębiorców, turystów, podmiotów trzeciego sektora oraz władz lokalnych w podjęcie wspólnych inicjatyw integrujących. Ważne jest również wzajemne zrozumienie, ograniczenie działań, które mogą przynosić znaczne szkody pozostałym użytkownikom przestrzeni, wprowadzenie rekompensaty (nawet symbolicznej) i traktowanie przestrzeni publicznej jako dobra wspólnego w świetle definicji przyjętej w 2009 r. przez Towarzystwo Urbanistów

Polskich. Aktualnie przygotowywany jest nowy projekt zagospodarowania placu Nowego autorstwa firmy DAKUZO architektura & branding, a zakończenie prac przewiduje się na przełom 2023/2024 r. (Kloc, 2021). Użytkownicy placu Nowego mają nadzieję, że zaproponowane rozwiązania pozwolą na zażegnanie konfliktu, a realizacja projektu będzie możliwa dzięki zabezpieczeniu przez władze lokalne odpowiednich środków finansowych.

## Literatura

## References

- Banaś, A. (2017, 29 listopada). *Miasto mało zarabia na placu Nowym. Czemu nie może być po nowemu?*. Pozyskano z: <http://krakow.naszemiasto.pl/artukul/krakow-miasto-malo-zarabia-na-placu-nowym-czemu-nie-moze,4327793,art,t,id,tm.html> (dostęp: 10.07.2023).
- Drath, J. (2022, 23 sierpnia). *Jest przetarg na projekt placu Nowego. Drzewa jednak się zmieszczą*. Pozyskano z: <https://lovekrakow.pl/aktualnosci/zdjecie/73774#photo> (dostęp: 2.07.2023).
- Fundacja Napraw Sobie Miasto (2017, 6 września). *Raport z projektu Alternatywna Przestrzeń Publiczna – Kazimierz, Kraków*. Pozyskano z: [https://www.krakow.pl/aktualnosci/212937,29,komunikat,projekt\\_nowy\\_plac\\_nowy\\_zaktywizowal\\_kazimierz.html](https://www.krakow.pl/aktualnosci/212937,29,komunikat,projekt_nowy_plac_nowy_zaktywizowal_kazimierz.html) oraz <https://www.krakow.pl/zalacznik/289136> (dostęp: 12.08.2023).
- Grochowicz, M. (2019). Konflikty przestrzenne wokół placu Nowego na krakowskim Kazimierzu. W: Ł. Fiedeń, K. Anielska, *Współczesne problemy i kierunki badawcze w geografii*, t. 7. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 83–102.
- Gurgula, A. (2016, 4 sierpnia). *Plac Nowy na nowo i na pół gwizdka*. Pozyskano z: <http://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,20496489,plac-nowy-na-nowo-i-na-pol-gwizdka-komentarz.html> (dostęp: 17.07.2023).
- GUS (2023, 29 czerwca). *Turystyka w 2022 roku*. Pozyskano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2022-roku,1,20.html> (dostęp: 16.08.2023).
- Jaworski, P., Grochowicz, M. (2018, 12 października). *Niedokonana rewitalizacja placu Nowego w Krakowie*. Pozyskano z [https://urbnews.pl/niedokonana-rewitalizacja-placu-nowego-krakowie/?fbclid=i-war2lru0kHur5kea9H-xrjmjwll7oirkyuyfa9fn\\_hXWg9udvpujlo6tQcQi](https://urbnews.pl/niedokonana-rewitalizacja-placu-nowego-krakowie/?fbclid=i-war2lru0kHur5kea9H-xrjmjwll7oirkyuyfa9fn_hXWg9udvpujlo6tQcQi) (dostęp:14.08.2023).
- Jenkins, P. (2001). Relationships between the state and civil society and their importance for sustainable development. W: M. Carley, P. Jenkins, H. Smith (red.) *Urban Development and Civil Society: The Role of Communities in Sustainable Cities*. London: Earthscan Publications Ltd.
- Kamiński, Z.J. (2002). *Pojęcie konfliktu w planowaniu przestrzennym*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Kloc, O. (2021, 18 maja). *Krakowski plac Nowy. Jaka przyszłość czeka serce Kazimierza?*. Pozyskano z: <https://www.architekturaibiznes.pl/plac-nowy-krakow-kazimierz,7780.html> (dostęp: 24.08.2023).
- Krakow.pl (2018, 8 czerwca). *Rezolucja z apelem mieszkańców*. Pozyskano z: [http://krakow.pl/aktualnosci/220818,30,komunikat,rezolucja\\_z\\_apelem\\_mieszkancow.html](http://krakow.pl/aktualnosci/220818,30,komunikat,rezolucja_z_apelem_mieszkancow.html) (dostęp: 12.08.2023).
- Krakow.pl (2019, 1 czerwca). *Nowa organizacja ruchu na placu Nowym*. Pozyskano z: [https://www.krakow.pl/aktualnosci/230419,1912,komunikat,od\\_piatku\\_nowa\\_organizacja\\_ruchu\\_na\\_placu\\_nowym.html](https://www.krakow.pl/aktualnosci/230419,1912,komunikat,od_piatku_nowa_organizacja_ruchu_na_placu_nowym.html) (dostęp: 18.08.2023).
- Krakow.pl (2022, 12 października). *Plac Nowy – historia placu historią targowiska*. Pozyskano z: [https://www.krakow.pl/wybrane\\_teksty/264429,1897,komunikat,plac\\_nowy\\_historia\\_placu\\_historia\\_targowiska.html](https://www.krakow.pl/wybrane_teksty/264429,1897,komunikat,plac_nowy_historia_placu_historia_targowiska.html) (dostęp: 11.08.2023).
- Krakow.pl (2023, 25 maja). *Miasto wdraża standardy dostępności dla osób z niepełnosprawnościami*. Pozyskano z: [https://www.krakow.pl/aktualnosci/271412,202,komunikat,miasto\\_wdraza\\_standardy\\_dostepnosci\\_dla\\_osob\\_z\\_niepelnosprawnosciami.html?fbclid=I-](https://www.krakow.pl/aktualnosci/271412,202,komunikat,miasto_wdraza_standardy_dostepnosci_dla_osob_z_niepelnosprawnosciami.html?fbclid=I-)

- wAR0wv1meDCB8gPRcLzfUukjidx2Vq77uY9wOrmO9wKbGEmZ8yPBRfL-1Hic (dostęp: 12.08.2023).
- Mahjabeen, Z., Shrestha, K.K., Dee, J.A. (2009). Rethinking community participation in urban planning: the role of disadvantaged groups in Sydney Metropolitan Strategy. *Australasian Journal of Regional Studies*, 15(1). Pozyskano z: <https://www.anzrsai.org/assets/Uploads/PublicationChapter/289-Mahjabeen.pdf> (dostęp: 08.08.2023).
- Palicki, S. (2009). Karta przestrzeni publicznej jako instrument kształtowania jakości przestrzeni miejskiej. *Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości*, 17(3), 103–113.
- PARP Grupa PRF (2021, 15 grudnia). *Monitoring rynku pracy – raporty tematyczne*. Pozyskano z: <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/zagraniczni-pracownicy-na-polskim-rynku-pracy> (dostęp: 29.07.2023).
- Towarzystwo Urbanistów Polskich (2009). *Karta Przestrzeni Publicznej*.
- Tymczak, P. (2020, 12 października). *Kraków. Przebudują plac Nowy, ale według nowego projektu. Będą ogródki kawiarniane i zieleń*. Pozyskano z: <https://gazetakrakowska.pl/krakow-przebuduja-plac-nowy-ale-wedlug-nowego-projektu-beda-ogrodki-kawiarniane-i-zielen/ar/c3-15230104> (dostęp: 10.08.2023).
- Tymczak, P. (2017, 23 lipca). *Zamiast eleganckiego placu Nowego, drewniane budki i grille z kielbasą*. Pozyskano z: <https://dziennikpolski24.pl/zamiast-eleganckiego-placu-nowego-drewniane-budki-i-grille-z-kielbasa/ar/12534808> (dostęp: 17.08.2023).
- Tymczak, P. (2019a, 20 września). *Kraków. Nowe drzewa na placu Nowym. Czy ostrokrzewom nie zaszkodzi alkohol?*. Pozyskano z: <https://gazetakrakowska.pl/krakow-nowe-drzewa-na-placu-nowym-czy-ostrokrzewom-nie-zaszkodzi-alkohol/ar/c1-14438355> (dostęp: 10.08.2023).
- Tymczak, P. (2019b, 26 czerwca). *Kraków. Piotr Lewicki: Donice z zieleńią na placu Nowym? To jak kotlet z truskawkami*. Pozyskano z: <https://dziennikpolski24.pl/krakow-piotr-lewicki-donice-z-zielenia-na-placu-nowym-to-jak-kotlet-z-truskawkami/ar/c1-14236827> (dostęp: 20.08.2023).
- Ustawa z dnia 12 lipca 1984 r. o planowaniu przestrzennym. Dz.U. 1984 nr 35 poz. 185. Pozyskano z: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19840350185> (dostęp: 17.07.2023).
- Ustawa z dnia 7 lipca 1994 r. o zagospodarowaniu przestrzennym. Dz.U. 1994 nr 89 poz. 415. Pozyskano z: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19940890415> (dostęp: 17.07.2023).
- Więćław, J. (1997). Zmiany funkcji dzielnicy Kazimierz w Krakowie w świetle współczesnych przekształceń społeczno-gospodarczych. *Folia Geografica. Series Geographica Oeconomica*, XXIX–XXX, 125–147.
- Woźniak, M. (2015). Ład przestrzenny jako paradygmat zrównoważonego gospodarowania przestrzenią. *Białostockie Studia Prawnicze*, 18, 167–182.
- Wydział Planowania Przestrzennego UMK (2017, 8 listopada). *Kazimierz – Historia sporządzenia planu*. Pozyskano z: [https://www.bip.krakow.pl/?dok\\_id=64890](https://www.bip.krakow.pl/?dok_id=64890) (dostęp: 11.08.2023).
- ZDMK (2020, 19 października). Przetarg nieograniczony. Znak sprawy: 14/X/2020. Pozyskano z: <https://zdmk.krakow.pl/informacje/przetarg-nieograniczony-znak-sprawy-14-x-2020/> (dostęp: 07.07.2023).
- ZDMK (2022, 22 sierpnia). Tryb podstawowy – art. 275 pkt 1. Znak sprawy: 7/VIII/2022. Pozyskano z: <https://zdmk.krakow.pl/informacje/tryb-podstawowy-art-275-pkt-1-znak-sprawy-7-viii-2022/> (dostęp: 09.07.2023).

**Katarzyna Żabińska**, mgr inż., Zarząd Zieleni Miejskiej w Krakowie, ukończyła studia I i II stopnia na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie na kierunku gospodarka przestrzenna. Jej zainteresowania obejmują kształtowanie zrównoważonej i funkcjonalnej przestrzeni miejskiej oraz ochronę środowiska. Zawodowo zajmuje się weryfikacją i procedurami związanymi z realizacją zadań Budżetu Obywatelskiego, które są formą partycypacji społecznej w mieście.

**Katarzyna Żabińska**, M.Sc. Eng., Municipal Greenery Management Board of Krakow. She completed her undergraduate and postgraduate studies at the Pedagogical University of Krakow in the field of spatial management. Her interests include shaping sustainable and functional urban space and environmental protection. Professionally, she is involved in verification and procedures related to the implementation of tasks of the Civic Budget, which is a form of social participation in the city.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2298-7620>

**Adres / Address:**

Zarząd Zieleni Miejskiej w Krakowie  
Władysława Reymonta 20  
30-059 Kraków, Polska  
e-mail: [kzabinska@zsm.krakow.pl](mailto:kzabinska@zsm.krakow.pl)

**Monika Noviello**, mgr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji, Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Absolwentka Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie (2011) oraz Wydziału Architektury i Urbanistyki Uniwersytetu Federico II w Neapolu (2014). Asystentka w Instytucie Prawa, Ekonomii i Administracji. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą rozwoju regionalnego Włoch, urbanistyki i planowania przestrzeni miejskich.

**Monika Noviello**, M. Sc., Pedagogical University of Krakow, Institute of Law, Economics and Administration, Department of Socio-Economic Geography. Has graduated from the Pedagogical University of Krakow (2011) and the Faculty of Architecture and Urban Planning at the University of Federico II in Naples (2014). Assistant at the Institute of Law, Economics and Administration at the Pedagogical University of Krakow. Her research interests are connected to regional development of Italy and urban planning.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8570-8840>

**Adres / Address:**

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie  
Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji  
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Polska  
e-mail: [monika.noviello@up.krakow.pl](mailto:monika.noviello@up.krakow.pl)



VALERII RUDENKO

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

VICTORIA BILOUS

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

## Assessment of the Population of Medium and Small Towns of Europe in the Last Quarter of the 19th Century in the Works by Professor Alexander Georg Supan

**Abstract:** This article highlights the results of an assessment of population dynamics in medium and small towns in Europe in the years 1875, 1880, 1890, and 1904. These data were presented by Alexander Georg Supan (1847–1920) in his “Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte” (“Textbook of Geography for Austrian Middle Schools and Related Institutions, as Well as Self-Instruction”), published in the second (1875), fourth (1880), seventh (1890), and eleventh (1904) editions. Particular emphasis is placed on the fact that over the last quarter of the 19th century, the number of medium-populated towns exceeded a fifth of all European cities while small towns comprised a tenth. The article presents the population dynamics of 131 medium-sized towns in Europe in 1875, 1880, 1890, and 1904. It also establishes that medium towns were more typical of Austria-Hungary and Germany than other European countries.

**Key words:** Alexander Georg Supan; medium and small towns of Europe; 1875–1904

**Received:** 11 April 2023

**Accepted:** 11 September 2023

**Suggested citation:**

Rudenko, V., Bilous, V. (2023). Assessment of the Population of Medium and Small Towns of Europe in the Last Quarter of the 19th Century in the Works by Professor Alexander Georg Supan. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 37(3), 73–84. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.373.4>

### INTRODUCTION

A prominent European scholar-geographer of Slovenian origin, Alexander Georg Supan (1847–1920), was born in Innigen (San Candido) (Tyrol, Austria, now the municipality of Bolzano/Bocen, Italy). He studied in Graz, Vienna, Halle, and Leipzig. From 1877, he worked in Chernivtsi as a high school teacher and private associate professor, and from 1880 to 1884 he was a professor of geography at Chernivtsi University. After 1909, Supan was a professor at the University of Wrocław, where the 50th anniversary of his doctorate was celebrated on 4 February 1920 (Dem ordentlichen Professor..., 1920). He died in July 1920 and was buried in Wrocław.

