

ZESZYTY NAUKOWE

MAŁOPOLSKIEJ
WYŻSZEJ SZKOŁY EKONOMICZNEJ
W TARNOWIE

NUMER 3(14)/2009

TARNÓW 2009

RADA ZESZYTÓW NAUKOWYCH
MAŁOPOLSKIEJ WYŻSZEJ SZKOŁY EKONOMICZNEJ W TARNOWIE

prof. dr hab. Leszek Kałkowski, prof. dr hab. Leszek Koziół,
prof. dr hab. Zenon Muszyński (przewodniczący), prof. dr hab. Jan Siekierski,
prof. MWSE dr hab. Anna Nowakowska, dr Maria Dąbrowa, dr Marek Dziura,
mgr Lidia Matuszewska (sekretarz)

Redaktor naczelny:
prof. dr hab. Leszek Koziół

Redaktor numeru:
prof. MWSE dr hab. Anna Nowakowska

Recenzenci:
dr hab. Tadeusz Ambroży
prof. dr hab. Władysław W. Gaworecki
prof. dr hab. Tadeusz Kasperczyk
dr hab. Józef Sala
prof. dr hab. Elżbieta Skrzypek
prof. dr hab. Stanisław Żak

Opracowanie redakcyjne:
Halina Latowska

Tłumaczenie i weryfikacja tekstów w języku angielskim:
Ewa Majewska

© Copyright by
Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie
Tarnów 2009

Printed in Poland

Adres Redakcji:
Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, 33-100 Tarnów, Rynek 9, tel. 14 688 00 18 w. 53
fax 14 688 00 20
<http://www.mwse.edu.pl>, e-mail: redakcja@mwse.edu.pl

Wydanie I
Ark. wyd. 15;0 ark. druk. 15,25; nakład 350 egz.

Skład komputerowy: „MarDruk” – Marcin Herzog
www.mardruk.pl, tel. 0602 130 104

Oficyna Wydawniczo-Drukarska „Secesja” s.c.
ul. Rzemieślnicza 22, 30-363 Kraków
tel./fax 12 266 78 30

Spis treści

Słowo wstępne	7
ROLA RYNKU W KSZTAŁTOWANIU POPYTU I WARUNKÓW DZIAŁANIA JEDNOSTEK TURYSTYCZNYCH	
LESZEK RUDNICKI, Styl życia jako czynnik kształtujący zachowanie konsumenta na rynku turystycznym	11
BOŻENA ALEJZIAK, Wyjazdy turystyczne młodzieży – cele oraz sposoby spędzania czasu. Analiza porównawcza – lata 2002–2007	21
ANNA NOWAKOWSKA, Uwarunkowania działalności jednostek turystycznych	41
PROBLEMY ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA JEDNOSTKAMI TURYSTYCZNYMI	
DAGMARA K. ZUZEK, Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem turystycznym	51
MAŁGORZATA TYRAŃSKA, Rola analizy strategicznej w ocenie działalności przedsiębiorstwa turystycznego	63
DANIEL PUCIATO, MARCIN ŻMIGRODZKI, Zmiany w makrootoczeniu a funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich	85
KAZIMIERZ MROZOWICZ, KLAUDIA CICHY, Zarządzanie gospodarką turystyczną w świetle badań sektora hotelarskiego – wybrane problemy	95
DANIEL PUCIATO, Charakterystyka bazy noclegowej w Tarnowie	111
KAZIMIERZ MROZOWICZ, JUSTYNA PELC, Zarządzanie gospodarką turystyczną w kontekście organizacji i legislacji polskiego systemu ochrony przyrody	123
TURYSTYKA NA TERENACH WIEJSKICH I OBSZARACH LEŚNYCH	
ŁUKASZ POPŁAWSKI, Gospodarstwa agroturystyczne, ekoagroturystyczne i ekologiczne jako czynnik rozwoju turystyki na obszarach chronionych województwa świętokrzyskiego	139
JAN SIEKIERSKI, ŁUKASZ POPŁAWSKI, Usługi turystyczne jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich	153
LESZEK KOZIOŁ, ZENON MUSZYŃSKI, Determinanty rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski	165

REKREACJA I EDUKACJA ZDROWOTNA

BOGDAN CIUĆMAŃSKI, LUCYNA STANEK, Podstawowe metody, formy i środki dydaktyczne stosowane w metodyce rekreacji ruchowej	179
MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARCIN ŻMIGRODZKI, MICHAŁ ŻAK, ANNA MAJCHRZAK, Sprawność fizyczna i motywacja kobiet wybierających aerobik jako formę rekreacji ruchowej	193
WOJCIECH MACIEJOWSKI, MAŁGORZATA WIŚNIEWSKA, Gabinety odnowy biologicznej w Tarnowie, ich lokalizacja oraz oferta	205
WIESŁAW WOJTANOWSKI, Formy edukacji zdrowotnej w działalności Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie	219
MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARIAN GAWINEK, MONIKA NOWAK, MICHAŁ ŻAK, Zmiany inwolucyjne ciśnienia tętniczego krwi oraz tętna u kobiet i mężczyzn w wieku 21–60 lat w aspekcie prozdrowotnym	231

Contents

Foreword	7
THE ROLE OF MARKET IN THE DEVELOPMENT OF DEMAND AND CONDITIONS OF OPERATIONS OF TOURIST UNITS	
LESZEK RUDNICKI, Lifestyles as a Factor Shaping the Consumer Behaviour on the Tourist Market	11
BOŻENA ALEJZIAK, Youth Tourist Trips – Objectives and Ways of Spending Free Time. Comparative Analysis 2002–2007	21
ANNA NOWAKOWSKA, Conditionings of Tourist Entity Operations	41
PROBLEMS OF MANAGEMENT AND ORGANIZATION OF TOURIST UNITS	
DAGMARA K. ZUZEK, Strategic Management of Tourist Enterprise	51
MAŁGORZATA TYRAŃSKA, The Role of the Strategic Analysis in the As- sessment of a Tourist Enterprise Operations	63
DANIEL PUCIATO, MARCIN ŻMIGRODZKI, Changes in Macro-Environment Ver- sus Operation of Contemporary Hotel Companies	85
KAZIMIERZ MROZOWICZ, KLAUDIA CICHY, Tourist Economy Management in the Light of the Hotel Sector Research – Selected Problems	95
DANIEL PUCIATO, Specification of Accomodation Facilities in Tarnów	111
KAZIMIERZ MROZOWICZ, JUSTYNA PELC, Tourist Economy Management wi- thin the Context of Organisation and Legislation of the Polish System of Environmental Protection	123
TOURISM IN THE RURAL AND FOREST AREAS	
ŁUKASZ POPŁAWSKI, Tourist, Eco-Tourist and Ecological Farms as a Factor of Tourism Development within the Protected Areas of the Świętokrzyskie Voivodeship	139
JAN SIEKIERSKI, ŁUKASZ POPŁAWSKI, Tourist Services as a Form of Enterprise in Rural Areas	153
LESZEK KOZIÓŁ, MUSZYŃSKI ZENON, Determinants of Tourism Development in the Małopolska Region Forests Sites	165

RECREATION AND HEALTH EDUCATION

BOGDAN CIUĆMAŃSKI, LUCYNA STANEK, The Basic Methods, Forms and Teaching Aids Applied in the Active Recreation Methodology	170
MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARCIN ŻMIGRODZKI, MICHAŁ ŻAK, ANNA MAJCHRZAK, Physical Fitness and Motivation of Women Choosing Aerobics as a Form of Physical Recreation	193
WOJCIECH MACIEJOWSKI, MAŁGORZATA WIŚNIEWSKA, Beauty Regeneration Parlours in Tarnów, Their Location and Offer Diversity	205
WIESŁAW WOJTANOWSKI, The Forms of Health Education in Activity of Special Educational and Pedagogical Centre in Tarnów	219
MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARIAN GAWINEK, MONIKA NOWAK, MICHAŁ ŻAK, Health Aspects of Involutionary Changes of Blood Pressure and Heart Rate of Women and Men between 21–60 Years of Age	231

Słowo wstępne

W systemie gospodarki rynkowej rozwój branż, gałęzi i dziedzin gospodarowania determinują konsumenci poprzez decyzje rynkowe. Wiedza o czynnikach kształtujących zachowania konsumentów jest podstawą formułowania strategii marketingowej przedsiębiorstw. Jednym z najważniejszych czynników sfery konsumpcji jest styl życia. Charakterystyka konsumentów reprezentujących różne style życia oraz rola stylu życia w kształtowaniu zachowań konsumentów na rynku stanowi problematykę rozważań Leszka Rudnickiego. Zmiany w modelu konsumpcji turystycznej na przykładzie wyjazdów młodzieży – przedstawia w oparciu o wyniki badań Instytutu Turystyki – Bożena Alejsiak.