Professor Alexander Supan was the author of numerous famous works in the fields of physics, economics, political geography, geology, climatology, geomorphology, oceanology, geographical country studies, and school and university geography. According to Cigale and Ogrin, in the first five years of Alexander Supan's work as editor-in-chief of the prestigious world journal "Dr. A. Petermanns Mitteilungen aus Justus Perthes' geographischer Anstalt," from 1884 to 1889, he published individually about 2,000 abstracts in this journal, and 100 to 120 abstracts per year thereafter (Cigale & Ogrin, 2016: 146). The most famous works of the scientist, developed at the University of Chernivtsi, include: "Grundzüge der physischen Erdkunde" ("Basics of Physical Geography") (Supan, 1884); "Leitlinien der allgemeinen politischen geographie. Naturlehre des Staates" ("Guidelines of General Political Geography. Natural Philosophy of States") (Supan, 1918); "Österreich-Ungarn. Länderkunde von Europa" ("Austria-Hungary. Regional Geography of Europe") (Supan, 1889); and "Die Territoriale Entwicklung der europäischen Kolonien" ("The Territorial Development of European Colonies") (Supan, 1906).

Supan's legacy in the field of geography has been studied by Wagner (1920), Beck (1972), Dietrich (1921), Melik (1935, 1936), Kranjec (1963, 1971), Ilešič (1928, 1969), Hwang (2011), Cigale and Ogrin (2016), Rudenko and Bilous (2022), and others.

The scientist's works in the fields of geography and pedagogy are also very significant. These are primarily geography textbooks, which the scholar worked on writing and improving throughout his entire life (Supan, 1874, 1875, 1878, 1880, 1883, etc.). Undoubtedly, the most important among them is the "Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen" ("Textbook of Geography According to the Principles of Modern Science for Austrian Secondary Schools," referred to below simply as "Textbook of Geography"), which was first published in Ljubljana (Laibach) in 1874 (Supan, 1874). Between its first publication and 1904, this textbook went through 11 editions, incorporating additions and improvements by the author. According to WorldCat (the world's largest bibliographic database), it was published 19 times during this period (WorldCat, 2022). In 1911 and 1913, together with Rothaug, Supan published the 12<sup>th</sup> completely revised edition of the textbook in accordance with the requirements of the new school curriculum (Supan & Rothaug, 1911, 1913). Thus, Supan's Textbook of Geography was written and progressively developed over the course of 40 years of his professional life.

During this lifetime, Supan was recognised as a leading geographer and educator. He was elected as a Member of the German Academic Society Leopoldina, was awarded honorary membership of geographical societies in Munich, Hamburg, Vienna, Amsterdam, Rome and London, and was a member of geographical societies in Paris and Leipzig. In 1904 he was awarded a Cothenius-Medaille, and in 1906 he received a Franz von Hauer-Medaille (Kopke, 2012, p. 51).

Among numerous geographical issues of contemporary relevance that were discussed by Supan in his published works are the development of urban populations around the world, and the density, place and significance of these populations in national and continental economies. Supan paid particular attention to European cities, especially medium-populated and small towns.

Consequently, *the main objective of this study* is to analyse the population dynamics of medium and small towns in Europe in the period 1875 to 1904 based on Supan's materials as presented in the various editions of his Textbook of Geography. It should be noted that, since the textbook was intended to teach geography to "lower" school

classes, Supan did not assign a task to familiarise school students with historical or existing theories of the development of cities and their various types. Instead, the evolution of cities through pre-industrial, industrial, and modern stages – through, for example, the phases of ancient city, medieval city, “ideal city” of the Renaissance, industrial city, and modern city – were raised only fleetingly and partially. Although not directly and systematically addressed by Supan, these evolutionary stages are nonetheless discernible from the content of the Textbook of Geography.

## METHODS

The analysis in this paper of the population dynamics of medium and small European towns in the last quarter of the 19<sup>th</sup> century draws on historical, geographical, and statistical methods of research. It relies primarily on the materials of Supan that are presented in the second (1875), fourth (1880), seventh (1890), and eleventh (1904) editions of his Textbook of Geography (Supan, 1875, 1880, 1890, 1904).

A thorough perusal of this work reveals that Supan investigated 315 European cities in the 1875 edition, 285 cities in the fourth edition in 1880, 311 cities in the seventh edition in 1890, and 220 cities in the eleventh edition in 1904. It is important to recognise that he did not study all cities consistently and systematically throughout the entire 30-year period of our assessment. Lesser-known cities, which did not play an important role in the social development of European countries, often fell outside of Supan’s scope. This was largely due to rapid population growth and ongoing variation in the number of settlements classified as cities, large cities, and largest cities. The numbers of medium and small towns assessed by him were significantly reduced for the same reasons (for more details, see Marschalck, 1984; Reulecke, 1985; Lefebvre, 1972, and others).

From a methodological point of view, it is crucial to consider the approach taken to classification of cities by researchers in the late 19<sup>th</sup> and early 20<sup>th</sup> centuries. At that time, there was no generally accepted typological classification of cities by population size among scholars. Let us consider the approaches generally applied by those involved. One approach is exemplified by the likes of Teuteberg, Krabbe, and Lampard when analysing the development of cities in the late 19<sup>th</sup> and early 20<sup>th</sup> century. These scholars classified large cities as those with more than 100,000 residents (Teuteberg, 1991; Krabbe, 1989; Lampard, 2017). Pokrovsky referred to settlements with a population of one million residents or more as large cities (Pokrovskiy, 1897: 4), while Voeikov considered a population of 20,000 people to be the general minimum for “real cities” (Voyeikov, 1906). For the purposes of our analysis, we have used the typology proposed by Semyonov-Tyan-Shansky in the early 20<sup>th</sup> century, who distinguished between (Semyonov-Tian-Shanskiy, 1910: 195–201):

1. settlements – 1,000 to 5,000 residents;
2. small towns – 5,000 to 10,000 residents;
3. medium towns – 10,000 to 40,000 residents;
4. cities – 40,000 to 100,000 residents;
5. large cities – 100,000 to 1 million residents;
6. capital cities – over 1 million residents.

Korduba (Korduba, 1912) and the authors of “Andrees Allgemeiner Handatlas” (1899) adopted similar approaches to that taken by Semyonov-Tian-Shanskiy. We have

thus applied the following classification in our analysis of the population dynamics of European cities in the last quarter of the 19th century (based on Supan's studies):

1. small towns – up to 20,000 residents;
2. medium towns – 20,000 to 40,000 residents;
3. cities – 40,000 to 100,000 residents;
4. large cities – 100,000 to 500,000 residents;
5. largest cities – 500,000 to 1 million residents;
6. capital cities – over 1 million residents.

## OUTCOMES AND DISCUSSION

Each of the categories of European cities explored by Supan in the various editions of his Textbook of Geography (Supan, 1875, 1880, 1890, 1904) certainly warrants thorough analysis and synthesis. A significant place among those studied was occupied by small cities with populations of up to 20,000, and medium cities with between 20,000 and 40,000 inhabitants. For example, of the 315 European towns assessed by Supan in the second edition of 1875, 75 (23.8%) were regarded as medium in terms of their population size, and 54 (17.1%) were classified as small (see Table 1). In the 1880 edition, 84 (29.5%) of the 285 towns described were medium, and 26 (9.1%) were small. Due primarily to extensive development of industry in cities and large cities, the proportion of medium and small towns declined alongside the growth of the total urban population. In 1890, medium and small towns comprised 21.5% and 11.3% respectively, declining to 14.1% and 9.5% respectively by 1904 (see Table 1). Overall, in the last quarter of the 19th century, the proportion of medium towns in Europe exceeded 22.7%, and small cities comprised approximately 12.0 % (see Table 2).

*Table 1.* Percentage of medium and small towns of Europe in terms of their population size among all the cities studied by A. Supan in the last quarter of the 19th century

Group (category) of cities	Years, the share by the number of cities is the numerator, and the population of cities is the denominator, %				1904 p. compared to 1875 p., %
	1875	1880	1890	1904	
Small		$\frac{9.1}{0.9}$	$\frac{11.3}{1.3}$	$\frac{9.5}{0.6}$	$\frac{55.6}{25.0}$
Midsized	$\frac{23.8}{6.2}$	$\frac{29.5}{7.8}$	$\frac{21.5}{5.1}$	$\frac{14.1}{1.9}$	$\frac{59.2}{30.6}$
Total	$\frac{40.9}{8.5}$	$\frac{38.6}{8.7}$	$\frac{32.8}{6.4}$	$\frac{23.6}{2.5}$	$\frac{57.7}{29.4}$

Source: own calculation

It is also informative to consider how many people lived in medium and small towns in Europe. According to Supan's 1875 edition, about 1.91 million people lived in medium-sized European towns, and 0.73 million lived in small ones. Thereafter, the relative size of the populations of medium and small towns declined. This was primarily due to the fact that small and medium towns grew at a rapid pace, shifting many settlements into the category of cities and large cities. According to Supan, 16 small towns moved into

the category of medium towns during the period between 1875 and 1904, and two small towns became cities (Przemysl, Moravian Ostrava). During the same period, 41 medium towns joined the category of cities, and three medium towns – Mannheim, Zurich, and Basel – entered the group of large cities (over 100,000 people). In all, population growth altered the classificatory status of almost one-third of small and medium European towns in the last quarter of the 19th century.

In conclusion, taking population figures in 1875 as the baseline, the population of small and medium towns in Europe collectively increased to 105% between 1875 and 1880, and then declined to 92% and 45% in 1890 and 1904 respectively (see Table 2).

*Table 2.* Total population numbers in medium (20,000–40,000 residents) and small (up to 20,000 residents) towns of Europe in the last quarter of the 19th century, as assessed by A. Supan

Group (category) of cities	Years, the share by the number of cities is the numerator, and the population of cities is the denominator, %				1904 p. compared to 1875 p., %
	1875	1880	1890	1904	
Small		$\frac{9.1}{0.9}$	$\frac{11.3}{1.3}$	$\frac{9.5}{0.6}$	$\frac{55.6}{25.0}$
Midsized	$\frac{23.8}{6.2}$	$\frac{29.5}{7.8}$	$\frac{21.5}{5.1}$	$\frac{14.1}{1.9}$	$\frac{59.2}{30.6}$
Total	$\frac{40.9}{8.5}$	$\frac{38.6}{8.7}$	$\frac{32.8}{6.4}$	$\frac{23.6}{2.5}$	$\frac{57.7}{29.4}$

Source: own calculation

Supan's assessment of the development of population size in certain towns in the period between 1875 and 1904 is of significance for present-day researchers with an interest in the population dynamics of medium-sized European towns. Figures are provided in Table 3. In our view, diagrams or diagrammatic maps are ill-suited to displaying these figures due to their tendency to generalise data. Presentation of the data in a simple matrix format, as we have done in Table 3, preserves their precision and ensures their availability in the original form for future historical and geographical studies of population dynamics.

The Table includes all European towns whose population ranged from 20,000 to 40,000 in at least one of the selected time periods (1875, 1880, 1890, or 1904). Settlements with a larger or smaller population size were excluded from the analysis as these did not meet the population criteria for classification as "medium towns." With these qualifications in mind, Supan's work identified 131 medium towns in Europe in the last quarter of the 19th century with populations of 20,000 to 40,000 thousand people. Certain significant changes can be deduced from the figures in Tables 2 and 3. The number of medium towns in Europe initially increased from 75 settlements with a total of 1.91 million inhabitants in 1875 to 84 such towns with a total population of 2.48 million in 1880. Thereafter, the number of medium towns began to decline, with only 67 medium towns inhabited by 1.95 million people in 1890, and only 31 towns with 0.91 million inhabitants in 1904. It is interesting to note that in the period studied by Supan, the category of "medium towns" included what are now such well-known capital cities as Sofia, Belgrade, Athens, Bern, Laibach (Ljubljana), Agram (Zagreb), and Sarajevo.

Table 3. Population size of medium (20,000–40,000 residents) towns of Europe in the last quarter of the 19th century, as assessed by A. Supan (Supan, 1875, 1880, 1890, 1904)

No	City	Years, urban population (thousand people)			
		1875	1880	1890	1904
1	2	3	4	5	6
1	Sofia	–	–	30,0	–
2	Philippopol (Plovdiv, Bulgaria)	–	–	33,0	–
3	Belgrade	–	–	33,0	–
4	Athens	44,0	40,0	85,0	110,0
5	Parma	45,0	40,0	–	–
6	Pisa	50,0	40,0	–	–
7	Porto	43,0	40,0	–	–
8	Nizhny Novgorod	40,0	40,0	70,0	–
9	Voronezh	41,0	40,0	60,0	–
10	Elbing (Elbbag, Poland)	33,0	30,0	38,0	–
11	Tilsit (Sovetsk, Russia)	20,0	–	–	–
12	Bromberg (Bydgoszcz, Poland)	27,0	30,0	36,0	–
13	Rottweil (Germany)	21,0	–	–	–
14	Spandau	20,0	30,0	32,0	65,0
15	Potsdam	44,0	40,0	51,0	60,0
16	Brandenburg	26,0	30,0	33,0	–
17	Guben	21,0	–	–	–
18	Stralsund	26,0	30,0	–	–
19	Neisse (Nusa, Poland)	20,0	–	–	–
20	Köningshütte (Chorzow, Poland)	–	–	32,0	–
21	Liegnitz (Legnica, Poland)	26,0	30,0	43,0	–
22	Halberstadt	25,0	30,0	34,0	–
23	Nordhausen	21,0	–	–	–
24	Kiel	21,0	40,0	52,0	122,0
25	Hildesheim	20,0	–	–	–
26	Osnabrück	23,0	30,0	36,0	–
27	Münster	24,0	30,0	44,0	64,0
28	Bielefeld	21,0	30,0	35,0	63,0
29	Hagen	–	–	30,0	67,0
30	Bochum	21,0	30,0	41,0	66,0
31	Hanau	20,0	–	–	–
32	Wiesbaden	35,0	40,0	55,0	86,0
33	Duisburg	30,0	40,0	48,0	93,0
34	Remscheid	22,0	30,0	34,0	–
35	Koblenz	33,0	30,0	32,0	–
36	Bonn	26,0	30,0	36,0	–
37	Trier	21,0	30,0	–	–
38	Gladbach	26,0	30,0	44,0	–
39	Glauchau	22,0	–	–	–
40	Zwickau	27,0	30,0	39,0	–
41	Plauen	23,0	30,0	43,0	74,0
42	Freiberg	21,0	–	–	–