Rynek turystyczny kształtuje nie tylko model konsumpcji, zmiany w sferze popytu i warunków rynkowych, ale również nowe tendencje w marketingowej koncepcji zarządzania, nowe zasady działania na rynku, kształtowania pozycji rynkowej, tworzenia wizerunku firmy – o tych problemach traktuje artykuł Anny Nowakowskiej. Proces zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem turystycznym w aspekcie kompleksowości potrzeb i złożoności popytu turystycznego – omawia Dagmara K. Zuzek. Rolę analizy strategicznej, określenie jej funkcji oraz charakterystykę wybranych metod i ich zastosowania w ocenie działalności jednostek obsługi ruchu turystycznego przedstawia Małgorzata Tyrańska.

Kierunki zmian w działalności współczesnych przedsiębiorstw turystycznych związane ze zmianami o charakterze społeczno-kulturowym, ekonomicznym, technologicznym i ekologicznym, prawnym, politycznym, zachodzącymi w makrootoczeniu, analizowane na przykładzie działalności przedsiębiorstw hotelarskich – to problematyka poruszana przez Daniela Puciato i Marcina Żmigrodzkiego. Problemy organizacji i zarządzania jednostkami hotelarskimi na podstawie przeprowadzonych badań dotyczących mechanizmów wynagradzania, motywacji działań kadry kierowniczej, stylów kierowania, roli szkoleń ukazane zostały w artykule Kazimierza Mrozewicza i Klaudii Cichy. Analizę wielkości i wykorzystania bazy noclegowej na przykładzie miasta Tarnowa omawia Daniel Puciato.

Zarządzanie gospodarką turystyczną to również problemy związane ze środowiskiem przyrodniczym, w którym realizuje się zjawisko ruchu turystycznego. Jego ochrona stanowi przedmiot polityki ekologicznej, jak również przedmiot działania instytucji i organizacji zarządzania ochroną przyrody w Polsce. Szczególna uwaga musi być tu zwrócona na tereny chronione – o czym piszą w artykule Kazimierz Mrozowicz i Justyna Pelc. Na tych terenach – najchętniej i najczęściej odwiedzanych przez turystów – rozwija się działalność gospodarstw agroturystycznych. Zjawisko to na przykładzie województwa świętokrzyskiego zostało omówione przez Łukasza Popławskiego. Agroturystyka jest jednocześnie szansą rozwoju gospo-

darstw wiejskich w zakresie pozarolniczej działalności gospodarczej. Problem rozwoju turystyki na obszarach wiejskich, istotny nie tylko z punktu widzenia wielofunkcyjnego rozwoju społeczno-gospodarczego tych terenów, ale również z punktu widzenia ochrony zasobów środowiska naturalnego – stanowi przedmiot rozważań Jana Siekierskiego i Łukasza Popławskiego.

Analogiczne problemy ochrony środowiska przyrodniczego wiążą się z propozycją Leszka Koziola i Zenona Muszyńskiego dotyczącą rozwoju turystyki na terenach leśnych. Specyfika środowiska leśnego, jego bioróżnorodności stwarza warunki regeneracji psychicznej i fizycznej. Środowisko to wymaga jednakże dla pełnienia tych funkcji odpowiedniej infrastruktury oraz ochrony.

Regeneracji sił fizycznych i psychicznych służą również różne formy rekreacji, które mogą być realizowane poprzez różnego typu ćwiczenia fizyczne. Ich atrakcyjność, różnorodność, skuteczność i efektywność zależą od poziomu wiedzy metodycznej oraz przyjętych sposobów realizacji zadań dydaktycznych organizatora i realizatora zajęć rekreacyjnych. Problemy te omówione zostały przez Bogdana Ciućmańskiego i Lucynę Stanek. Przedmiotem analizy prowadzonej przez Małgorzatę Żychowską, Marcina Żmigrodzkiego, Michała Żaka i Annę Majchrzak były zajęcia aerobowe, jako przykład zajęć rekreacyjnych. Szczególną uwagę w prowadzonych badaniach zwrócono na określenie motywów uczestnictwa w zajęciach oraz ocenę sprawności fizycznej osób uczestniczących.

Możliwości rekreacji i regeneracji organizmu determinowane są między innymi zróżnicowaniem oferty zabiegów i dostępnością obiektów świadczących usługi w zakresie odnowy biologicznej. Taka analiza została przeprowadzona przez Wojciecha Maciejowskiego i Małgorzatę Wiśniowską na przykładzie miasta Tarnowa.

W coraz większej mierze turystyka i rekreacja są doceniane jako formy rehabilitacji i edukacji zdrowotnej, w której możliwa jest integracja osób niepełnosprawnych, zmiana postrzegania ludzi niepełnosprawnych przez zdrowych, współdziałanie pomiędzy pokoleniami. Działania w tym zakresie zostały omówione przez Wiesława Wojtanowskiego na przykładzie Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie.

Konieczność rozwoju turystyki i rekreacji ze względu na znaczenie w profilaktyce zdrowotnej uzasadniają przeprowadzone badania stanu zdrowotności wybranej grupy społecznej z punktu widzenia zmian inwolucyjnych ciśnienia tętniczego krwi i tętna przedstawione przez Małgorzatę Żychowską, Mariana Gawinka, Moniki Nowak i Michała Żaka.

*Prof. MWSE, dr hab. Anna Nowakowska
Redaktor Numeru*

ROLA RYNKU
W KSZTAŁTOWANIU POPYTU
I WARUNKÓW DZIAŁANIA
JEDNOSTEK TURYSTYCZNYCH

LESZEK RUDNICKI*

Styl życia jako czynnik kształtujący zachowanie konsumenta na rynku turystycznym

Słowa kluczowe: styl życia, czynnik, konsument, rynek, psychografia

Streszczenie: W gospodarce rynkowej w centrum zainteresowania znajduje się konsument. Od jego decyzji rynkowych zależy sukces przedsiębiorstwa produkującego i sprzedającego produkty. Wiedza o zachowaniu konsumenta i czynnikach go kształtujących stanowi podstawę przy formułowaniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Waga poszczególnych czynników kształtujących zachowanie konsumenta na rynku jest różna. Jednym z ważniejszych jest styl życia. W artykule wskazano na rolę stylu życia w kształtowaniu zachowań konsumentów na rynku. Przytoczono w nim definicje stylu życia i ich klasyfikacje. Dokonano także charakterystyki konsumentów reprezentujących różne style życia. Wskazano również różnice w zachowaniach rynkowych tych konsumentów.

W gospodarce rynkowej w centrum zainteresowania znajduje się konsument. Świadomość tego faktu jest podstawą funkcjonowania przedsiębiorstwa, a warunkiem jego pomyślności jest zorientowanie działalności na konsumenta. Skuteczność bowiem działań marketingowych zależy od stopnia rozpoznania potrzeb konsumentów. Wiedza o potrzebach i postępowaniu konsumenta w procesie ich zaspokajania warunkuje osiągnięcie sukcesu w działalności marketingowej. Zależność ta powoduje ogromne zainteresowanie konsumentem i jego zachowaniem na rynku.

Wiedza o zachowaniu konsumenta i czynnikach kształtujących je jest jedną z głównych dziedzin stanowiących przedmiot zainteresowań marketingu. Infor-

* Prof. dr hab. Leszek Rudnicki – profesor zwyczajny, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie.

macje z tego zakresu stanowią podstawę do określenia strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Znajomość i umiejętne wykorzystanie odpowiednich bodźców oddziałujących na konsumenta pozwala wpływać na jego zachowanie i kształtować je, co jest ostatecznym celem działalności marketingowej. Wiedza z tego zakresu jest dla przedsiębiorstw także źródłem inspiracji, pozwala weryfikować podjęte decyzje marketingowe we wszystkich fazach kształtowania oferty rynkowej.

Do jednych z ważniejszych czynników kształtujących zachowanie konsumenta zalicza się styl życia. W literaturze przedmiotu spotyka się wiele prób zdefiniowania tego terminu. Żadna jednak nie zyskała powszechnej akceptacji. I tak na przykład A. Siciński uważa, że „styl życia to zakres i formy codziennych zachowań specyficzne dla określonej zbiorowości społecznej lub określonej jednostki, tj. charakterystyczny »sposób bycia« w społeczeństwie” (Siciński, 1977, s. 286). Natomiast B. Gałęski przez termin ten rozumie „uznany przez grupę lub jednostkę wybierany sposób zaspokajania potrzeb” (Gałęski, 1977). Jego zdaniem styl życia nie obejmuje wszystkich zachowań, a jedynie działania związane z zaspokojeniem potrzeb. Do stylu życia nie należy to, że człowiek się ubiera czy wypoczywa, lecz to jak się ubiera i w jaki sposób wypoczywa w ramach dostępnych mu możliwościach wyboru.

Inne ujęcia stylu życia można spotkać w literaturze anglosaskiej. G.R. Foxall i R.E. Goldsmith uważają, że „termin ten ogólnie rzecz biorąc oznacza indywidualne wzorce działań, zainteresowań i przekonań, którymi konsumenci różnią się między sobą” (1998, s. 200). Obejmuje on sposoby wykorzystania przez nich czasu i zasobów oraz poglądy, które w znacznej mierze decydują o kształcie ich codziennego życia – co uważają za ważne (zainteresowania), a także co myślą o sobie samych i otaczającym ich świecie (opinie). Ponadto style życia konsumentów odzwierciedlają autopercepcję, czyli sposób, w jaki oni postrzegają siebie oraz sposób, w jaki sądzą, iż są postrzegani przez innych. W podobny sposób styl życia rozumie H. Assael (1990, s. 275).

Tak więc styl życia to z jednej strony obserwowalne zachowania w sytuacjach codziennych, z drugiej zaś – nieobserwowalne wartości, które człowiek wyraża swymi zachowaniami.

„Styl życia to wzorzec konsumpcji odzwierciedlający to, jak dana osoba lubi spędzać czas i na co wydaje pieniądze” (Solomon, 2006, s. 216).

Styl życia jest w wielu przypadkach głównym motywatorem zakupów i źródłem różnorodnych form aktywności konsumentów na rynku. Stanowi on więc przedmiot szczególnego zainteresowania specjalistów od marketingu. Styl życia stanowi często stosowane kryterium segmentacji rynku, bardziej efektywne niż zmienne demograficzne, ekonomiczne i społeczne. Znajomość stylu życia konsumentów składających się na określony segment rynku pozwala dostosowywać ofertę produktową do ich wymagań. Pozwala też określić docelowy segment rynku przy projektowaniu i wprowadzaniu nowych produktów.

Analiza stylu życia koncentruje się głównie na określeniu profilu konsumenta. Pomiarów stylu życia konsumentów dokonuje się za pomocą techniki zwanej psychografią albo badaniami AIO (Activities, Interests, Opinions – działania, zainteresowania, poglądy). W badaniach tych badacze w oparciu o przeprowadzone wywiady z konsumentami, dostępną literaturę oraz własne przypuszczenia sporządzają charakterystykę działań, zainteresowań i poglądów konsumentów.

W ostatnich latach dokonano wiele prób wyodrębnienia charakterystycznych stylów życia, które mogłyby być przydatne w segmentacji rynku. Żadna jednak z przeprowadzonych klasyfikacji nie ma charakteru uniwersalnego. W celu wyodrębnienia charakterystycznych stylów życia przyjmuje się kryteria ekonomiczne, społeczne, kulturowe, psychologiczne i przyrodnicze. Najczęściej do wyodrębnienia charakterystycznych stylów życia przyjmuje się kombinację cech społecznych i psychicznych konsumenta. Kombinacja tych cech pozwoliła na przykład wyodrębnić (por. Szumilak, 2002, s. 55–56):

- konsumentów „samiych dla siebie” („*me*” generation). Konsumentom ci chcą być „zawsze młodymi” i troszczą się głównie o siebie, dobrze się odżywiają, uprawiają ćwiczenia fizyczne, starannie się ubierają. Nie należą oni do ludzi zbyt obowiązkowych, odpowiedzialnych czy lojalnych. Skłonni są kupować drogie produkty i dokonywać zakupów w sklepach o wysokim standardzie obsługi. Konsumentom ci preferują dobra efektowne wizualnie. Nie przywiązują większego znaczenia do ich trwałości i nie dbają o nie specjalnie;

- konsumentów „dobrowolnie wiodących życie zgodnie z naturą” (*voluntary simplicity*). Konsumentom ci poszukują produktów wykonanych z naturalnych surowców. Są wrażliwi na ochronę środowiska. Są nabywcami konserwatywnymi, roztroprnymi i oszczędnymi. Lubią otrzymywać prezenty, ale nie dają ich chętnie. Często uprawiają ogródki z warzywami przeznaczonymi dla własnych potrzeb, sami szyją lub naprawiają odzież, chętnie kupują na „pchlich targach”, a także produkty typu „zrób to sam”. Preferują towary trwałe, są podatni na racjonalne argumenty używane w promocji produktów, unikają ekstrawaganckich form sprzedaży;

- konsumentów „spełniających obowiązki, które tradycyjnie należą do płci przeciwnej” (*blurring gender roles*). Są to konsumenci na ogół młodzi, wykształceni, zwykle bardziej zasobni, których żony prowadzą aktywne życie zawodowe;

- konsumentów „cierpiących na brak czasu” (*a poverty of time*). Ta kategoria konsumentów nie ma czasu na zakupy. Czas wolny poświęcają na dodatkową pracę zawodową. Ich zachowania konsumpcyjne są więc zależne od relatywnie małej ilości czasu. W sytuacji wzrostu cen są skłonni raczej podjąć dodatkową pracę, aby zwiększyć dochód niż zrezygnować z zakupu określonych produktów. Chętnie kupują dobra i usługi pozwalające zaoszczędzić czas lub uwolnić się od codziennych trosk domowych;

- konsumentów o stylu życia składającym się z cech wymienionych typów (*component lifestyles*). Konsumentom ci swój styl życia dostosowują do danej sytu-

acji, a nie do określonej filozofii życia. Posiadając drogi samochód, tankują tańszą benzynę; kupują tanie gotowe posiłki, ale drogie wino; zajmują się naprawą posiadanego sprzętu, lecz ich nie szanują itd.