43	Gotha	20,0	-	34,0	-
44	Altenburg	20,0	-	-	-
45	Schwerin	26,0	30,0	32,0	-
46	Rostock	31,0	30,0	39,0	-
47	Lübeck	40,0	40,0	55,0	82,0
48	Darmstadt	39,0	40,0	43,0	72,0
49	Offenbach am Main	22,0	30,0	32,0	-
50	<i>Regensburg</i>	36,0	30,0	36,0	-
51	<i>Bamberg</i>	25,0	30,0	32,0	-
52	Würzburg	40,0	40,0	55,0	75,0
53	Fürth	24,0	30,0	35,0	-
54	Kaiserslautern	-	-	31,0	-
55	Freiburg	24,0	30,0	41,0	62,0
56	Karlsruhe	36,0	40,0	61,0	97,0
57	<i>Heidelberg</i>	21,0	-	-	-
58	Mannheim	39,0	50,0	61,0	141,0
59	Colmar (France)	23,0	-	-	-
60	Leiden (Netherlands)	40,0	40,0	40,0	-
61	<i>Arnhem</i>	-	40,0	48,0	-
62	<i>Groningen</i>	-	40,0	53,0	-
63	Tourcoing (France)	43,0	40,0	60,0	-
64	Caen	41,0	-	40,0	-
65	<i>Dijon</i>	42,0	40,0	60,0	-
66	Besançon	49,0	40,0	60,0	-
67	Troyes	-	40,0	50,0	-
68	Bourges	-	-	40,0	-
69	Zürich	-	20,0	30,0	151,0
70	Basel	44,0	40,0	70,0	110,0
71	Bern	-	40,0	50,0	65,0
72	Lausanne	-	-	30,0	-
73	St. Gallen	-	-	20,0	-
74	<i>Wiener Neustadt</i>	19,0	20,0	24,0	29,0
75	Linz	33,0	30,0	45,0	69,0
76	Salzburg	20,0	20,0	27,0	33,0
77	<i>Marburg</i>	13,0	10,0	18,0	25,0
78	<i>Klagenfurt</i>	15,0	15,0	19,0	24,0
79	Laibach (Ljubljana, Slovenia)	-	-	28,0	37,0
80	Innsbruck	23,0	20,0	32,0	47,0
81	Trient (Trento, Italy)	17,0	20,0	20,0	14,0
82	Gorz (Gorizia, Italy)	16,0	15,0	21,0	25,0
83	Pola (Pula, Croatia)	10,0	10,0	25,0	36,0
84	Budweis (Česke Budějovice, Czechia)	17,0	20,0	24,0	39,0
85	Pilsen	23,0	20,0	48,0	68,0
86	Eger (Hungary)	13,0	10,0	16,0	21,0
87	Teplitz	11,0	10,0	17,0	24,0
88	Auffach (Austria)	10,0	10,0	16,0	29,0
89	Warnsdorf (Czechia)	13,0	10,0	15,0	21,0

90	Reichenberg	22,0	20,0	31,0	34,0
91	Prosnitz (Prostejov, Czechia)	15,0	15,0	18,0	24,0
92	<i>Iglau</i>	20,0	20,0	23,0	24,0
93	Olmütz (Olomouc, Czechia)	15,0	15,0	20,0	22,0
94	Troppau (Opava, Czechia)	20,0	20,0	22,0	34,0
95	Bielitz (Bielsko-Biala, Poland)	10,0	10,0	13,0	25,0
96	Tarnau (Tarnow, Poland)	22,0	20,0	25,0	32,0
97	Przemyśl	15,0	15,0	22,0	46,0
98	Jaroslau	11,0	10,0	12,0	23,0
99	Drohobych	17,0	20,0	16,0	19,0
100	Stanisławów (Ivano-Frankivsk, Ukraine)	14,0	10,0	19,0	30,0
101	Stryi	–	–	–	23,0
102	Kolomyia	17,0	20,0	23,0	34,0
103	Tarnopol	20,0	20,0	29,0	30,0
104	Brody	18,0	20,0	20,0	17,0
105	Chernivtsi	34,0	30,0	52,0	68,0
106	<i>Oldenburg (Germany)</i>	21,0	20,0	23,0	–
107	Raab (Austria)	20,0	20,0	21,0	–
108	Weißenburg	22,0	20,0	26,0	30,0
109	Fünfkirchen (Pecs, Hungary)	23,0	20,0	29,0	42,0
110	Czegled (Cegled, Hungary)	22,0	20,0	25,0	–
111	Nagy-Koros	20,0	–	–	–
112	Kecskemét	41,0	40,0	45,0	57,0
113	Zombor (Sombor, Serbia)	24,0	20,0	25,0	–
114	Neusaess (Germany)	19,0	–	21,0	–
115	Zenta (Serbia)	20,0	–	21,0	–
116	Kaschau (Kosice, Slovakia)	21,0	20,0	26,0	36,0
117	Mischkolz	21,0	20,0	24,0	41,0
118	Nyíregyháza	–	–	–	32,0
119	<i>Erlau (Germany)</i>	19,0	20,0	21,0	–
120	Oradea (Romania)	28,0	30,0	31,0	47,0
121	Arad (Romania)	32,0	30,0	36,0	54,0
122	Csaba (Bekescsaba, Hungary)	30,0	–	–	37,0
123	Timișoara	32,0	30,0	34,0	50,0
124	<i>Werschetz (Vrsac, Serbia)</i>	21,0	20,0	22,0	–
125	Hermannstadt (Sibiu, Romania)	–	20,0	19,0	–
126	Kronstadt (Brasov, Romania)	–	30,0	30,0	35,0
127	Klausenburg (Cluj-Napoca, Romania)	26,0	30,0	30,0	47,0
128	<i>Agram (Zagreb, Croatia)</i>	20,0	20,0	28,0	58,0
129	Fiume (Rijeka, Croatia)	13,0	10,0	21,0	38,0
130	Osijek (Croatia)	17,0	20,0	18,0	23,0
131	Sarajevo	–	50,0	26,0	42,0

Source: own calculation

From economic and geographical points of view, it is important to trace changes in the population size of medium towns in certain European countries. As can be seen from Table 4, in the last quarter of the 19th century, medium towns (20,000 to 40,000



people) were most typical in Austria-Hungary. The total number of medium towns in Austria-Hungary constituted more than a third of all European medium-sized towns in 1875, about 40% of such towns in 1880, and more than half in 1890. By 1904, all European medium towns were concentrated in the Austro-Hungarian monarchy. Noteworthy also is that a significant proportion of Europe's medium towns – or approximately 40% – were also concentrated in Germany between 1875–1904.

*Table 4.* Total amount of population in medium (20,000–40,000 residents) towns of the European states in the last quarter of the 19th century (Supan, 1875, 1880, 1890, 1904)

	Years, number of cities (units) - numerator, population of cities (thousands of people) - denominator				
	1875	1880	1890	1904	1875–1904 average
Germany	$\frac{46}{1188.0}$	$\frac{33}{1070.0}$	$\frac{21}{718.0}$	-	$\frac{25}{744.0}$
France	-	$\frac{4}{160.0}$	$\frac{2}{80.0}$	-	$\frac{2}{60.0}$
Switzerland	-	$\frac{3}{100.0}$	$\frac{3}{80.0}$	-	$\frac{2}{45.0}$
Austro-Hungary	$\frac{27}{640.0}$	$\frac{35}{790.0}$	$\frac{37}{936.0}$	$\frac{31}{909.0}$	$\frac{33}{818.8}$
Other states	$\frac{2}{80.0}$	$\frac{9}{360.0}$	$\frac{4}{136.0}$	-	$\frac{4}{144.0}$
Total	$\frac{75}{1908.0}$	$\frac{84}{2480.0}$	$\frac{67}{1950.0}$	$\frac{31}{909.0}$	$\frac{64}{1811.08}$

Source: own calculation

The comprehensive data presented here is drawn directly and solely from the meticulous work of Supan, who has undoubtedly enriched geographical education and science through his comprehensive assessment of the population dynamics of medium and small towns in Europe in the last quarter of the 19th century.

## CONCLUSIONS

Alexander Georg Supan's geographical and pedagogical legacy warrants comprehensive scholarly investigation by contemporary scientists and educators.

Supan's assessment of population change in small and medium towns in Europe, as reflected in the four editions of his Textbook published between 1875 and 1904, clearly shows a decrease in both the number and population size of such settlements in the last quarter of the 19th century. He identified 131 medium-sized European towns with populations of between 20,000 and 40,000 residents in at least one of the four time periods he studied (1875, 1880, 1890, or 1904). Austria-Hungary and Germany had larger numbers of medium cities than any other territories.

Supan's scrupulous and extensive work on the populations of medium and small towns in Europe in the last quarter of the 19th century provides an excellent basis for efforts by present-day scientists to continue the tradition of historic-geographical urban studies at a pan-European level, which would, in turn, reveal new patterns of urban settlement in this part of the world.

## References

- Andrees Allgemeiner Handatlas in 126 Haupt- und 137 Nebenkarten nebst vollständigem alphabetischem Namenverzeichnis. Vierte, völlig neubearbeitete und vermehrte Auflage. Herausgegeben von A. Scobel. (1899). Bielefeld und Leipzig: Verlag von Velhagen & Klasing.
- Beck, H. (1972). *Geographie. Europäische Entwicklung in Texten und Erläuterungen*. München: Karl Alber. 512 s.
- Bilous, V. (2021). The main phases of Oleksandr Zupan's development as a geographer and teacher. *Journal of Education, Health and Sport*, 11(08), 438–444. doi: <http://dx.doi.org/10.12775/JEHS.2021.11.08.049>
- Cigale, D. & Ogrin, D. (2016). Alexander Georg Supan – v Sloveniji spregledan geograf slovenskega rodu. *Dela*, 45, 135–163. doi: <https://doi.org/10.4312/dela.45.8.135-163>
- Dem ordentlichen Professor in der philosophischen Fakultät der Schlesischen Friedrich-Wilhelms-Universität in Breslau Dr. Alexander Supan...* [Glückwunsch d. Universität Breslau... zum 50jährigen Doktor jubiläum am 4 Februar 1920] (1920). Breslau: publisher: GraB, Barth & Co.
- Dietrich, B. (1921). Alexander Supan. *Geographische Zeitschrift*, 27, 9/10, 193–198.
- Historical Politics euratlas. Political Map and Database of the European Cultural Area in the Exact Year 1900.
- Hwang, K. (2011). Power in Alexander Supan's Guidelines to General Political Geography (1918/1920). *Przegląd Geopolityczny*, 3, 23–44.
- Ilešič, S. (1928). Hrvatski Geografski Glasnik, broj 1. *Geografski vestnik*, 4, 151.
- Ilešič, S. (1969). Geografija. In: T. Modic (ed.), *Petdeset let slovenske univerze v Ljubljani 1919–1969*. Ljubljana Univerza, 231–242.
- Joerg, W.L.G. (1922). Recent Geographical Work in Europe. *Geographical Review*, 12, 3, 431–484.
- Kopke, Ch. (2012). Supan, Alexander Georg (1847–1920), Geograph. *Österreichisches Biographisches Lexicon 1815–1950*, Bd. 14 (63), 51. doi: <https://doi.org/10.1553/Ox002cb04f>
- Korduba, M. (1912). *Geografichnyy atlas*. (Mistyt 24 kart holovnykh i 11 pobichnykh). Kolomiya: Halycka nakladnia Ya. Oreshtayna.
- Krabbe, W.R. (1989). *Die deutsche Stadt im 19. und 20. Jahrhundert: Eine Einführung*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Kranjec, S. (1963). Aleksander Supan, nemški geograf slovenskega rodu. *Geografski vestnik*, 35, 65–69.
- Kranjec, S. (1971). Supan, Aleksander Jurij (1847–1920). In: *Slovenska biografija. Slovenska akademija znanosti in umetnosti, Znanstvenoraziskovalni center SAZU*, 2013, <https://www.slovenska-biografija.si/oseba/sbi630132/> (access: 08.01.2023).
- Lampard, E.E. (2017). *City*. *Encyclopedia Britannica*, <https://www.britannica.com/topic/city>. (access: 14.09.2022).
- Lefebvre, H. (1972). *Die Revolution der Städte* [a.d. Franz]. München: List.
- Marschalck, P. (1984). *Bevölkerungsgeschichte Deutschlands im 19. und 20. Jahrhundert*. Frankfurt am Main, 202.
- Melik, A., (1935). *Slovenija, geografski opis. 1. splošni del, 1. zvezek*. Ljubljana: Slovenska Matica, 393.
- Melik, A., (1936). *Slovenija, geografski opis. 1. splošni del, 2. zvezek*. Ljubljana: Slovenska Matica, 394–701.
- Murphy, D.T. (1997). *The Heroic Earth: Geopolitical Thought in Weimar Germany, 1918–1933*. Kent: Kent State University Press, 338.

- Pokrovskiy, V. (1897). Naseleniye. *Entsiklopedicheskiy slovar Brokgauza I Efrona*, t. XX, 1–34, <https://ru.wikisource.org/wiki/ЭСБЕ/Население> (access: 14.09.2022).
- Reulecke, J. (1985). *Geschichte der Urbanisierung in Deutschland*. Frankfurt am Main, 232.
- Rudenko, V. (2011). Zupan Oleksandr. In: *Entsyklopediya suchasnoyi Ukrayiny*, 11, 45, [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=14050](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=14050) (access: 14.09.2022).
- Rudenko, V. & Bilous, V. (2022). Pidruchnyk geografiyi za pryntsyypamy suchasnoyi nauky dlia avstriyskykh serednih shkil Oleksandra Zupana yak vyznachnyy geografo-pedagogichnyy tvir. Geografichna nauka ta osvita: perspektyvy y innovatsii: zb. materialiv II Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Pereyaslav, 125–129.
- Semionov-Tian-Shanskiy, V. (1910). *Gorod i derevnia v Yevropeyskoi Rossii. Ocherk po ekonomicheskoy geografii s 16 kartami I kartogrammami. Zapiski Impedatorskogo Russkogo Geograficheskogo Obshchestva po otdeleniyu Statistiki*, SPb, 10, 2, 212.
- Supan, A. (1874). *Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte*. Ljubljana (Laibach), Verlag von Ig. v. Kleinmayr & Fed. Bamberg, 292.
- Supan, A. (1875). *Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte*. 2. Verb. u. teilw. umgearb. Aufl. Laibach, Kleinmayr, 300.
- Supan, A. (1880). *Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte*. Ljubljana (Laibach), Verlag von Ig. v. Kleinmayr & Fed. Bamberg, 296.
- Supan, A. (1889). *Österreich-Ungarn. Sonderabdruck aus der Länderkunde Europas mit 3 Karten, 60 Vollbildern u. 121 Textabbildungen*. Prag–Wien–Leipzig: F. Tempsky.
- Supan, A. (1890). *Lehrbuch der Geographie nach den Principien der neueren Wissenschaft für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte*, 7. Aufl., rev. Neudr. d. 5. Aufl. Laibach: Kleinmayr & Fed. Bamberg.
- Supan, A. (1895). *Deutsche Schulgeographie*. Gotha: Justhes Perthes.
- Supan, A. (1904). *Lehrbuch der Geographie für österreichische Mittelschulen und verwandte Lehranstalten sowie zum Selbstunterrichte*, 11. Aufl. Laibach: Kleinmayr & Fed. Bamberg.
- Supan, A. & Rothaug, R. (1911). *Lehrbuch der Geographie für Österr. Mittelschulen. Neubearb.*, von 12, auf Grund der neuen Lehrpläne vollst. umgearb., Aufl, t. 1 (für die zweite Klasse). Laibach: Ig. v. Kleinmayr & Fed. Bamberg.
- Supan, A., Rothaug, R. (1913). *Lehrbuch der Geographie für Österr. Mittelschulen. Neubearb.*, von 12, auf Grund der neuen Lehrpläne vollst. umgearb., Aufl, t. 1 (für die zweite Klasse). Laibach: Ig. v. Kleinmayr & Fed. Bamberg.
- Supan, A. (1922). *Leitlinien der allgemeinen politischen Geographie. Naturlehre des Staates*. Berlin–Leipzig: Vereinigung wissenschaftlicher Verleger, Walter de Gruyter & Co.
- Teuteberg, H.-J. (1991). *Die Explosion der Städte im 19. Jahrhundert und ihre Folgen. Die Stadt als Kultur- und Lebensraum, Vorträge im Wintersemester 1990/91*. Heidelberg, 67–82.
- Wagner, H. (1920). Alexander Supan. Dr. A. Petermanns Mitteilungen aus Justus Perthes'geographischer Anstalt, 66, 7/8, 139–146.
- Voyeikov, A. (1906). *Raspredeleniye naseleniya zemli v zavisimosti ot prirodnykh usloviy i deyatelnosti cheloveka*. S.-Pwterburg: Tipografia M. Stasiulevicha, 134.