T a b l i c a 1

Psychograficzne ujęcie zachowania nabywców

Kobiece style życia	
Staromodna tradycjonalistka	Jest to kobieta, która prowadzi „dobre” życie – jest oddaną żoną, kochającą matką i sumienną gospodynią domową. W życiu zawsze trzyma się tradycyjnych wartości. Nie akceptuje współczesnych obyczajów seksualnych, liberalizmu politycznego ani ruchu homoseksualnego kobiet. Nawet wówczas, gdy większość jej dzieci opuściła już dom, jej życie skupia się wokół kuchni. Jedy- nym jej stałym zainteresowaniem poza domem jest kościół, do którego chodzi co tydzień. Nie ma wyższego wykształcenia i dlatego nie bardzo ceni sztukę i kulturę. Czas wolny spędza oglądając telewizję, która jest jej głównym źródłem rozrywki i wiadomości.
Wojująca matka	Jest to kobieta, która wcześniej wyszła za męża i urodziła dzieci, zanim była do- statecznie przygotowana do założenia rodziny. Teraz jest nieszczęśliwa. Z tru- dem wiąże koniec z końcem żyjąc z pensji męża, pracownika fizycznego. Jest sfrustrowana i wyładowuje tę frustrację, buntując się przeciwko istniejącemu stanowi rzeczy. Ucieczkę od swego nieszczęśliwego życia znajduje w „operach mydlanych” i filmach. Idealnym środkiem, dzięki któremu urzeczywistnia swo- je fantazje, jest telewizja. Telewizję ogląda przez cały dzień, aż do późnej nocy. Lubi muzykę „hard rock” i ewentualnie „soul”. Nie czyta wiele, z wyjąt- kiem czasopism umożliwiających ucieczkę od życia.
Elegancka mieszkanka dzielnicy podmiejskiej	Jest to kobieta wykwintna. Jest wykształcona i ma „dobre maniere”. Jest inspi- ratorką wielu inicjatyw w swej społeczności, aktywną w klubie i udzielającą się społecznie. Aktywność towarzyska stanowi istotny element jej życia. Jest kobietą czynu, interesuje się sportem i zajęciami na świeżym powietrzu, poli- tyką i aktualnościami. Prowadzi życie bardzo intensywne i szybkie. Jest żar- łoczną czytelniczką i niewiele jest czasopism, których nie czyta. Telewizja zaj- muje ją w niewielkim stopniu – jest dla niej bezmyślna.
Zadowolona gospodyni domowa	Jest uosobieniem prostoty. Jej życie pozbawione jest zawłości. Jest ona żoną pracownika zajmującego średnią pozycję na skali społeczno-ekonomicznej. Ra- zem z podrośniętymi już dziećmi żyje w małym miasteczku. Jest kobietą od- daną rodzinie i wiernie jej służy jako matka i gospodyni domowa. W jej życiu panuje spokój. Lubi spokojne tempo życia i unika wszystkiego, co mogłoby zaburzyć jej równowagę. Nie lubi wiadomości ani programów publicystycz- nych w telewizji, ale chętnie ogląda filmy Disneya dla całej rodziny.
Przedstawicielka eleganckich sfer	Jest to kobieta z klasą. Mieszka w mieście, ponieważ tak chce. Odpowiada jej ekonomiczna i społeczna strona życia w wielkim mieście. Korzysta z tego przy robieniu kariery zawodowej i przy spędzaniu czasu wolnego. Jest współczesną, samodzielną kobietą, nie domatorką. Zna się na modzie i jest dobrze ubrana. Jest kobietą zwracającą powszechną uwagę. Jest finansowo ustabilizowana, w związku z czym zakupy robi swobodnie, kierując się jakością i stylem, a nie ceną. Ma poglądy kosmopolityczne i chętnie podróżuje za granicę.

cd. tablicy 1

Męskie style życia	
Domator na emeryturze	Swoje najlepsze lata ma już za sobą. Jego postawy i przekonania na temat życia są skryształizowane i często sprzeczne ze współczesnymi trendami. Jest przeciwny wszelkim zmianom. Jest staromodny i konserwatywny. Wychował się przy matczynej spłdnicy i ceni wartości związane z tradycyjnym domem. W związku z tym postawy dzisiejszych ludzi młodych irytują go. Zdaje sobie sprawę, że nie może niczego zmienić i wobec tego wycofał się w zacisze egzystencji we własnym domu i otoczeniu. Tam prowadzi regularny tryb życia. Systematycznie chodzi do kościoła, przestrzega diety i oszczędza. Tęskni za starymi, dobrymi czasami i żałuje, że świat wokół zmienia się.
Człowiek sukcesu	Jest to człowiek, któremu wszystko sprzyja. Jest wykształcony, ma poglądy kosmopolityczne. Jest ojcem młodej rodziny. Osiągnął stabilizację w wybranym zawodzie. Prowadzi aktywne, szybkie życie i lubi to. Ma sukcesy życiowe. Mieszka w ośrodku miejskim lub w pobliżu i lubi to, co daje mu wielkie miasto – rozrywki kulturalne, możliwości kształcenia się oraz ludzi. Lubi również sport, rozrywki na świeżym powietrzu i dba o swoją ciężką fizyczną. Jest zadowolony ze swego życia i dobrze się czuje ze swoim stylem życia.
Sfrustrowany robotnik fabryczny	Jest młodym człowiekiem. Wcześniej ożenił się i założył rodzinę. Nie ma zamiaru zdobyć wyższego wykształcenia, a gdyby nawet tak było, to musiałby z tego zamiaru zrezygnować, by znaleźć pracę i utrzymać rodzinę. Jest obecnie pracownikiem fizycznym z trudem wiążącym koniec z końcem. Jest niezadowolony i skłonny uważać, że „oni” – wielcy przedsiębiorcy, rząd, społeczeństwo – w pewien sposób ponoszą odpowiedzialność za jego sytuację. Poszukuje ucieczki w filmach, marzeniach o obcych krajach i domku nad spokojnym jeziorem. Lubi być atrakcyjny dla kobiet, ma aktywne libido, chętnie uważa się trochę za podrywacza.
Mężczyzna rodzinny	Jest to zdrowy mężczyzna lubiący życie na wsi. Jest pracownikiem fizycznym ze średnim wykształceniem. Jest ojcem dość dużej rodziny. Uznaje tradycyjne małżeństwo, w którym żona przebywa w domu i zajmuje się dziećmi. Dom i otoczenie są dla niego najważniejsze w życiu. Jest niewymagający i prowadzi nieskomplikowane życie. Nie jest skłonny ani do zmartwień, ani do sceptycyzmu. Jest swobodny i wiele rzeczy traktuje niefrasobliwie. Jest szczęśliwy i ufny, przyjmuje rzeczy takimi, jakie są.
Człowiek interesu wszystko zawdzięczający sobie	Jest uosobieniem człowieka, który wszystko w życiu zawdzięcza sobie. Nie urodził się w bogatej rodzinie, nie zdobył wyższego wykształcenia, ale dzięki ciężkiej pracy i rozumnemu ryzyku zapewnił sobie przyzwoite życie. Wie, co to systematyczna praca. Uważa, że dzięki ciężkiej pracy i przestrzeganiu reguł można zarobić na utrzymanie (a może i na coś więcej). Nie może więc zaakceptować hippisów i innych grup z marginesu społecznego, których uważa za cwaniaków. Wyznaje poglądy konserwatywne i często jest najlepszy w interesach. W domu jest tradycjonalistą, uważa, że zadaniem kobiety jest prowadzenie domu i dbanie o rodzinę. Jest towarzyski, lubi urządzać przyjęcia i bywać na przyjęciach. Nie stroni od alkoholu.

Źródło: S. Mehotra, W. D. Wells, *Psychographics and Buyer Behavior: Theory and Recent Empirical Findings*, w: A. G. Woodside, J. N. Sheth, P. D. Bennett, (red.), *Consumer and Industrial Buying Behavior*, North Holland, New York 1979, za: Foxall, Goldsmith, 1998, s. 200–202.