**Valerii Rudenko**, professor, doctor of geographical sciences, Head of the Department of Economic Geography and Environmental Management, Dean of the Faculty of Geography (2000–2021) of Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Ukraine. Interned at the University of Saskatchewan (Canada). Scientific director and lead researcher of 12 international scientific projects on the lines of the European Union, the “Democratic Grants” Programme of the US Embassy in Ukraine, Ukrainian-Slovak cross-border tourism projects, grants from the University of Alberta (Canada), etc. Author of more than 300 publications in the field of assessment of natural resource potential and history of geography in Ukraine.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7542-4399>

**Address:**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University  
Faculty of Geography  
Department of Economic Geography and Ecological Management

2 Kotsyubynsky Street  
Chernivtsi, 58012, Ukraine  
e-mail: v.rudenko@chnu.edu.ua

**Victoria Bilous**, PhD Student of the Department of Economic Geography and Environmental Management of Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, researcher of the geographical heritage of Professor Alexander Supan. Author of 6 works.

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-7394-836X>

**Address:**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University  
Faculty of Geography  
Department of Economic Geography and Ecological Management  
2 Kotsyubynsky Street  
Chernivtsi, 58012 Ukraine  
e-mail: geobilous@gmail.com

KINGA KRZESIWO  
Pedagogical University of Krakow, Poland

## Contemporary development directions of ski resorts in Poland in the context of the idea of sustainable development

**Abstract:** The consequences of climate change, demographic processes, and competition between tourist destinations are serious threats to the profitability of ski resorts and the sustainable development of many towns and regions. This article aims to examine the state of infrastructure development for downhill skiing in Poland, and to determine contemporary directions for the development of ski resorts from the point of view of ensuring the achievement of sustainable development goals. The research methods included an inventory of ski infrastructure, field observation, as well as analysis of ski resorts' websites and social media profiles. In the 2019/2020 winter season, there were 769 ski lifts in Poland, including 119 aerial lifts, with a total length of 302.9 km and a transport capacity of 625,500 people per hour; there were also 826 ski runs with a total length of 445.7 km. Ski resorts' actions in the context of sustainable development included eliminating the negative environmental effects of ski infrastructure, for example, by improving the quality and technology of ski lift equipment and snowmaking systems; maintaining the profitability of ski resorts while preserving an appropriate thickness of snow cover; increasing their financial effectiveness by creating new products and tourist attractions for the summer season; and meeting the expectations of tourists so as to ensure their satisfaction with their stay.

**Key words:** climate change; development; ski resorts; ski tourism, sustainability

**Received:** 12 July 2023

**Accepted:** 17 August 2023

**Suggested citation:** Krzesiwo, K. (2023). Contemporary development directions of ski resorts in Poland in the context of the idea of sustainable development. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 37(3), 85–108. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.373.5>

### INTRODUCTION

Ski tourism is one of the most popular activities in mountain regions; it is, therefore, one of the principal factors that affect the social and economic development of many localities and regions (Kurek, 2004; Marković & Petrović, 2013). As an example of mass tourism, with its related high financial turnover, skiing has an influence on local entrepreneurship and innovativeness; it also increases employment and income, improves the demographic

situation, raises the quality of services and infrastructure, and improves the so-called 'psychological stability' of residents (Burakowski & Magnesson, 2012; Dorocki, 2022; Krzesiwo, 2016b; Snowdon et al., 2000). Ski resorts around the world are facing many challenges due to climate change (Damm et al., 2017; Fang et al., 2021; Scott, Steiger, Knowles et al., 2020, a nie jak zmieniono na Scott et al., 2020; Steiger et al., 2019), the ageing populations of economically developed countries (Steiger, 2012; Witting & Schmude, 2019), the need for modernisation and innovation, and increasing competition between tourist destinations (Bausch & Gartner, 2020; Krzesiwo & Mika, 2023; Pons et al., 2014; Steiger & Scott, 2020). These constitute serious threats to the profitability of ski resorts and the sustainable development of many mountain tourist destinations.

Poland is among the European countries with the most well-developed ski infrastructure (Vanat, 2022). It is estimated that around four million Poles (10.5% of the population) actively participate in skiing or snowboarding (Polacy na nartach – raport 2018). The development of this form of recreation is of great importance to Poland, and ski resorts play a key role in local tourist reception systems, especially in mountain areas (Krzesiwo & Mika, 2023). Maintaining the ability of ski resorts to continue functioning is crucial to their ongoing development. From the point of view of local communities, preserving the growth of these enterprises is a key issue, as there is a strong economic bond between ski resort operators and other providers of tourist services (Mika, 2014). This dependency is also important from a social aspect: the development of tourist services is principally endogenous and is based to a large degree on local resources.

The dynamic development of ski infrastructure in Poland began in the early 1970s in almost all the mountain regions. Up to the end of the 1980s, ski infrastructure was developed mainly by mining and industrial plants belonging to the State Treasury, as well as by tourist firms. The intense process of exploitation of Polish mountains for downhill skiing was at the time driven and stimulated by distant centres of political and economic power, without the participation of local authorities (Krzesiwo, 2014). A direct consequence of the political and economic changes in Poland after 1989 was the privatisation of ski resort infrastructure.

The first decade of the 21<sup>st</sup> century saw intense growth in the number and quality of infrastructure for downhill skiing in Poland. This was caused by increases in the number of Poles participating in ski tourism and in the use of snowmaking on ski runs, as well as the appearance of powerful new actors in the ski industry – that is, companies created by local groups of entrepreneurs for the management of new ski resorts (Krzesiwo, 2014). In this period, investment in ski infrastructure was conducted not only in mountain localities, but also in suburban areas and highland ranges, along with lowlands, lake districts and coastal areas.

The large capital investments, as well as the high costs of maintaining old ski lifts and ensuring an appropriate depth of snow cover on ski runs, resulted in many small ski resorts going out of business in the second decade of the 21<sup>st</sup> century. For example, within the 8 years from 2012 to 2020, the number of lifts for transporting skiers up slopes in the Polish Carpathians decreased by 8.2%, from 511 to 469. However, despite an overall drop in the number of ski lifts, the number of aerial lifts increased by 44.4% from 63 to 91, and the total transport capacity increased by 15.4% from 347,196 to 400,832 people per hour (Krzesiwo, 2021). This is evidence of further development in the quality of ski infrastructure. High operating costs have resulted in changes to the management of some

ski resorts, which have begun to diversify into two-season destinations to increase revenues. Today, the ski tourism market in Poland has matured, and demand is stable.

Prior research into the development of ski tourism in Poland has focused on identifying and assessing the factors affecting the attractiveness and competitiveness of ski resorts (Krzesiwo, 2014; Krzesiwo & Mika, 2011; Krzesiwo et al., 2018; Nowacki, 2017; Żemła, 2008; Żemła & Żemła, 2006), motives for participating in skiing and the choices made by ski tourists (Hibner, 2020; Krzesiwo, 2014; Żemła & Bołoz, 2022), barriers and limitations to the development of ski resorts (Krzesiwo, 2007; 2014; Krzesiwo & Mika, 2023; Mika et al., 2007), the influence of ski resorts on local economic growth (Dorocki, 2007; 2022; Krzesiwo, 2016b), the structural transformation of ski resorts and directions for spatial development of ski infrastructure (Faracik et al., 2009; Krzesiwo, 2014; 2023), and the size and structure of ski tourist traffic (Hibner, 2018; Krzesiwo, 2016a). The first studies into the state of development of ski infrastructure were conducted in the 1980s in the Podhale region and in the Western Beskid mountains (Baran, 1986; 1987). Similar research was also undertaken in the first two decades of the 21<sup>st</sup> century, focusing on three areas: the Silesian Beskids (Krzesiwo, 2007; Mika, 2004), the whole of the Polish Carpathians (Krzesiwo, 2014; 2023; Mika, 2009), and the Sudeten mountains (Potocki, 2014).

Although there is literature on issues of ski tourism development and ski resorts in Poland, the scope of these works relates to selected localities or tourist regions, and their timescale covers mainly the 20<sup>th</sup> century, through to the beginning of the second decade of the 21<sup>st</sup> century. There is a lack of studies on the state and directions of development of ski tourism across the whole country. With this in mind – and given the dynamic changes taking place in tourism, as well as the threats to the further sustainable development of ski tourism resulting from climate and demographic changes and growing competition from national and foreign tourist localities – this paper aims to show the state of development of downhill skiing infrastructure in Poland, and to determine current directions for the growth of ski resorts from the point of view of ensuring achievement of sustainable development goals. The spatial scope includes all localities in Poland equipped with infrastructure for downhill skiing as of 2020.

## DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF SKI RESORTS WORLDWIDE – LITERATURE REVIEW

The development of ski resorts in various parts of the globe is most severely affected by climate change. The most serious consequences for the ski industry are the shortening of the skiing season (Moen & Fredman, 2007; Steiger & Stötter, 2013), and a drop in demand for skiing (Damm, Gruel et al., 2017; Damm, Köberl et al., 2014; Ruddy et al., 2017). The effects of climate change have resulted in adaptive behaviours by ski resorts, which have employed three main strategies: snowmaking for slopes, development of the market (i.e. increasing the frequency and number of annual visits of skiers to ski resorts), and diversification of the products on offer (Morrison & Pickering, 2013; Orr & Schneider, 2018; Scott, Steiger, Ruddy et al., 2020; Steiger & Abegg, 2013).

The most commonly used adaptive tool for dealing with a changeable climate is snowmaking (Haanpää et al., 2015; Hopkins, 2014; Steiger & Scott, 2020). The need to increase snow production leads to high operating costs, caused, among other factors, by the high cost of electricity worldwide, as well as the prices of the snowmaking

systems themselves; these costs prove to be prohibitive for some ski resorts (Scott et al., 2019; Steiger & Mayer, 2008; Walters & Ruhanen 2015). The closure of some ski resorts results in less competition in the market, which in turn leads to a redistribution of skiers to resorts that are more resistant to climate change (Pons et al., 2014; Scott, Steiger, Rutty et al., 2020). The shortening of the skiing season and the concentration and growing number of skiers in resorts that are able to manage with the changeability of the climate result in an increase in overcrowding (Rutty et al., 2015). To avoid this, ski resorts invest in increasing the capacity of ski runs, ski lifts and cableways (Rutty et al., 2015; Scott, Steiger, Rutty et al., 2020). Managing the flow of visitors in ski resorts will be of increasing importance in limiting the effects of overcrowding. Better distribution of skiers can be achieved using tools for managing flow in real time (Pikkemaat et al., 2020), as well as dynamic pricing strategies (Haugom & Malasevska, 2018; Malasevska et al., 2017a; 2017b).

Most of the remaining adaptive strategies focus on marketing activities and diversification of the products on offer. Some resorts have changed their business models from single-season winter destinations to two-season or year-round destinations (Hopkins & Maclean, 2014; Gilani et al., 2018). They try to develop alternative tourist activities that can be participated in outside the winter season or throughout the year (Ghaderi et al., 2014).

An important direction taken by ski resorts around the world is the introduction of changes to management in order to meet sustainable development criteria (Krzesiwo, 2015). For many, looking after the natural environment is a priority, as excessive exploitation of their natural surroundings causes a drop in attractiveness and tourist competitiveness (Flagestad & Hope, 2001). The operators of ski resorts are ever more aware of their responsibility for the environment, which is why, among other initiatives, they are trying to reduce their carbon footprints (Falk & Steiger, 2018). This is achieved, for example, by reducing energy consumption, increasing the use of renewable sources of energy, cutting greenhouse gas emissions, and using environmentally friendly business practices and means of transport to ski destinations (Giannelloni & Robinot, 2015; Poldermann et al., 2020). Some resorts also participate in voluntary environmental protection programmes and do their best to obtain ecological quality certificates (Little & Needham, 2011; Rivera et al., 2006).

The most important factor affecting profit indicators is the size of a ski resort, in particular the total length of ski runs (Falk & Steiger, 2020). As a result, since the beginning of the 21<sup>st</sup> century, the number of ski lifts and ski runs linking neighbouring ski areas has increased (Falk, 2017; Tuppen, 2002). The aim of this type of initiative is to attract skiers to a region by offering a greater choice of runs and the possibility to use many ski lifts with a single ski pass; above all, such initiatives allow resorts to take part in joint promotional activities (Krzesiwo, 2015). Falk (2017) claims that such horizontal cooperation between ski resorts leads to a 12% increase in overnight stays, with the greatest benefits felt by satellite ski resorts and remote villages.

In the choice of destination, of key importance is the way in which ski resorts communicate with their client target group. Currently, the principal form of communication and commercialisation is the Internet. According to Cristobal-Fransi et al. (2018), who studied the use of information and communication technologies by ski resorts in France and Spain, resorts in these countries are advanced in terms of their use of the Internet



as a real promotional tool; however, they still do not make use of the whole range of interactive possibilities that it provides.

## RESEARCH METHODOLOGY

The research process for this study was divided into several stages. The first stage lasted from March to June 2020 and involved the gathering and organising of source materials; these were obtained by conducting an inventory of ski infrastructure in Poland. Data were obtained from the official websites and Facebook profiles of companies managing ski resorts. Particular attention was paid to how up to date the analysed pages and fan-pages were. If there were any doubts as to the existence of a given ski resort or ski lift, a lack of activity on social media, or a lack of the required information on the Internet, the owners of the resort/lift were contacted by phone or email. After the data had been gathered, a database was created in a spreadsheet.

In the second stage of the study, conducted between July 2020 and September 2022, onsite observations were made, and analysis was carried out of ski resorts' websites and their profiles on social media, in the context of new investments and attractions offered to tourists in the summer season. In addition, during a conference organised by the Polish Ski and Tourist Resorts Association in September 2022, 10 interviews were conducted with representatives of leading ski resorts in Poland on completed and future investments, implemented marketing campaigns, current development trends, and the problems and challenges facing ski resort administrators and local authorities.

The third stage of the study, conducted between October 2022 and March 2023, consisted of a detailed elaboration of the source material. In March 2023, a re-inventory of ski infrastructure was conducted in the 26 largest ski destinations in Poland, to determine the changes that had occurred since 2020.

## THE STATE OF DOWNHILL SKIING INFRASTRUCTURE IN POLAND

In the 2019/2020 winter season, there were 303 companies in operation managing ski areas in Poland – ski resorts<sup>1</sup> and single ski lifts (Table 1). There were 769 ski lifts, including 119 aerial lifts, with a total length of 302.9 km and a transport capacity of 625,500 people per hour, as well as 826 ski runs with a total length of 445.7 km (Table 2).

Ski areas in Poland are located in the mountains (the Carpathians and Sudetes), the Subcarpathian basins and the highlands, as well as the lowlands, lake districts and coastal areas (Figure 1). The vast majority (81%) are in mountain localities. Around two-thirds of all ski infrastructure is in the Carpathians, and around one-fifth in the Sudetes. Among the 171 localities equipped with ski lifts and cableways, almost 70% offer a narrow scope of services. They have between one and three devices for transporting skiers up slopes, and their total transport capacity does not exceed 3,000 people per hour (Table 3). The remaining 51 localities can be designated as ski destinations.<sup>2</sup> They are of varying rank

---

1 In this work, the term 'ski resort' refers to a ski infrastructure complex managed by one owner operating under one name, with one ski pass and located in one or more localities (Krzesiwo, 2014).

2 According to Krzesiwo (2014), a ski destination is a 'tourist locality characterised by a large degree of ski infrastructure, and with appropriate service facilities connected to providing for tourist traffic'.

Table 1. Infrastructure for downhill skiing in Poland in the winter season 2019/2020

Region	Number of localities equipped with ski lifts and cableways	Number of ski resorts / single ski lifts (business)	Number of ski lift devices		Total length of ski lift devices [m]	Total transport capacity of ski lift devices [persons / hour]	
			total	including cableways			
Coasts	1	1	1	0	280	700	
Lake Districts	20	20	56	3	15,166	37,890	
Lowlands	6	6	15	2	4,504	10,300	
Highlands	22	23	72	2	21,260	48,400	
Subcarpathian Basins	1	1	1	0	500	800	
Mountains	Sudetes	30	60	155	21	61,348	126,623
	Carpathians	91	192	469	91	199,844	400,832
Total	171	303	769	119	302,902	625,545	

Source: author's own study

Table 2. Ski runs for downhill skiing in Poland in the winter season 2019/2020

Region	Number of ski runs	Total length of ski runs [m]	Number of ski runs equipped with snowmaking	Total length of ski runs equipped with snowmaking [m]	Number of ski runs with artificial lighting	Total length of ski runs with artificial lighting [m]	
							Coasts
Lake Districts	54	18,780	51	16,680	51	17,070	
Lowlands	14	5,137	12	4,837	14	5,137	
Highlands	67	22,210	67	22,210	66	22,090	
Subcarpathian Basins	1	500	1	500	1	500	
Mountains	Sudetes	160	93,700	132	77,200	101	50,865
	Carpathians	528	304,704	464	245,234	414	204,357
Total	826	445,671	729	367,301	649	300,659	

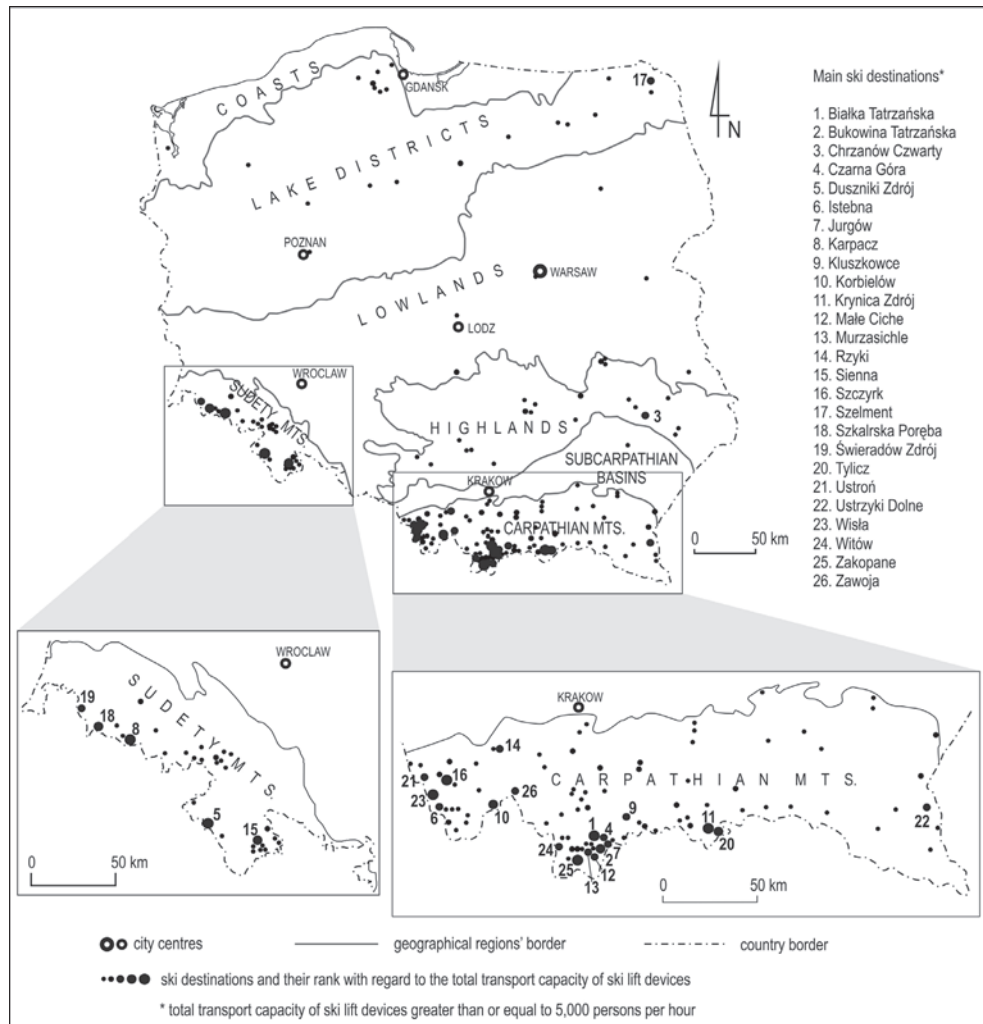
Source: author's own study

Table 3. Number of localities equipped with ski lift devices in Poland in the winter season 2019/2020

Region	Number of localities equipped with				Number of localities equipped with ski lift devices with a total transport capacity [persons / hour] of			
	1 ski lift	2-3 ski lifts	4-5 ski lifts	>5 ski lifts	≤ 1,000	1,001-3,000	3,001-5,000	≥ 5,000
Coasts	1	0	0	0	1	0	0	0
Lake Districts	4	12	2	2	5	12	2	1
Lowlands	1	4	1	0	3	2	1	0
Highlands	2	13	6	1	3	15	3	1
Subcarpathian Basins	1	0	0	0	1	0	0	0
Mountains	Sudetes	9	13	1	7	11	3	5
	Carpathians	21	36	14	20	30	16	19
Total	39	78	24	30	54	66	25	26

Source: author's own study

Figure 1. Ski destinations in Poland in the winter season 2019/2020



Source: author's own study

depending on the degree of development of ski infrastructure. In first place among the localities are Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska, Krynica Zdrój, Szczyrk, Wisła and Zakopane in the Carpathians, and Duszniki Zdrój, Karpacz and Szklarska Poręba in the Sudetes. Each of these localities has over 20 ski lifts, with a total transport capacity exceeding 15,000 people per hour.

From a technical point of view, in Poland there is a predominance of surface ski lifts: supported – platter lifts (50.4%) and T-bar lifts (7.2%), unsupported – platter lifts (7.3%) and handle tows (10.5%), and magic carpets (9.1%). The remainder (15.5%) consists of cableways: two cable cars (two sections), three funicular railways, four gondola cableways, one combined cableway (chairs and gondolas), and 109 chairlifts (1 one-person, 20 two-person, 3 three-person, 65 four-person and 20 six-person lifts).

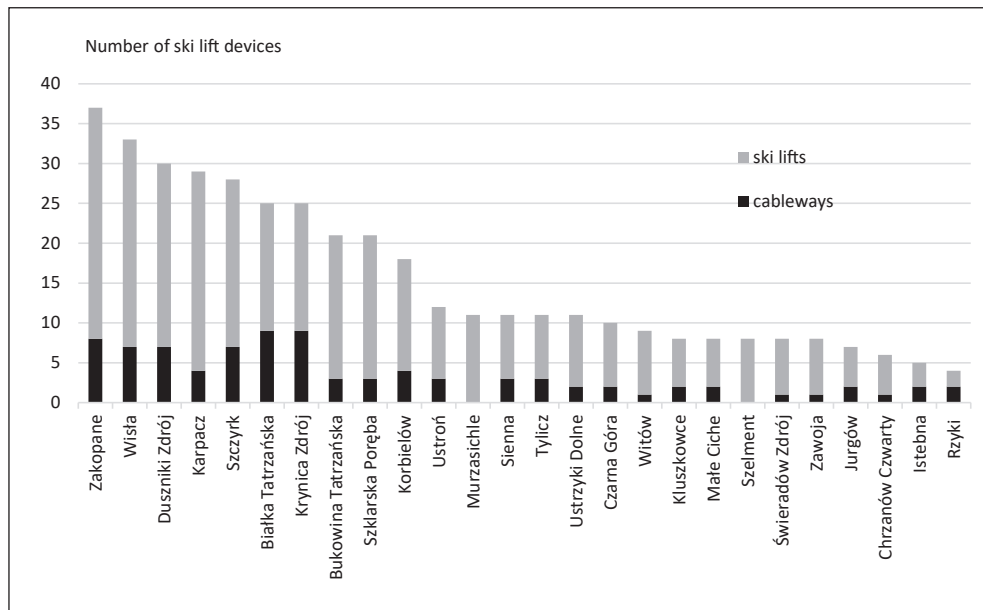
Among the 303 companies that own downhill skiing infrastructure, 128 have one ski lift (42.2%); the other 175 (57.8%) manage ski infrastructure complexes. In 2020, the largest ski resorts were Kotelnica Białczańska (Białka Tatrzańska), Szczyrk Mountain Resort (Szczyrk), Pilsko-Jontek (Korbielów) and Jaworzyna Krynicka (Krynica Zdrój) in the Carpathians, and Czarna Góra Resort (Sienna), Ski Arena Szrenica (Szklarska Poręba), Karpacz Ski Arena (Karpacz) and Winterpol Zieleniec (Duszniki Zdrój) in the Sudetes.

Out of the 826 downhill ski runs, 78.7% are easy (blue), 18.5% difficult (red) and 2.8% very difficult (black). In terms of length, 64.0% is on easy runs, 30.7% difficult, and 5.3% very difficult. Easy ski runs predominate in all landscape zones. The majority of the difficult and very difficult ski runs are in the Carpathians – 106 and 15, respectively.

Two additional but crucial elements of ski infrastructure are snowmaking and artificial floodlighting. As many as 729 (88.3%) downhill ski runs with a combined length of 367,301 m (82.4%) are equipped with devices for snowmaking (Table 2). Artificial floodlighting for skiing after dark is installed on 649 (78.6%) slopes with a combined length of 300,659 m (67.5%). The lowest percentage of floodlit ski runs is in the Sudetes (63.1%). In regions outside mountain areas, floodlit ski runs make up 97.1% of the total. A total of 32 runs with a combined length of 36,456 m can be used for alpine skiing competitions as they are licensed by the International Ski Federation (FIS). This type of ski run is only found in the Carpathians (26) and Sudetes (6).

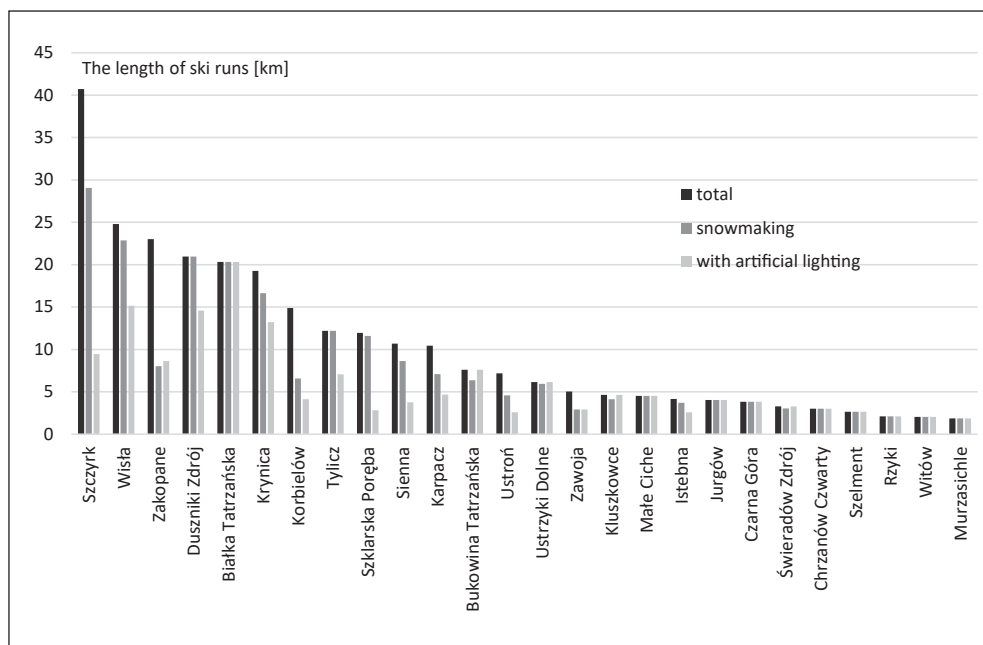
From the inventory conducted in the first half of 2020, it can be seen that 26 localities contain the most well-developed downhill skiing infrastructure. The combined transport capacity of ski lifts and aerial lifts in each of these localities is equal to or higher than 5,000 people per hour. Most of these tourist resorts are in the Carpathians (19) and the Sudetes (5) (Figure 1). The largest numbers of ski lifts are found in Zakopane (37), Wisła (33), Szczyrk (28), Białka Tatrzańska (25), Krynica Zdrój (25) and Bukowina Tatrzańska (21) in the Carpathians, and Duszniki Zdrój (30), Karpacz (29) and Szklarska Poręba (21) in the Sudetes (Figure 2). The ski destinations best equipped with cableways are Białka Tatrzańska (9), Krynica Zdrój (9) and Zakopane (8). The largest number of people can be transported by ski lifts in Białka Tatrzańska (32,975 people per hour) and Duszniki Zdrój (31,200 people per hour). Next in line are Krynica Zdrój, Wisła, Zakopane and Szczyrk, where the combined transport capacity of ski lifts and cableways are respectively 29,250, 28,232, 27,435 and 26,800 people per hour. The greatest numbers of downhill ski runs are in Wisła (44), Szczyrk (42), Duszniki Zdrój (37), Krynica Zdrój (33), Zakopane (33) and Białka Tatrzańska (31). In terms of the length of runs, Szczyrk holds first place with 40.7 km, followed by Wisła (24.8 km), Zakopane (23.0 km), Duszniki Zdrój (21.0 km) and Białka Tatrzańska (20.3 km) (Figure 3). The ski destinations with the most runs with snowmaking equipment are Wisła (42), Duszniki Zdrój (37), Białka Tatrzańska (31) and Szczyrk (30). The same localities also have the largest total length of ski runs with snowmaking equipment (22.9 km, 21.0 km, 20.3 km and 29.0 km, respectively). The most floodlit ski runs are found in Białka Tatrzańska (31), Wisła (28), Zakopane (28) and Duszniki Zdrój (26), while the greatest combined lengths of floodlit ski runs are in Białka Tatrzańska (20.3 km), Wisła (15.2 km), Duszniki Zdrój (14.6 km) and Krynica Zdrój (13.2 km).