<p>Duże zasoby</p>	<p>SAMOREALIZUJĄCY SIĘ</p> <p>Przyciągają ich „lepsze produkty”. Przychylni nowym produktom i technologiom. Sceptyczni wobec reklamy. Intensywni czytelnicy różnorodnych publikacji. Rzadcy widzowie TV.</p>	
<p>Orientacja na zasady</p> <p>SPEŁNIENI</p> <p>Małe zainteresowanie prestiżem lub wizerunkiem. Ponadprzeciętni konsumenci produktów dla domu. Zainteresowani programami edukacyjnymi i sprawami społecznymi. Czytają dużo i często.</p>	<p>Orientacja na status</p> <p>DAŻĄCY DO OSIĄGNIĘĆ</p> <p>Preferują produkty najwyższej jakości. Podstawowy rynek docelowy dla wielu produktów. Średnio intensywni widzowie TV. Czytają o gospodarce, polityce, a także praktyczne poradniki.</p>	<p>Orientacja na działanie</p> <p>BAZUJĄCY NA DOŚWIADCZENIU</p> <p>Pociąga ich moda i gadzety. Dużo wydają na życie towarzyskie. Kupują pod wpływem impulsu. Przychylni reklamie. Słuchają muzyki rockowej.</p>
<p>WIERZĄCY</p> <p>Etnocentrycy. Oporni w zmianach nawyków. Szukają dobrych okazji w zakupach. Czytają publikacje na tematy ogólne, na temat domu, działki.</p>	<p>STARAJĄCY SIĘ</p> <p>Dbający o wizerunek. Ograniczony dochód dyskrecyjony. Dużo wydają na ubrania i produkty pielęgnacyjne. Wolą TV od czytania.</p>	<p>WYKONAWCY</p> <p>Poszukują wygody, trwałości i wartości. Obojętni na luksus. Kupujący podstawowe towary, słuchają radia, czytają magazyny hobbystyczne.</p>
<p>Minimalne zasoby</p>	<p>WALCZĄCY</p> <p>Lojalni wobec marki. Korzystają z kuponów i szukają przecen. Ufają reklamie. Często oglądają TV. Czytają brukowce i magazyny dla kobiet.</p>	

Rys. 1. Psychograficzne segmenty VALS

Źródło: Przybyłowski i in., 1998, s. 125.

Inną klasyfikację stylu życia zaprezentowali w swej pracy S. Mehotra i W. D. Wells (1979, s. 54–55). W oparciu o przeprowadzone badania wyodrębnili oni pięć kobiecych i pięć męskich stylów życia. Charakterystyki tych stylów życia przedstawiono w tablicy 1.

Podobnych do przytoczonych opisów stylów życia opublikowano w ostatnich latach wiele. Są one dla specjalistów od marketingu bardzo przydatne, gdyż dają konkretny obraz konsumenta, a także dają wgląd w jego motyw, przekonania oraz poglądy.

Znajomość stylów życia ułatwia profilowanie segmentów rynkowych, opracowywanie koncepcji kształtowania pozycji na rynku, projektowanie reklam itd. sprawia, że wiele przedsiębiorstw w swej działalności posługuje się danymi psychograficznymi. I tak na przykład bardzo szeroko stosowany jest w przedsiębiorstwach amerykańskich program VALS (*Values and Lifestyles* – „Wartości i style życia”). Opracowany przez Stanford Research Institute International program VALS wyodrębnił na podstawie własnej orientacji jednostki oraz posiadanych zasobów osiem współzależnych stylów życia. Orientacja własna jednostki opisuje wzorce postaw oraz działań, które pomagają ludziom umocnić własny wizerunek społeczny. Są to wzorce koncentrujące się wokół: zasad, statusu oraz działań. Natomiast zasoby obejmują dochód, wykształcenie, zaufanie do samego siebie, zdrowie, skłonność do zakupu, inteligencję oraz zasób energii. Ta zmienna ma charakter ciągły, zaczynając od poziomu minimalnych zasobów do poziomu dużych zasobów (Przybyłowski i in., 1998, s. 123–124). Wyodrębnione w oparciu o te kryteria style życia i ich charakterystyki ilustruje rysunek 1.

Każdy z wyodrębnionych segmentów obejmuje konsumentów o charakterystycznych cechach i zachowujących się inaczej na rynku. I tak na przykład samorealizujący się to konsumenci odnoszący sukces, aktywni, pełniący poważne obowiązki, posiadający duże zasoby. Ważną rzeczą jest dla nich wizerunek, jako wyraz dobrego smaku, niezależności i charakteru. Preferują produkty luksusowe. Posiadają luksusowe samochody zagraniczne. Walczący to ludzie biedni, zwykle niewykształceni. Kupują produkty zaspokajające najpilniejsze potrzeby. Spełnieni to osoby dojrzałe, rozsądne, starannie wykształcone, ceniące porządek, wiedzę oraz odpowiedzialność. Są oni usatysfakcjonowani z życia, pracują przeważnie w wolnych zawodach. Konsumenci ci poszukują produktów funkcjonalnych, wartościowych i trwałych. Wierzący to ludzie konserwatywni, o sprecyzowanych przekonaniach i silnych więzach rodzinnych, kościelnych i społecznych. Konsumenci ci preferują produkty rodzimej produkcji oraz renomowane marki. Dążący do osiągnięć to konsumenci odnoszący sukces i nastawieni na robienie kariery. Posiadają duże zasoby. Cenią wartość, obowiązki i prestiż. Preferują produkty będące symbolem sukcesu. Starający się są osobami zabiegającymi o społeczne uznanie, próbującymi odnaleźć się. W zakupach rywalizują z innymi, osiągając wysoki stan posiadania. Bazujący na doświadczeniu to ludzie młodzi, entuzjastyczni, impulsywni oraz zbuntowani. Są częstymi nabywcami odzieży, jedzenia typu „fast

food”, produktów przemysłu muzycznego i filmowego. Natomiast wykonawcy to osoby skupiające swoją uwagę na rodzinie, pracy i wypoczynku. Dobra materialne nie są dla nich szczególną wartością.

Aktywność na polu turystyki mieści się w obszarze wyboru stylu życia, głównie mieszkańców miast i występuje jako styl życia wytworzony przez kulturę masową w ramach zagospodarowania czasu wolnego ludzi i ochrony ich przed negatywnymi skutkami życia w wielkich aglomeracjach miejskich. Amerykańska firma Brain Reserve na podstawie ostatnio przeprowadzonych badań wyróżniła dziesięć trendów określających współczesne zachowania konsumenckie:

1. chęć odmiany;
2. izolowanie się (od uciążliwego świata);
3. odmładzanie się;
4. egomania (dążenie do doskonalenia własnej osobowości, chęć bycia postrzeganym inaczej niż wszyscy);
5. niezwykle przygody (potrzeba emocjonalnej ucieczki od codziennych kłopotów);
6. odczuwanie nadmiaru obowiązków;
7. odpowiedzialność za społeczeństwo (w tym za środowisko naturalne);
8. małe słabostki (tworzenie sobie i korzystanie z odskoczni emocjonalnych, zadość uczynienie za straty moralne);
9. pozostawanie zdrowym (odejście od obecnego niezdrowego stylu życia);
10. konsumenci walczący (nietolerancja dla tandetnych produktów).

Każda z wyodrębnionych grup konsumentów o charakterystycznych cechach, zachowuje się inaczej na rynku. „Osoby najaktywniej korzystające z usług turystycznych wywodzą się spośród grup: »chęć odmiany«, »odmładzanie się«, »egomania«, »niezwykle przygody«, »pozostają zdrowym« a różni ich jedynie rodzaj preferowanego wypoczynku. Osoba pragnąca odmiany szuka nowych ciekawych miejsc, odmiennych od miejsca zamieszkania; turysta odmładzający się wybierze wczasy pod namiotem lub wędrowkę w nieznaną; egoman zapewni sobie podczas wczasów moc nowych wrażeń; poszukujący przygód podejmie ryzykowną wyprawę, a turysta szczególnie dbający o zdrowie wybierze leczenie w markowym kurorcie” (Ostrowski, 2007, s. 53–54).

Trzeba zauważyć, że style życia nie są wieczne. Gusty i preferencje ludzi zmieniają się wraz z upływem czasu. Wzorce zachowań konsumpcyjnych oceniane pozytywnie w jednej fazie życia, po kilku latach są nieakceptowane. Ponieważ poglądy na temat sprawności fizycznej, aktywności społecznej, roli kobiet i mężczyzn, znaczenia życia rodzinnego itd. ulegają ciągłym zmianom. Służby marketingowe przedsiębiorstw powinny stale monitorować te zmiany i starać się przewidywać dokąd one prowadzą. Powinny też określić konsekwencje zmian stylu życia dla przedsiębiorstw turystycznych.

Bibliografia

- Assael H. 1990. *Consumer behaviour and marketing action*. Boston: Kent Publishing.
- Foxall G. R., Goldsmith R. E. 1998. *Psychologia konsumenta dla menedżera marketingu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-12687-6.
- Gałęski B. 1977. *Styl życia i jakość życia – próba systematyzacji pojęcia*. „Studia Socjologiczne” nr 1.
- Mehotra S., Wells W. D. 1979. *Psychographics and Buyer Behavior: Theory and recent empirical findings*. In: A. G. Woodside, J. N. Sheth, P. D. Bennett (ed.) *Consumer and industrial buying behavior*. New York: North Holland.
- Ostrowski D. 2007. *Zachowania konsumentów usług turystycznych*. W: *Marketing usług turystycznych*. Praca zbiorowa pod red. D. Dutkiewicz. Warszawa: AlmaMer Wyższa Szkoła Ekonomiczna. ISBN 978-83-60197-47-9.
- Przybyłowski K. i in. 1998. *Marketing*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC. ISBN 83-87286-66-4.
- Siciński A. 1977. *Problemy przemian stylu życia w Polsce*. W: *Badania nad wzorcami konsumpcji*. Praca zbiorowa pod red. J. Szczepańskiego. Wrocław: Ossolineum.
- Solomon M.R. 2006. *Zachowania i zwyczaje konsumentów*. Gliwice: Wydawnictwo Helion. ISBN 83-246-0059-0.
- Szumilak J. 2002. *Rynek przedsiębiorstwa*. W: *Podstawy marketingu*. Praca zbiorowa pod red. J. Altkorna. Kraków: Instytut Marketingu. ISBN 83-900698-8-1.

Lifestyle as a Factor Shaping the Consumer Behaviour on the Tourist Market

Summary: In the market economy the consumer is in the centre of attention. Their market decisions determine the success of an enterprise manufacturing and selling products. The knowledge of the consumer behaviour and factors which shape it form the basis for formulating the marketing strategy of an enterprise. The importance of individual factors shaping the consumer behaviour on the market varies. One of the most important ones is lifestyle. The article testifies to the role of lifestyle in shaping the consumer behaviour on the market. It quotes the definitions of lifestyle and their classifications. It also characterises consumers representing different lifestyles. The article indicates differences in market behaviours of these consumers as well.

Key words: consumption, consumer behaviours, lifestyle, psychography

BOŻENA ALEJZIAK*

Wyjazdy turystyczne młodzieży – cele oraz sposoby spędzania czasu

Analiza porównawcza – lata 2002–2007

Słowa kluczowe: młodzież,jazdy turystyczne, sposoby spędzania czasu

Streszczenie: Wyjazdy turystyczne są jednym z bardziej atrakcyjnych sposobów spędzania czasu wolnego przez młodzież. Są one doskonałą okazją do zdobywania wiedzy, doskonalenia własnych umiejętności, kształtowania ważnych cech charakteru. Pobudzają oraz rozwijają u młodych zainteresowania, które są siłą motoryczną rozwoju osobowości. Osiągnięcie powyższych efektów jest uzależnione w dużej mierze od tego, jak młodzież spędza czas w trakcie wyjazdów turystycznych. W niniejszym artykule postanowiono przeanalizować zmiany i tendencje, jakie zachodzą w sposobach spędzania wolnego czasu przez młodzież podczas długookresowych wyjazdów turystycznych na przestrzeni lat 2002–2007. Aby zdiagnozować problem wykorzystano badania prowadzone na ten temat od wielu lat przez Instytut Turystyki w Warszawie. Z analizowanych wskaźników wynika, iż wyraźnie daje się zauważyć tendencja spadkowa biernych bądź mało aktywnych form spędzania czasu, na rzecz poprawy kondycji fizycznej i zdrowia. Nie dotyczy to jednak turystyki kwalifikowanej, gdzie liczba jej uczestników ciągle spada. Pozytywną tendencję zauważono w dziedzinie narciarstwa, gdzie młodzież coraz częściej korzysta z tej formy rekreacji ruchowej. Z roku na rok coraz więcej młodych podczas wyjazdów turystycznych pragnie poszerzać swoje horyzonty, zdobywać nowe umiejętności, pogłębiać wiedzę.

1. Wstęp

Wyjazdy turystyczne to jeden z bardziej atrakcyjnych sposobów spędzania czasu wolnego przez młodzież. Są one doskonałą okazją do zdobywania wiedzy, doskonalenia własnych umiejętności, kształtowania ważnych cech charakteru.

* Dr Bożena Alejziak – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji.

Wyjazd to poznawanie różnorodnych kultur oraz ludzi o odmiennych obyczajach, systemach wartości oraz tradycjach. Wyjazdy turystyczne kształtują u młodzieży postawę aktywną, uczą pokonywania trudności, przyzwyczajają do wysiłku, kształtują odwagę i wytrwałość. Uczą współdziałania w zespole poprzez wykonywanie konkretnych obowiązków, wynikających z podziału pracy w grupie uczestniczącej w wycieczce.

Wyjazdy turystyczne pobudzają oraz rozwijają u młodych ludzi zainteresowania, które są siłą motoryczną rozwoju osobowości. Rozbudzone potrzeby poznawcze wpływają na wybór trasy wycieczki, indywidualne plany zwiedzania wybranych terenów i obiektów turystycznych. Przejawiane zainteresowania oraz pasje aktywizują uczestników wyjazdu i skłaniają do podejmowania wysiłku, aby dotrzeć do trudno dostępnych obiektów, gdzie wymagana jest siła, odporność i odwaga. Przyczyniają się do pogłębiania wiedzy uczestników o zwiedzanych obiektach na każdym etapie realizacji wyjazdu – przed, w czasie jego trwania i po zakończeniu wycieczki.

Atrakcyjność wyjazdów turystycznych polega głównie na tym, że młodzież może realizować własne potrzeby i aspiracje (samokształceniowe, rekreacyjne, zdrowotne, duchowe, kulturalne, poznawcze, przyjemnościowe itp.). Wyjazdy turystyczne są okazją do samopoznania, do określenia swojej osobowości, do zdefiniowania swojej tożsamości. Są one pewnego rodzaju doświadczeniem społecznym i moralnym, które umożliwia nauczenie się życzliwości, otwartości na potrzeby innych ludzi, odwagi i uporę w realizacji swoich aspiracji poznawczych (Turos, 1988, s. 91–94). Jest to szczególnie wartościowy sposób dążenia młodzieży do osobistego rozwoju poprzez poznanie świata i nawiązanie kontaktów społecznych.

2. Założenia metodologiczne prezentowanych badań

Celem niniejszego artykułu jest ustalenie zmian i tendencji, jakie zachodziły w sposobach spędzania czasu przez młodzież podczas wyjazdów turystycznych na przestrzeni lat 2002–2007. Aby zdiagnozować powyższe założenie skorzystano z badań prowadzonych regularnie co roku przez Instytut Turystyki (IT) w Warszawie nt. „Aktywności turystycznej Polaków”. Z całej próby badawczej selekcjonuje się młodzież, czyli osoby w wieku 15–19 lat i na podstawie wypowiedzi tej grupy respondentów sporządza się opracowania nt. „Aktywności turystycznej młodzieży” (Łaciak, 2008, s. 13 i n.).

Badania prowadzone przez IT opierają się na międzynarodowej definicji turystyki (*Terminologia...*, 1995), zgodnie z którą przyjmuje się, że wyjazd turystyczny to taki, który połączony jest co najmniej z jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania – zarówno w celu wypoczynkowym, rekreacyjnym, poznawczym, jak i zawodowym (delegacja, załatwianie interesów), religijnym, rodzinnym czy lecz-

niczym (pobyty w sanatorium). Badania obejmuje się podróże długoterminowe oraz krótkoterminowe, krajowe i zagraniczne. Ze względu na obszerność badań, niniejszy artykuł prezentuje tendencje i zmiany w sposobach spędzania czasu przez młodzież podczas długookresowych podróży krajowych.