Figure 2. Number of ski lift devices in Poland's largest ski destinations in 2020



Source: author's own study

Figure 3. Total length of ski runs, total length of runs equipped with snowmaking, and total length of runs with artificial lighting in Poland's largest ski destinations in 2020



Source: author's own study

Table 4. Infrastructure for downhill skiing in Poland's largest ski destinations in 2020 and 2023

Ski destination	Number of ski lift devices			Total transport capacity of ski lift devices [persons / hour]		
	2020	2023	change in 2020– 2023	2020	2023	change in 2020– 2023
Lake Districts						
Szelment	8	8	0	6,540	6,540	0
Highlands						
Chrzanów Czwarty	6	6	0	5,600	5,600	0
Sudetes						
Duszniki Zdrój	30	31	1	31,200	31,500	300
Karpacz	29	27	-2	20,930	20,530	-400
Sienna	11	12	1	12,850	13,150	300
Szklarska Poręba	21	21	0	16,215	16,215	0
Świeradów Zdrój	8	8	0	6,250	6,390	140
Carpathians						
Białka Tatrzańska	25	25	0	32,975	32,975	0
Bukowina Tatrzańska	21	17	-4	17,114	15,794	-1,320
Czarna Góra	10	10	0	9,700	9,700	0
Istebna	5	5	0	6,900	6,900	0
Jurgów	7	7	0	8,400	8,400	0
Kluszkowce	8	8	0	6,800	6,800	0
Korbielów	18	15	-3	14,745	13,645	-1,100
Krynica Zdrój	25	25	0	29,250	30,400	1,150
Małe Ciche	8	8	0	9,250	9,250	0
Murzasiczle	11	11	0	7,400	7,400	0
Rzyki	4	4	0	6,200	6,200	0
Szczyrk	28	27	-1	26,800	26,590	-210
Tylicz	11	12	1	10,790	13,790	3,000
Ustroń	12	12	0	8,075	8,075	0
Ustrzyki Dolne	11	13	2	10,000	10,900	900
Wisła	33	34	1	28,232	29,592	1,360
Witów	9	9	0	5,550	5,550	0
Zakopane	37	37	0	27,435	27,835	400
Zawoja	8	4	-4	5,180	3,900	-1,280
Total	404	396	-8	370,381	373,621	3,240

Source: author's own study

In 2020, there were 404 ski lifts operating in the 26 largest ski destinations (52.5% of the total number of ski lifts in Poland), including 88 aerial lifts, with a total length of 169.0 km and a transport capacity of 370,381 people per hour (Table 4). In 2023, the same ski destinations had 396 ski lifts, including 89 aerial lifts, with a total length of 166.4 km and a transport capacity of 373,621 people per hour. In the years 2020–2023,

the number of ski lifts decreased in 5 ski destinations, increased in 5, and was unchanged in the remaining 16. The largest declines were in Bukowina Tatrzańska (4), Karpacz (2), Korbiewów (3), and Zawoja (4). The biggest growth in ski infrastructure occurred in Tylicz, where a new six-person chairlift was built in 2022.

## CONTEMPORARY DEVELOPMENT DIRECTIONS OF SKI RESORTS IN POLAND

The most important development directions of Polish ski resorts in the 2010s and early 2020s include the following:

- modernisation and construction of new ski lifts and aerial lifts;
- broadening the offer to encompass the summer season, particularly for cyclists and families with children;
- offering skiers the possibility to use the ski infrastructure at many resorts via a single ski pass;
- use of special price discounts on the purchase of ski passes outside the high season;
- use of the latest interactive tools for attracting customers;
- high concentration of tourist traffic in some localities;
- development of infrastructure for tourists travelling by camper van.

The biggest modernisation investment in the 2010s was the development of the Czysta-Solisko Ski Resort in Szczyrk (known as Szczyrk Mountain Resort since 2014). This intensive modernisation began in 2017; it included building a new snowmaking system along with a 100,000 m<sup>3</sup>-capacity reservoir, a 10-person gondola cableway and three 6-person chairlifts, modification of the downhill ski runs and construction of a car park for 700 cars (<https://www.szczyrkowski.pl>). The value of the investments completed in 2017–2018 amounted to €54.3 million.

In the years 2011–2020, 43 cableways were constructed in Poland, including 30 in the Carpathians, 10 in the Sudetes, 2 in highland areas and 1 in the lake districts. Many of these were modern chair lifts, mainly 4- and 6-person, with heated seats and wind shields (Photo 1). In this period, modernisation work was also done on short unsupported platter lifts and handle tows on magic carpets. In the Carpathians alone, 40 such lifts were installed.

To improve their economic viability, ski resorts are expanding their offer to include the summer season. Among the 303 ski resorts, 66 (21.8%) are open to tourists in summer. These resorts are in 49 different localities. In total, 54 lifts are open outside the winter season, including 48 aerial lifts, comprising 7.0% of all such lifts in Poland. The summer offer of ski resorts in mountain areas is aimed at walkers, cyclists and families with children, while in highland and lowland areas and in the lake districts it is mainly towards families with children. Adaptations to ski areas to attract tourist traffic in the summer season include building one-way mountain bike runs, so-called singletracks, closed tracks with moguls and so-called pumptracks; setting out bike trails and nature trails; and building sled runs, tubing tracks (for use with tyres), viewing towers (Photo 2), theme parks such as miniature parks, children's playgrounds, rope parks, mountain railways, and animal enclosures.

A new trend in the development of ski resorts in Poland's mountain areas is the construction of bike parks (Photo 3) – that is, downhill bike trail complexes, also known as MTB (*Mountain Terrain Bike*) trails – and combining the offer for skiers with the offer for mountain bikers. The people managing ski resorts believe that once the

winter season is over, their customers switch from skis or snowboards to bikes. The summer offer in these resorts is therefore aimed at the same target group as the winter offer. In recent years, an increasing number of resorts have begun specialising in ski-and-bike offers. In 2021, there were 23 in Poland, including 15 in the Carpathians and 6 in the Sudetes. Some have even changed their name to draw customers' attention to the fact that they are no longer winter-only resorts, but year-round resorts, and that their infrastructure is designed for both skiers and cyclists; for example, Skolnity Ski & Bike Park in Wiśla (Silesian Beskids). These resorts also offer year-round passes for use of the ski infrastructure in winter and the bike infrastructure in summer. The first such pass in Poland, launched in December 2020, was the Pingwin Pass Ski & Bike (<https://grupapingwina.pl>).

In the 2010s, owners of certain Polish ski resorts located in the same region or locality began to combine their offers in the form of joint ski passes. The first such initiative appeared in the 2011/2012 winter season in Wiśla and Ustroń (Silesian Beskids), and in localities in Podhale. The 'Wiślański skipass' included six ski resorts in Wiśla, the 'Ustroński skipass' operated in four resorts in Ustroń, and the 'Tatry Ski' pass was valid for five resorts in Białka Tatrzańska, Jurgów and Kluszkowce (Krzesiwo, 2014). In subsequent years, similar solutions appeared in other tourist localities and regions in the Carpathians and Sudetes, and joint ski passes were combined; for example, the 'Wiślański Skipass' with the 'Ustroński Skipass' in 2012, and the 'Tatry Ski' pass with the 'Góral Skipass' in 2018. Additional resorts also joined existing initiatives. In 2021 in the Carpathians, there were five joint passes: 'Tatry Super Ski' in the Podhale region, 'Wiślański Skipass' and 'Szczyrk Wspólny Skipass' in the Silesian Beskids, 'Krynica ski' in the Sądecki Beskids and the 'Pingwin Pass' in resorts belonging to one owner but located in different regions. In the Sudetes, meanwhile, skiers could choose from the 'SkiPass Zieleniec' in the Orlickie mountains and the 'eSkipass' in the Śnieżnik Massif. The largest of these initiatives is the 'Tatry Super Ski' pass, which in 2021 operated in 13 localities, including 11 in Poland and 2 in Slovakia. It included 19 ski resorts, and gave access to 90 ski lifts and cableways with a total transport capacity of 106,979 people per hour, as well as 106 downhill ski runs with a total length of 73.3 km (Krzesiwo, 2023).

To generate more revenue, ski resorts use targeted activities and marketing strategies in the form of pre-season and post-season ski pass discounts, as well as dynamic pricing. Increasingly, potential customers are encouraged to purchase passes online before the skiing season or in the low season by offering them lower prices for time-limited or season ski passes that they can use in the high season. A new strategy still rarely used in Polish ski resorts is dynamic pricing. Szczyrk Mountain Resort in Szczyrk was the first and so far only ski resort in Poland to use this marketing strategy to manage demand in order to combat the seasonality of tourist traffic in the winter season, increase revenue and maximise profits. From the 2019/2020 winter season, it abandoned fixed ski pass prices; its prices now depend on various factors, including the volume of tourist traffic in the resort on a given day, the pass purchase date, the current weather, and the type of season (low or high). This form of pricing strategy allows administrators to increase traffic on days when interest in skiing is low, and reduce the number of people in the resort as well as increase the level of comfort on days when tourist demand is high. Another product that aims to attract tourists out of the high season is 'freeski' offers; these consist of adding free ski passes to overnight stays in accommodation venues participating



in a partnership programme. This type of offer is usually valid from the date ski resorts open up to Christmas Day, and from the end of the school winter holidays to the end of the skiing season. This type of promotion is used, for example, by Szczyrk Mountain Resort in Szczyrk, Czarna Góra Resort in Sienna, and resorts affiliated to the 'Wiślański Skipass', the 'Pingwin Skipass' and the 'Zieleniec Skipass'.

Innovative solutions aiming to attract customers and retain their loyalty include new interactive tools; the number of resorts using these tools grows every year. One of the most important such tools is a professional website containing such features as live camera feeds from the slopes, information on the current weather, the thickness of the snow cover and the ski lifts and ski runs that are open, and the possibility to buy ski passes online. The loyalty tools commonly used by ski resort administrators are Facebook, Instagram, YouTube and TikTok. Among the other interactive solutions for skiers and snowboarders are mobile applications that can be used to check the live camera feed on the slopes, the number of ski runs completed, the number of kilometres covered and the maximum skiing speed. Users can check the weather, conditions on the slopes, the availability of ski lifts and ski runs, and accommodation and other services on offer in a given locality; they can also buy a ski pass.

An unfavourable phenomenon that has been noticeable in recent years in Poland is the concentration of tourist traffic in selected localities and ski resorts, caused by overall competitive pressure on a small and average scale. Large resorts have invested in innovative solutions and thus strengthened their market position, attracting crowds of tourists. This results in overcrowding (Photo 4) and a range of other related problems, including an increase in environmental pollution, a worsening of internal transport accessibility, and a resulting drop in tourists' level of satisfaction with their stay. Examples of ski destinations that have maintained a strong competitive position over the past 10 to 15 years, and in which tourist traffic is concentrated in the winter season, are Białka Tatrzańska, Krynica Zdrój and Wisła in the Carpathians, and Karpacz and Duszniki Zdrój in the Sudetes. In recent years, Szczyrk has also joined this group. Meanwhile, there are many small enterprises with low economic viability that do not have sufficient funds for further development.

An entirely new phenomenon in Polish ski resorts is the development of infrastructure for tourists travelling by camper van. The COVID-19 pandemic triggered interest in caravanning among Poles en masse; car parks in some ski resorts in the 2020/2021 winter season were full of this type of vehicle. Three Carpathian and two Sudeten skiresorts are fully equipped to accommodate camper vans: Master-Ski in Tylicz, Słotwiny Arena in Krynica Zdrój, Rusiń-Ski in Bukowina Tatrzańska, Dzikowiec in Boguszów Gorce and Łądek Zdrój in Łądek Zdrój. Electricity, water and sewage services are provided free of charge to people with valid ski passes, while in resorts in the Sudetes, a fee is charged for the use of camper van parks. In addition, in some resorts, for example Kotelnica Białczańska in Białka Tatrzańska, JurgówSki in Jurgów, Laskowa-Ski in Laskowa, Wierchomla in Wierchomla, Tylicz.ski in Tylicz, and Jaworzyna Krynicka in Krynica Zdrój, tourists travelling by camper van can connect their vehicles to the electricity supply for no additional fee (<https://polskicaravaning.pl>).

*Photo 1.* Six-person 'Pasięka Express' chairlift in the Kotelnica Białczańska Ski Resort in Białka Tatrzańska



by K. Krzesiwo

*Photo 2.* Viewing tower in the Słotwiny Arena Ski Resort in Krynica Zdrój



by Ł. Krzesiwo

Photo 3. Infrastructure for mountain biking in the Mosorny Groń Ski Resort in Zawoja



by K. Żuławiński

Photo 4. Huge queue for the cableway in the Szczyrk Mountain Resort in Szczyrk



by P. Krzesiwo

## DISCUSSION

This paper is the first work to date to present the state of ski infrastructure across the whole of Poland. There is, therefore, a lack of comparable material that, when combined with the numerical data in this article, would allow for analysis of changes in ski tourism infrastructure. Such an analysis was conducted by Krzesiwo (2021) for the Carpathians. It may be supposed that in the remaining regions of the country, similar processes have taken place, affecting the development of ski infrastructure. In 2012–2020, the number of localities in the Polish Carpathians with areas dedicated to downhill skiing fell by 22.9%, and the number of lifts for transporting skiers up slopes dropped by 8.2%. Although the total number of ski lifts declined, the number of aerial lifts grew by 44.4%, and the transport capacity increased by 15.5% (Krzesiwo, 2021). There was also an improvement in the quality of preparation of downhill ski runs. The number and length of runs with snowmaking capabilities grew by around 15%, and floodlit runs enabling skiing after dark increased by around 12% (Krzesiwo, 2023). The Carpathians, therefore, have seen a development of ski infrastructure; however, this has been primarily in the quality of facilities.

In 2020–2023, the development of downhill skiing infrastructure in Poland definitely slowed down. During this period, the number of ski lifts at the 26 largest ski destinations decreased by 2.0%, and transport capacity increased by only 0.9%. This was an extremely difficult time for the tourism industry due to restrictions caused by the COVID-19 pandemic in 2020 and 2021 and the outbreak of armed conflict between Russia and Ukraine in February 2022. Significantly lower revenues for ski resorts in the winter season 2020/2021, amounting to 10–35% of the levels of the previous winter, as well as the migration, economic and energy crises in 2022 and 2023 due to the war in Ukraine, halted costly investments in ski infrastructure. In some large ski resorts, only handle tows and magic carpets were installed for people learning skiing or snowboarding. On the other hand, those managing single, short, and non-invested ski lifts, for which there had already been no demand in earlier years, decided to close their businesses.

The principal issue that leads ski lifts to close is high costs, including the maintenance and servicing of lift equipment; the costs of implementing innovations and new investments in modern ski lifts, aerial lifts and efficient snowmaking systems; and the costs of snow production and maintaining snow cover on the slopes. Other contributory factors include disputes and lack of agreement between landowners and ski resort operators over conditions for the lease of land to be used for skiing. A further reason is the drop in tourist demand in some localities due to the lack of modernisation of ski infrastructure or marketing activities to attract customers, as well as competition from expanding ski resorts (Krzesiwo, 2021).