Krajowy wyjazd długookresowy łączy się z dobrowolnym opuszczeniem miejscowości stałego zamieszkania na co najmniej 5 dni, tak więc połączony jest przynajmniej z czterema noclegami. Powrót z podróży osób uwzględnionych w badaniach musiał nastąpić między 1 stycznia a 31 grudnia każdego badanego roku (2007; 2006; 2005 itd.).

Metoda badawcza stosowana w badaniach to sondaż w miejscu zamieszkania respondentów przy użyciu kwestionariusza-ankiety. Badania prowadzone są na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie TNS OBOP. Założona wielkość próby – w zależności od roku, w którym prowadzono badania – wynosiła 5600–6000 osób, a jej stopień realizacji wynosi zwykle 66,8–67% w zależności od lat, w których prowadzi się badania. Wśród osób objętych badaniami 9% to osoby w wieku 15–19 lat, i właśnie ta grupa została uwzględniona przy charakterystyce aktywności turystycznej młodzieży.

W artykule wykorzystano również fragmenty wypracowań, które stanowiły część badań na temat wychowawczych funkcji turystyki przeprowadzonych przez autorkę niniejszego artykułu w 2004 roku w grupie dorastającej młodzieży (osiemnastolatki) w krakowskich szkołach ponadgimnazjalnych (Alejski, 2008).

3. Cele długoterminowych wyjazdów turystycznych młodzieży

Cele wyjazdów wskazują na realizację potrzeb młodzieży podczas podróży turystycznych oraz wykazują związek wyjazdu z doskonaleniem osobowości, kształtowaniem cech charakteru, doskonaleniem kondycji fizycznej itp. Cele wyjazdów, które poddano analizie to (Łaciak, 2008, s. 29 i n.; 2006., s. 29 i n.; 2005, s. 29 i n.; 2003, s. 30 i n.):

- turystyczno-wypoczynkowy;
- odwiedziny u krewnych i znajomych;
- służbowy;
- religijny;
- zdrowotny;
- inny.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w latach 2002–2007 najczęściej wymienianym celem krajowych wyjazdów długookresowych był cel turystyczno-wypoczynkowy (2002 – 63%), (2004 – 66%), (2005 – 65%), (2007 – 70%). Analizując otrzymane wyniki można zauważyć, że z roku na rok ten cel realizowa-

ny jest przez coraz większą grupę młodzieży. Sytuacja odwrotna dotyczy z kolei odwiedzin u krewnych lub znajomych. O ile w roku 2002, ten cel podróży wymieniło 40% respondentów, to w kolejnych latach daje się zauważyć wyraźną tendencję spadkową (2004 – 31%) oraz (2005 – 32%; 2007 – 25%). Powyższa zmiana postawy młodzieży wynikać może ze wzrostu zamożności ich rodzin, które są w stanie pokryć wysokie koszty turystycznych wyjazdów własnych dzieci, bądź większego zróżnicowania ofert turystycznych dostosowanych do zainteresowań młodych podróżników.

W znacznie mniejszym stopniu młodzież podczas długich wyjazdów turystycznych realizuje inne cele, do których zaliczyć należy cele: religijny (2002 – 7%; 2004 – 2%; 2005 – 4%; 2007 – 1%), zdrowotny (2004 – 2%; 2005 – 2%), służbowy (2007 – 2%). Spośród wymienionych, cel religijny jest realizowany w roku 2002 i 2005 częściej niż pozostałe, co może mieć związek z wizytą Jana Pawła II w Polsce w 2002 roku, a w roku 2005 – z jego śmiercią, gdzie rzesze młodych ludzi wyruszyły do Rzymu na ostatnią pielgrzymkę z naszym Papieżem. W przypadku braku spektakularnych wydarzeń cel religijny w grupie młodzieży w wieku 15–19 lat nie jest realizowany zbyt często.

Porównując z kolei podróże młodzieży do podróży ogółu populacji Polaków, w latach 2002–2005 można zauważyć, że młodzież częściej, niż ogół badanych rodaków, wyjeżdżała w celach turystyczno-wypoczynkowych. Ciekawe jednak, że w roku 2007 miała miejsce tendencja odwrotna – młodzież czyniła to rzadziej, i częściej odwiedzała krewnych i znajomych. Cele religijne, zdrowotne i służbowe w latach 2002–2005 podejmowane są przez młodzież zdecydowanie rzadziej niż przez ogół populacji Polaków, co – jak można przypuszczać – wynika z młodego wieku respondentów.

W latach 2002–2007 młodzież mieszkająca w największych miastach (2002 – 72%; 2004 – 72%; 2005 – 72%; 2007 – 83%) i miastach średniej wielkości (2005 – 70%), a także grupa młodzieży, która określała swoją sytuację materialną jako średnią (2002 – 68%; 2004 – 68%; 2007 – 75%) i dobrą (2005 – 66%) częściej wyjeżdżała w celach turystyczno-wypoczynkowych niż młodzież wiejska (2002 – 52%; 2004 – 52%; 2005 – 51%) oraz młodzież, która znajdowała się w nie najlepszej sytuacji materialnej (2007 – 43%). Osoby mieszkające bowiem na wsi w latach 2002–2005 (2002 – 56%; 2004 – 56%) najczęściej odwiedzały krewnych lub znajomych. Okazuje się także, że im mniejsza miejscowość, a także im gorsza sytuacja materialna młodzieży (2002 – 49%; 2004 – 49%; 2005 – 42%), tym powyższy cel wyjazdu jest częściej podejmowany. Co jednak ciekawe, w 2007 roku tendencja kształtowała się odwrotnie – odwiedziny u krewnych lub znajomych jako główny cel wyjazdów długookresowych najczęściej podejmowały osoby w dobrej sytuacji materialnej (37%) oraz z największych miast (32%).

4. Sposoby spędzania czasu podczas podróży długookresowych w latach 2002–2007

Podczas wyjazdów turystycznych młodzież przejawia różnorodne formy aktywności, które można zdiagnozować analizując sposoby spędzania czasu podczas podróży. Czyniąc to na przestrzeni lat 2002–2007 zauważa się niewielkie zmiany co do spędzania czasu podczas wyjazdów długookresowych, jednak niezmiennie pierwsze pięć pozycji zajmują (Łaciak, 2008, s. 38; 2006, s. 38; 2005, s. 38; 2003, s. 40):

1. spokojny wypoczynek, krótkie spacerzy;
2. poświęcanie czasu życiu towarzyskiemu i rozrywkom;
3. poprawa kondycji fizycznej: gimnastyka, zajęcia fitness, dłuższe spacerzy i wycieczki, pływanie, gry sportowe;
4. słuchanie radia, oglądanie telewizji;
5. zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków.

5. Wartości wypoczynkowe

Porównując rozkład wyników na przestrzeni lat 2002–2007 można zauważyć pewną pozytywną tendencję. Jest to przede wszystkim (z małymi wyjątkami) spadek biernych lub bardzo mało aktywnych form spędzania czasu podczas wyjazdów wakacyjnych, jakimi są: spokojny wypoczynek oraz krótkie spacerzy (2002 – 61,4%; 2004 – 60%; 2006 – 52%; 2007 – 53%), poświęcanie czasu życiu towarzyskiemu i rozrywkom (2002 – 58,3%; 2004 – 55%; 2005 – 46%; 2006 – 50%; 2007 – 41%), słuchanie radia, oglądanie telewizji (2002 – 24,9%; 2005 – 17%; 2006 – 21%; 2007 – 20%). Ostatnia wymieniona forma spędzania czasu przez młodych podróżników była jedną z bardziej lubianych w roku 2004 (27%), gdyż preferował ją prawie co trzeci respondent podczas długich podróży turystycznych.

Ciekawym jednak faktem jest to, że chodzenie do kawiarni, czy restauracji (2002 – 12,2%; 2004 – 12%; 2005 – 22%; 2006 – 17%; 2007 – 12%) – choć w znacznie mniejszym nasileniu niż formy wymienione powyżej – utrzymuje się w latach 2002–2007 na podobnym poziomie. Wyjątek stanowi rok 2005 (22%) – gdzie powyższa forma przeżywała swój renesans. Wówczas więcej niż co piąty młody uczestnik wyjazdów turystycznych, między innymi, w ten właśnie sposób spędzał swój czas podczas długich podróży, łącząc go ze spokojnym wypoczynkiem oraz krótkimi spacerami (2005 – 62%), które w analizowanym roku również stanowiły formę dominującą.