The operators of ski infrastructure in Poland are mostly Polish family-run businesses and cooperative initiatives connected to local communities and their individual capital. The need to improve the quality of services and build new infrastructure results in the owners of ski resorts being highly indebted for many years. In 2019, the average cost of building a four-person chairlift was around 25–30 million złoty (€5.5–6.5 million), while the average time for the return on investment was around 10 years. The high financial outlays in ski infrastructure are a serious challenge for many enterprises in the ski industry (Krzesiwo & Mika, 2023).

The high costs of producing snow and maintaining snow cover are caused by changes in climate and unstable weather conditions in winter (Scott et al., 2006). Damm, Köberl et al. (2014) estimated that these costs are from €10,000 to €30,000 per hectare annually. This includes the cost of electricity, labour costs and ensuring an appropriate supply of water. Administrators of Polish ski resorts point out that due to the approximately 300% rise in the price of electricity in 2023, these costs are skyrocketing and may prove prohibitive for some firms.

In the 1990s and 2000s, the principal adaptive strategy for dealing with the changeability of the climate in Poland was snowmaking. Today, snowmaking equipment is standard for ski resorts, with almost 90% of downhill ski runs in Poland equipped with snowmaking capabilities. As indicated by Steiger and Mayer (2008), the increase in the use of snowmaking equipment should not only be ascribed exclusively to climate change; tendencies in tourism, prestige and competitive advantage also contribute. Nowadays, a distinguishing feature of a ski resort is not the very fact of having a snowmaking system, but its quality, manifested in its efficiency, low energy consumption and environmental friendliness.

In the 2010s, the climate change adaptation strategies of many ski resorts concentrated on marketing activities and diversification of the product offer. In order to reduce the sensitivity of the business model to temperature fluctuations and escape from the 'trap' of the seasonality of revenue, ski resorts are developing in the direction of multifunctional use. According to Walters and Ruhanen (2015), to attract tourists outside the winter season and thus increase the profitability of their business activity, resorts should invest in attractions and amenities that offer elements of emotion and adventure, as well as the possibility for rest and relaxation. In Polish ski resorts, tourist attractions are being created for the summer season, such as bike parks, viewing towers, year-round sled runs, themed attractions, outdoor events and others. While at present, such activity is only seen in one-fifth of ski resorts in Poland, in the face of high and rising fixed costs, many resorts will change from a one-season profile to a year-round activity.

Falk and Steiger (2020) proved that the commercial success of ski resorts depends mainly on their size, with an increasing number of connections between ski lifts and ski runs with neighbouring ski areas, and a growing number of projects in the form of joint ski passes. Although this process is not new – it has been in operation in the Alps since the 1980s – from the early 2000s, it grew in strength, even on an international scale (Falk, 2017; Tuppen, 2002). In Poland, the first initiative of this kind appeared in the early 2010s, but in recent years, such activity has grown in size and scope. The idea of physically connecting neighbouring ski resorts and creating joint ski passes will, in the future, be replicated in other Polish tourist localities and regions. It is presumed, however, that not many new solutions of this type will appear. They will instead be replaced by the fusion of solutions, with additional ski resorts joining existing projects.

To increase their profitability, many ski industry enterprises are introducing discount programmes; these are an effective tool in the strategy to combat seasonality. According to research conducted by Sainaghi et al. (2019), after Livigno, in Italy, offered a free ski pass out of the high season in selected accommodation facilities, over 10 years the number of stays in hotels increased by 108%, and the number of skiers by 248%. In turn, Falk and Scaglione (2021) demonstrated that a considerable reduction in the price of season ski passes in Switzerland led to a 31% increase in overnight stays by Swiss tourists. The discounted price was not, however, effective in attracting foreign guests.

One strategy for increasing the profitability of ski resorts and reducing fluctuations in tourist demand is innovative pricing tactics in the form of dynamic ski pass prices (Haugom & Malasevska, 2018). Malasevska et al. (2017a) indicated that in Norwegian ski resorts, the number of daily visitors is significantly affected by weather conditions, the day of the week and public holidays. Therefore, if their approach to ski pass pricing was more dynamic and based on weather forecasts, ski resort operators could considerably increase their revenue (Malasevska et al., 2017b).

Nowadays, the most common sources used by current and potential customers to gather information on ski resorts are the opinions of friends and family, as well as the Internet. As a channel for the flow of information, the Internet is of particular importance in conducting image and promotional activities. Internet marketing is one of the cheapest and most effective forms of marketing. For this reason, it is vital that ski resorts pay close attention to their websites and social media profiles, as well as trying to ensure that the most popular platforms related to skiing feature as many articles as possible about their resorts (Krzesiwo, 2018).

## CONCLUSIONS

In 2020, ski infrastructure was found in 171 localities in Poland, mainly in the Carpathian and Sudeten mountain areas (81%). There were 769 lift devices in operation, including 119 aerial lifts, with a total length of 302.9 km and a transport capacity of 625,500 people per hour; there were 826 downhill ski runs with a total length of 445.7 km. Of these ski runs, 88.3% had snowmaking equipment and 78.6% were floodlit. The largest Polish ski destinations were Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska, Krynica Zdrój, Szczyrk, Wisła and Zakopane in the Carpathians, and Duszniki Zdrój, Karpacz and Szklarska Poręba in the Sudetes. On the basis of earlier analyses conducted in the Carpathians, it can be said that there is ongoing improvement in the quality of downhill skiing infrastructure in Poland, reflected in the growing total transport capacity of ski lifts and an increase in the number and length of ski runs with snowmaking equipment and floodlights. However, in 2020–2023, thanks to the COVID-19 pandemic and the armed conflict between Russia and Ukraine, ski resorts in Poland did not undertake investment activities in infrastructure for downhill skiing.

The actions undertaken by Polish ski resorts from the perspective of sustainable development are of an environmental, economic and social nature. The environmental aspect relates to eliminating the negative impacts of ski infrastructure and ski tourism on the natural environment, for example, by technological and quality improvements to lift and snowmaking equipment, the planned development of ski resorts, and the monitoring by some resorts of the condition of the natural environment (e.g. Kotelnica Białczańska Ski Resort in Białka Tatrzańska). Economic actions involve maintaining the profitability of ski resorts while keeping a suitable depth of snow cover, as well as improving their financial condition by creating new products and tourist attractions for the summer season. The operating model for firms managing ski resorts will, therefore, slowly change from one-season use to multiple year-round activities. To achieve a competitive advantage, many ski resorts are conducting carefully thought-out marketing campaigns, such as combining the offers of many resorts in one locality or region in the form of a joint ski pass, special discounts on ski passes out of the high season, and new interactive tools for attracting customers. Equally important are the socially oriented activities undertaken

by ski resorts, involving, above all, the employment of local inhabitants, as well as meeting the expectations of tourists to ensure they are satisfied with their stay.

Ski tourism should continue to develop, especially in traditional ski regions, as for many communities, this activity is the most important sector in the local economy and supports other forms of development (Scott, Steiger, Rutty et al., 2020; Tuppen 2002). Changes in demand at ski resorts have a direct effect on the use of accommodation facilities, rental of ski equipment, gastronomy services, retail services, and so on (Lohmann & Crasselt, 2012). For this reason, the future development of entire regions depends to a large degree on ski resorts (Falk & Steiger, 2020). Maintaining growth in specialised regions dependent on ski tourism requires active investment and marketing activities, as well as continuous monitoring and preventive action in the case of a worsening economic situation or a deterioration in the quality of tourist attractions. Ski destinations that increase their resistance to both climate instability and fluctuations in demand will achieve stable growth and a long-term competitive advantage. This can be done if they invest in multifunctional models and develop their summer season offer, as well as being able to bear the high financial outlays required for these initiatives. For this reason, the processes stabilising growth in Polish tourist destinations dependent on skiing will be of a long-term nature, amid conditions of continuous uncertainty as to revenue volumes.

Taking into account the dynamic changes taking place in tourism and the natural, social, economic and political threats to the sustainable development of ski resorts, it is proposed to conduct research on the state of ski infrastructure development in Poland at fixed intervals; on a five-year basis, for example. Current developments also raise the reasonable question of whether and to what extent ski resort managers in Poland can adapt to changes caused by the instability of climate conditions. Therefore, future research should focus on identifying the factors that are important for maintaining the development capacity of ski resorts in the context of their ability to adapt to climate change.

## References

- Baran, M. (1986). *Koleje linowe, wyciągi narciarskie, nartostrady: Tatry, Podtatrze, Pieniny, Gorce, Beskid Wyspowy, Beskid Szadecki* [Aerial lifts, ski lifts, ski runs: Tatras, Podtatrze, Pieniny Mts., Gorce Mts., Island Beskids, Szadecki Beskids]. Warszawa–Kraków: Wydawnictwo PTTK „Kraj.”
- Baran, M. (1987). *Koleje linowe, wyciągi narciarskie, nartostrady. Beskid Śląski, Żywiecki i Mały* [Aerial lifts, ski lifts, ski runs. Silesian Beskids, Żywiec Beskids and Little Beskids]. Warszawa: Wydawnictwo PTTK „Kraj.”
- Bausch, T., & Gartner, W.C. (2020). Winter tourism in the European Alps: Is a new paradigm needed? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 1–9. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100297>
- Burakowski, E., & Magnusson, M. (2012). *Climate impacts on the winter tourism economy in the United States*. New York: Protect Our Winters, Natural Resources Defense Council. Retrieved from <https://www.nrdc.org/sites/default/files/climate-impacts-winter-tourism-report.pdf> [access: 2 February 2023].
- Cristobal-Fransi, E., Daries, N., Serra-Cantalops, A., Ramón-Cardona, J., & Zorzano, M. (2018). Ski tourism and web marketing strategies: the case of ski resorts in France and Spain. *Sustainability*, 10(8), 2920. doi: <https://doi.org/10.3390/su10082920>
- Damm, A., Gruell, W., Landgren, O., & Prettenthaler, F. (2017). Impact of +2°C global warming on winter tourism demand in Europe. *Climate Services*, 7, 31–46. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cliser.2016.07.003>

- Damm, A., Köberl, J., & Prettenthaler, F. (2014). Does artificial snow production pay under future climate conditions? A case study for vulnerable ski area in Austria. *Tourism Management*, 43(August 2014), 8–21. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.009>
- Dorocki, S. (2007). Stacja narciarska Wierchomla – lokalny ośrodek aktywizacji gospodarczej [Ski station Wierchomla – a local center of economic activation]. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 3, 81–87.
- Dorocki, S. (2022). Rozwój stacji narciarskich jako lokalnych biegunów wzrostu gospodarczego. Przykład województwa małopolskiego [Development of ski stations as local economic growth poles. The case of Małopolskie Voivodeship (Poland)]. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 18(2), 98–118. doi: <https://doi.org/10.24917/20833296.182.6>
- Falk, M. (2017). Gains from horizontal collaboration among ski areas. *Tourism Management*, 60 (June 2017), 92–104. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.008>
- Falk, M., & Scaglione, M. (2021). Effects of price model copycats in the ski industry. *Tourism Analysis*, 26(1), 71–75. doi: <https://doi.org/10.3727/108354220X15950120083867>
- Falk, M., & Steiger, R. (2018). An exploration of the debt ratio of ski lift operators. *Sustainability*, 10(9), 2985. doi: <https://doi.org/10.3390/su10092985>
- Falk, M., & Steiger, R. (2020). Size facilitates profitable ski lift operations. *Tourism Economics*, 26(7), 1197–1211. doi: <https://doi.org/10.1177/1354816619868117>
- Fang, Y., Scott, D., & Steiger, R. (2021). The impact of climate change on ski resorts in China. *International Journal of Biometeorology*, 65, 677–689. doi: <https://doi.org/10.1007/s00484-019-01822-x>
- Faracik, R., Kurek, W., Mika, M., & Pawłusiński, R. (2009). Turystyka w Karpatach Polskich w świetle współczesnych kierunków rozwoju [Tourism in the Polish Carpathian Mountains in the light of contemporary directions in tourism development]. In: B. Domański & W. Kurek (Eds.), *Gospodarka i przestrzeń [Economy and space]*, 77–97. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytet Jagielloński.
- Flagestad, A., & Hope, Ch.A. (2001). Strategic succes in winter sports destinations: a sustainable value creation perspective. *Tourism Management*, 22(5), 445–461. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00010-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00010-3)
- Ghaderi, Z., Khoshkam, M., & Henderson, J. C. (2014). From snow skiing to grass skiing: implications of climate change for the ski industry in Dizin, Iran. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 96–107. doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2013.829507>
- Giannelloni, J.-L., & Robinot, E. (2015). Car use in ski resort: the moderating role of perceived lack of facilities. *European Journal of Tourism Research*, 11, 5–20.
- Gilani, H.R., Innes, J.L., & Grave, A.D. (2018). The effects of seasonal business diversification of British Columbia ski resorts on forest management. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 23, 51–58. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.07.005>
- Haanpää, S., Juhola, S., & Landauer, M. (2015). Adapting to climate change: perceptions of vulnerability of downhill ski area operators in Southern and Middle Finland. *Current Issues in Tourism*, 18(10), 966–978. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.892917>
- Haugom, E., & Malasevska, I. (2018). Variable pricing and change in alpine skiing attendance. *Tourism Economics*, 24(8), 1029–1036. doi: <https://doi.org/10.1177/1354816618779650>
- Hibner, J. (2018). *Wpływ kolei linowych na strukturę ruchu turystycznego w Tatrach [Influence of cable cars on the structure of tourists' movement in the Tatra Mountains]*. Doctoral dissertation (Typescript). Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hibner, J. (2020). Wpływ doświadczenia na motywy uprawiania narciarstwa na przykładzie tatrzańskich ośrodków narciarskich: Kasprowy Wierch (Polska) i Tatrzańska Łomnica (Słowacja) [Impact of experience on the motives of skiers on the example of Tatra ski resorts: Kasprowy Wierch (Poland) and Tatrzańska Łomnica (Slovakia)]. *Prace Geograficzne [Geographical Studies]*, 161, 7–40. doi: <https://doi.org/10.4467/20833113PG.20.006.12548>
- Hopkins, D. (2014). The sustainability of climate change adaptation strategies in New Zealand's ski industry: a range of stakeholder perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 107–126. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.804830>



- Hopkins, D., & Maclean, K. (2014). Climate change perceptions and responses in Scotland's ski industry. *Tourism Geographies*, 16(3), 400–414. doi: <http://doi.org/10.1080/14616688.2013.823457>
- Kamperem na narty – gdzie? (lista miejsc). Retrived from: <https://polskicaravaning.pl/dzial/242-podroze/artykuly/kamperem-na-narty-gdzie-lista-miejsc,53536>[access: 6 February 2023].
- Krzesiwo, K. (2007). Turystyka narciarska w Beskidzie Śląskim – stan obecny i problemy rozwoju [Ski tourism in the Silesian Beskid Mountains – current state and development problems]. In: W. Kurek & R. Faracik (Eds.), *Studia nad turystyką. Prace geograficzne i regionalne. Geograficzne, społeczne i ekonomiczne aspekty turystyki* [Tourism studies. Geographical and regional studies. Geographical, social and economic aspects of tourism]. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytet Jagielloński, 85–97.
- Krzesiwo, K. (2014). *Rozwój i funkcjonowanie stacji narciarskich w polskich Karpatach* [Development and functioning of ski destinations in the Polish Carpathians]. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytet Jagielloński.
- Krzesiwo, K. (2015). Rozwój turystyki narciarskiej w świetle idei zrównoważonego rozwoju – stan badań [The development of ski tourism in the light of idea of sustainable development – state of research]. *Prace Geograficzne* [Geographical Studies], 141, 117–140. doi: <https://doi.org/10.4467/20833113PG.15.013.4065>
- Krzesiwo, K. (2016a). Ocena wielkości ruchu turystycznego w Ośrodku Narciarskim Kotelnica Białczańska w sezonie zimowym 2014/2015 [Evaluation of the size of tourist traffic in the Kotelnica Białczańska Ski Resort in the winter season 2014/2015]. *Prace Geograficzne* [Geographical Studies], 145, 47–70. doi: <https://doi.org/10.4467/20833113PG.16.012.5401>
- Krzesiwo, K. (2016b). Społeczne i gospodarcze aspekty rozwoju turystyki narciarskiej [Social and economic aspects of development of ski tourism]. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 12, 233–244.
- Krzesiwo, K. (2018). Ocena wybranych działań promocyjnych ośrodków narciarskich w Polsce – przykład Ośrodka Narciarskiego Kotelnica Białczańska w Białce Tatrzańskiej [Evaluation of selected promotional activities of ski resorts in Poland – a study on Kotelnica Białczańska Ski Resort in Białka Tatrzańska]. *Folia Turistica*, 48, 261–282. doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.7704>
- Krzesiwo, K. (2021). Ocena sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich – przykład polskich Karpat [Evaluation of the development and functional situation of ski stations – the example of the Polish Carpathian Mountains]. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 35(3), 259–276. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.16>
- Krzesiwo, K. (2023). Stan obecny i kierunki rozwoju ośrodków narciarskich w polskich Karpatach [Current state and main directions of development of ski resorts in the Polish Carpathians]. *Prace Geograficzne* [Geographical Studies], in press.
- Krzesiwo, K., & Mika, M. (2011). Ocena atrakcyjności turystycznej stacji narciarskich w świetle zagadnienia ich konkurencyjności – studium porównawcze Szczyrku i Białki Tatrzańskiej [Evaluation of tourist attractiveness of ski resorts with regard to their competitiveness – a comparative study of Szczyrk and Białka Tatrzańska]. *Prace Geograficzne* [Geographical Studies], 125, 95–110.
- Krzesiwo, K., & Mika, M. (2023). A tourist business in a state of sustained uncertainty. An exploratory study of barriers to ski resort development in Poland. *Current Issues in Tourism*, 1–16. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2203850>
- Krzesiwo, K., Ziółkowska-Weis, K., & Zemła, M. (2018). Atrakcyjność wybranych państw Europy Środkowej pod kątem uprawiania sportów zimowych i pieszej turystyki górskiej [The attractiveness of selected Central European countries for winter sports and mountain hiking]. *Turyzm* [Tourism], 28(1), 35–41. doi: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.28.1.04>
- Kurek, W. (2004). *Turystyka na obszarach górskich Europy* [Tourism in the mountain areas of Europe]. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński.
- Little, Ch.M., & Needham, M.D. (2011). Skier and snowboarder motivations and knowledge related to voluntary environmental programs at an Alpine ski area. *Environmental Management*, 48, 895–909. doi: <https://doi.org/10.1007/s00267-011-9734-0>

- Lohmann, Ch., & Crasselt, N. (2012). Investments in ski areas: effects of compensation payments in a complementary value network. *Tourism Economics*, 18(2), 339–358. doi: <https://doi.org/10.5367/te.2012.0118>
- Malasevska, I., Haugom, E., & Lien, G. (2017a). Modelling and forecasting alpine skier visits. *Tourism Economics*, 23(3), 669–679. doi: <https://doi.org/10.5367/te.2015.0524>
- Malasevska, I., Haugom, E., & Lien, G. (2017b). Optimal weather discounts for alpine ski passes. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 20, 19–30. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.09.002>
- Marković, J. J., & Petrović, M. D. (2013). Sport and recreation influence upon mountain area and sustainable tourism development. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 1(1), 81–90.
- Mika, M. (2004). *Turystyka a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego* [Tourism and the environmental change in the Silesian Beskid Mountains]. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński.
- Mika, M. (2009). Ski tourism in the Polish Carpathians – present state and issues of development. *Folia Geographica, Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitatis Presoviensis*, 14, 198–208.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki* [Premises and determinants of sustainability of local tourism development]. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński.
- Mika, M., Krzesiwo, K., & Krzesiwo, P. (2007). Współczesne problemy rozwoju ośrodków narciarskich w Polsce – przykład Szczyrku [Contemporary problems of the development of Polish ski resorts – case study of the town of Szczyrk]. *Prace Geograficzne [Geographical Studies]*, 117, 63–77.
- Moen, J., & Fredman, P. (2007). Effects of climate change on Alpine skiing in Sweden. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 418–437. doi: <https://doi.org/10.2167/jost624.0>
- Morrison, C., & Pickering, C.M. (2013). Perceptions of climate change impacts, adaptation and limits to adaptation in the Australian Alps: the ski-tourism industry and key stakeholders. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 173–191. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.681789>
- Nowacki, M. (2017). Porównanie polskich, czeskich i słowackich ośrodków narciarskich za pomocą analizy FHD (free disposable hull) [Comparison of Polish, Czech and Slovak ski resorts using the free disposable hull analysis]. *Folia Turistica*, 45, 9–29. doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.0495>
- Orr, M., & Schneider, I. (2018). Substitution interests among active-sport tourists: the case of a cross-country ski event. *Journal of Sport and Tourism*, 22(4), 315–332. doi: <https://doi.org/10.1080/14775085.2018.1545600>
- Pikkemaat, B., Bichler, B.F., & Peters, M. (2020). Exploring the crowding-satisfaction relationship of skier: the role of social behavior and experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(8–9), 902–916. doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1763229>
- Pingwin PASS SKI & BIKE. Retrived from: <https://grupapingwina.pl/karnet-caloroczny/> [access: 6 February 2023].
- Polacy na nartach – raport 2018 [Poles on skis – 2018 report]. (2018). Retrived from: <https://punkta.pl/akademia/ubezpieczenia-turystyczne/polacy-na-nartach-raport-2018/> [access: 2 February 2023].
- Polderman, A., Haller, A., Viesi, D., Tabin, X., Sala, S., Giorgi, A., Darmayan, L., Rager, J., Vidovič, J., Daragon, Q., Verchère, Y., Zupan, U., Houbé, N., Heinrich, K., Bender, O., & Bidault, Y. (2020). How can ski resorts get smart? Transdisciplinary approaches to sustainable winter tourism in the European Alps. *Sustainability*, 12(14), 5593. doi: <https://doi.org/10.3390/su12145593>
- Pons, M., Johnson, P., Rosas, M., & Jover, E. (2014). A georeferenced agent-based model to analyse the climate change impacts on ski tourism at a regional scale. *International Journal of Geographical Information Science*, 28(12), 2474–2494. doi: <https://doi.org/10.1080/13658816.2014.933481>
- Potocki, J. (2014). Zagospodarowanie turystyczne Sudetów [Tourist development of the Sudetes]. In: A. Marek & I.J. Olszak (Eds.), *Sudety i Przedgórze Sudeckie. Środowisko, ludność*,

- gospodarka [Sudetes and Sudeten Foothills. Environment, population, economy]*. Wrocław: Wydawnictwo Silesia, 407–426.
- Poznaj Szczyrk Mountain Resort – największy ośrodek narciarski w Polsce. Retrieved from: <https://www.szczyrkowski.pl/resort/o-osrodku> [access: 6 February 2023].
- Rivera, J., de Leon, P., & Koerber, Ch. (2006). Is greener whiter yet? The Sustainable Slopes Program after five years. *Policy Studies Journal*, 34(2), 195–221. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.2006.00166.x>
- Rutty, M., Scott, D., Johnson, P., Jover, E., Pons, M., & Steiger, R. (2015). Behavioural adaptation of skiers to climatic variability and change in Ontario, Canada. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 11, 13–21. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2015.07.002>
- Rutty, M., Scott, D., Johnson, P., Pons, M., Steiger, R., & Vilella, M. (2017). Using ski industry response to climatic variability to assess climate change risk: an analogue study to Eastern Canada. *Tourism Management*, 58 (February 2017), 196–204. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.020>
- Sainaghi, R., Phillips, P., & d'Angella, F. (2019). The balanced scorecard of a new destination product: Implications for lodging and skiing firms. *International Journal of Hospitality Management*, 76(A), 216–230. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.011>
- Scott, D., McBoyle, G., Minogue, A., & Mills, B. (2006). Climate change and the sustainability of ski-based tourism in Eastern North America: A reassessment. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 376–398. doi: <https://doi.org/10.2167/jost550.0>
- Scott, D., Steiger, R., Knowles, N., Fang, Y. (2020). Regional ski tourism risk to climate change: An intercomparison of Eastern Canada and US Northeast markets. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(4), 568–586. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1684932>
- Scott, D., Steiger, R., Rutty, M., Pons, M., & Johnson, P. (2019). The differential futures of ski tourism in Ontario (Canada) under climate change: the limits of snowmaking adaptation. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1327–1342. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1401984>
- Scott D., Steiger R., Rutty M., Pons M., & Johnson P. (2020). Climate change and ski tourism sustainability: an integrated model of the adaptive dynamics between ski area operations and skier demand. *Sustainability*, 12(24), 10617. doi: <https://doi.org/10.3390/su122410617>
- Snowdon, P., Slee, B., & Farr, H. (2000). The economic impacts of different types of tourism in upland and mountain areas of Europe. In: P.M. Goode, M.F. Price, & F.M. Zimmermann (Eds.), *Tourism and development in mountain regions*. Wallingford: CAB International, 137–155.
- Steiger, R. (2012). Scenarios for skiing tourism in Austria: integrating demographics with an analysis of climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(6), 867–882. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680464>
- Steiger, R., & Abegg, B. (2013). The sensitivity of Austrian ski areas to climate change. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 10(4), 480–493. doi: <https://doi.org/10.1080/1568316.2013.804431>
- Steiger, R., & Mayer, M. (2008). Snowmaking and climate change. *Mountain Research and Development*, 28(3), 292–298. doi: <https://doi.org/10.1659/mrd.0978>
- Steiger, R., & Scott, D. (2020). Ski tourism in a warmer world: Increased adaptation and regional economic impact in Austria. *Tourism Management*, 77, 104032. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104032>
- Steiger, R., Scott, D., Abegg, B., Pons, M., & Aall, C. (2019). A critical review of climate change risk for ski tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1343–1379. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1410110>
- Steiger, R., & Stötter, J. (2013). Climate change impact assessment of ski tourism in Tyrol. *Tourism Geographies*, 15(4), 577–600. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.762539>
- Tuppen, J. (2002). Recent developments in Alpine tourism: a life cycle approach. *Turyzm*, 12(2), 79–93.
- Vanat, L. (2022). *2022 International report on snow & mountain tourism: Overview of the key industry figures for ski resorts*. Retrieved from: <https://www.vanat.ch/RM-world-report-2022.pdf> [access: 6 February 2023].

- Walters, G., & Ruhanen, L. (2015). From white to green: identifying viable visitor segments for climate-affected alpine destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(4), 517–539. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348013491603>
- Witting, M., & Schmude, J. (2019). Impacts of climate and demographic change on future skier demand and its economic consequences – Evidence from a ski resort in the German Alps. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 26, 50–60. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.03.002>
- Żemła, M. (2008). The product quality of Polish ski-resorts: a case study of Silesian skiers' requirements, satisfaction and complaints. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 56(1), 41–58.
- Żemła, M., & Bołoz, A. (2022). Motywy i zachowania osób wybierających jazdę na nartach przy sztucznym oświetleniu przez nabywców krajowych [Motives and behavior of visitors choosing to ski with artificial lighting]. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 36(3), 109–121. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.363.8>
- Żemła, M., & Żemła, A. (2006). Wpływ czynników lokalizacji na konkurencyjność ośrodka narciarskiego [The importance of location for the competitiveness of a winter sport destination]. *Turyzm [Tourism]*, 16(1), 71–83. doi: <https://doi.org/10.18778/0867-5856.16.1.05>

**Kinga Krzesiwo**, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Law, Economics and Administration, Department of Tourism and Regional Studies. She received her MA and PhD in the field of socio-economic geography at the Institute of Geography and Spatial Management of the Jagiellonian University in Krakow. The main sphere of the author's research interests focuses on the issues of development and functioning of tourism in mountain areas, with particular emphasis on ski tourism. Her scientific publications concern, among other matters, tourism attractiveness and competitiveness, development and functioning of tourist destinations in mountain areas in Poland, development of ski tourism in the light of the idea of sustainable development, methodology of tourism research, marketing aspects of tourism enterprises, customer service in tourism, and attitudes of Polish customers towards food waste in restaurants.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9735-9452>

**Address:**

Pedagogical University of Krakow  
Institute of Law, Economics and Administrations  
Department of Tourism and Regional Studies  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków, Poland  
e-mail: [kinga.krzesiwo@up.krakow.pl](mailto:kinga.krzesiwo@up.krakow.pl)

## SPIS TREŚCI

Wprowadzenie .....	3
MIROSŁAW WÓJTOWICZ, MATEUSZ PŁONKA	
Od NAFTA do USMCA: ewolucja regionalnej integracji gospodarczej a rozwój meksykańskiego przemysłu samochodowego .....	7
ANITA KULAWIAK, KAROLINA SMĘTKIEWICZ	
Tożsamość terytorialna przestrzeni publicznej związanej z dziedzictwem przemysłowym miasta na przykładzie placu Zwycięstwa w Łodzi .....	29
KATARZYNA ŻABIŃSKA, MONIKA NOVIELLO	
Plac Nowy w Krakowie jako miejsce konfliktu w przestrzeni publicznej – przyczyny, przebieg i propozycje rozwiązania .....	54
VALERII RUDENKO, VICTORIA BILOUS	
Assessment of the Population of Medium and Small Towns of Europe in the Last Quarter of the 19th Century in the Works by Professor Alexander Georg Supan .....	73
KINGA KRZESIWO	
Contemporary development directions of ski resorts in Poland in the context of the idea of sustainable development .....	85

## CONTENTS

Introduction.....	5
MIROSŁAW WÓJTOWICZ, MATEUSZ PŁONKA From NAFTA to USMCA: the evolution of regional economic integration and the development of the Mexican automotive industry .....	7
ANITA KULAWIAK, KAROLINA SMĘTKIEWICZ Territorial identity, public space and the industrial heritage of the city: The example of plac Zwycięstwa (Victory Square) in Łódź (Poland).....	29
KATARZYNA ŻABIŃSKA, MONIKA NOVIELLO Plac Nowy in Krakow as a place of conflict in public space – causes, course and proposals for a solution .....	54
VALERII RUDENKO, VICTORIA BILOUS Assessment of the Population of Medium and Small Towns of Europe in the Last Quarter of the 19th Century in the Works by Professor Alexander Georg Supan.....	73
KINGA KRZESIWO Contemporary development directions of ski resorts in Poland in the context of the idea of sustainable development.....	85