Poniżej przytoczono kilka wypowiedzi młodych osób na temat wyjazdów turystycznych.

66, LO, 629¹. Od najmłodszych lat jeżdżę z rodzicami nad morze. Jest to czas, który możemy poświęcić tylko sobie. Podczas roku szkolnego każdy jest zajęty własnymi sprawami, nie ma dostatecz-

¹ Kod respondenta, typ szkoły, numer kwestionariusza-ankiety.

nej ilości czasu, aby usiąść spokojnie i porozmawiać. Jeśli chcę przygotować się do szkoły, muszę zmniejszyć ilość czasu poświęconego rodzinie. Wybór należy do mnie. Wszystko zależy od wyznawanej hierarchii wartości. Wyjazdy z rodzicami trwały zazwyczaj 2 tygodnie. Celem był odpoczynek. Podczas gdy rodzice spędzali czas wygrzewając się na słońcu, ja schładzałam się kąpielami. Wieczorami spacerowaliśmy wzdłuż plaży, oglądaliśmy zachody słońca, jeździliśmy czasami rowerami zwiedzić najbliższą okolicę, graliśmy w siatkówkę, koszykówkę, bilard, czasami oglądaliśmy TV. Najważniejszy był dla mnie fakt, iż mogłam w pełni się zrelaksować w towarzystwie moich bliskich.

Tablica 1

Sposoby spędzania czasu przez młodzież podczas podróży długookresowych w latach 2002–2007
(w %)

Lp.	Sposoby spędzania czasu	2002	2004	2005	2006	2007
1.	Spokojny wypoczynek, krótkie spacery	61,4	60	62	52	53
2.	Poświęcanie czasu życiu towarzyskiemu i rozrywkom	58,3	55	46	50	41
3.	Poprawa kondycji fizycznej: gimnastyka, zajęcia fitness, dłuższe spacery i wycieczki, pływanie, gry sportowe	35	39	23	30	38
4.	Słuchanie radia, oglądanie telewizji	24,9	27	17	21	20
5.	Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	9,9	13	23	16	17
6.	Przebywanie w ciszy, spokoju, z dala od ludzi	14,8	12	12	17	14
7.	Odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych	5,3	16	12	11	13
8.	Chodzenie do kawiarni, restauracji	12,2	12	22	17	12
9.	Odwiedzanie miejsc kultu religijnego	7,7	2	8	1	8
10.	Zdobywanie wiedzy i umiejętności (np. nauka języków obcych)	2	3	6	7	7
11.	Ulubione zajęcia hobbystyczne (wędkarstwo, fotografowanie, zbieranie grzybów)	8	9	4	13	6
12.	Turystyka kwalifikowana (np. żeglarstwo, kajakarstwo, wspinaczki górskie, jazda konna)	11,5	16	9	10	5
13.	Narciarstwo	3,2	1	2	2	4
14.	Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	5,5	7	1	3	3
15.	Czytanie	3,7	6	6	4	3
16.	Zabiegi lecznicze, sanatoryjne, kuracja klimatyczna	0,9	2	2	1	–
17.	Specjalistyczne zabiegi rehabilitacyjne związane z inwalidztwem	–	–	–	–	1
18.	Inne	21,2	18	24	19	35

Źródło: J. Łaciak, *Aktywność turystyczna młodzieży*, Instytut Turystyki w Warszawie.

10, T, 609. Wyjazdy, w których uczestniczyłam były organizowane przez rodzinę. Często wyjeżdżam z rodzicami w góry, przynajmniej 1 raz w roku. Są to wyjazdy najczęściej do rodziny. Najczęściej odwiedzanymi przeze mnie miejscami są: Zakopane, Lipnica Wielka, Jabłonka. Powodem wyjazdów są: odpoczynek, odwiedzenie rodziny, zwiedzanie krajobrazów, poznanie wielu nowych ciekawych ludzi (nawiązanie nowych kontaktów). Podczas takich wyjazdów można bardzo miło i przyjemnie spędzić czas, np. poprzez granie w piłkę, pływanie itp., ale przede wszystkim można naprawdę wypocząć. Poleniuchować sobie troszkę. Najważniejsze w tych wyjazdach jest to, że mogę spędzić je z rodziną. Nikt wtedy nie myśli o rodzinnych problemach itp. Zawsze jest miła atmosfera i zawsze świetnie się bawię na takich wyjazdach.

Wojowniczy orzeł, LO, 563. W te wakacje wyjechałem sam z kolegami do Mielna. Trwało to 2 tygodnie. Pojechalśmy dla rozrywki. A w wolnym czasie chodziliśmy na plażę i dyskoteki. Na tym wyjeździe zdałem sobie po raz pierwszy sprawę z tego, jak ważni są dla mnie moi przyjaciele i jak silna jest więź emocjonalna łącząca nas. Pomimo głodu i braku pieniędzy przetrzymaliśmy to, gdyż byliśmy razem.

6. Aktywność ruchowa

Ważnym elementem turystyki młodych jest jej funkcja kompensacyjna i zdrowotna, którą uczestnicy realizują, między innymi, poprzez aktywne formy rekreacji. Ich następstwem jest poprawa kondycji fizycznej oraz zdrowia. Prowadzenie zdrowego, czy raczej prozdrowotnego stylu wypoczynku jest najczęściej związane z nawykami wyniesionymi z rodzinnego domu, a w wieku dorastania także z indywidualnymi wyborami, jakich dokonuje człowiek, w zakresie różnych aspektów swojej aktywności w życiu codziennym, a następnie podczas wyjazdów turystycznych. „Zdrowy styl życia” (Kwilecka, Brożek, 2007, s. 95), ale również zdrowy styl wypoczynku to pojęcie dość nowe. Styl życia definiuje się jako zespół zachowań, postaw oraz ogólną filozofię życia jednostki lub grupy, zespół zależny od środowiska, norm społecznych i kulturowych, w których żyje człowiek i społeczeństwo, do której należy, jak również od osobistych przekonań i przyjętego systemu wartości (Słońska, 1994). Tradycyjnie uznawane składowe zdrowego stylu życia to: aktywność ruchowa, prawidłowy sposób odżywiania, właściwe proporcje czasu przeznaczonego na pracę i wypoczynek, umiejętność radzenia sobie ze stresem, obniżenie poziomu agresji, zachowanie optymizmu życiowego, życzliwość wobec siebie i innych. Siedzący tryb życia i niedobór ruchu u współczesnego człowieka prowadzi do zaburzeń całego ustroju. Dlatego tak ważne jest, aby podczas wyjazdów turystycznych młodzież spędzała czas aktywnie, podejmując znaczną ilość zabaw ruchowych, wędrówek, uczestnicząc w różnorodnych formach turystyki kwalifikowanej.

W analizowanych badaniach aktywne formy spędzania czasu podczas długoterminowych wyjazdów turystycznych, które zaproponowano młodzieży do oceny to:

– poprawa kondycji fizycznej: gimnastyka, zajęcia fitness, dłuższe spacery i wycieczki, pływanie, gry sportowe;

- narciarstwo;
- turystyka kwalifikowana (np. żeglarstwo, kajakarstwo, wspinaczki górskie, jazda konna).

Z prowadzonych badań wynika, że „poprawa kondycji fizycznej” jest kategorią dość istotną dla badanej młodzieży i na przestrzeni lat 2002–2007 (2002 – 35%; 2004 – 39%; 2005 – 23%; 2006 – 30%; 2007 – 38%) zajmuje niezmiennie trzecią pozycję wśród wszystkich osiemnastu badanych kategorii spędzania czasu podczas długoterminowych wyjazdów turystycznych.

Analizując aktywne formy spędzania czasu można jednak zauważyć, że młodzież znacznie częściej podejmuje niezbyt forsowne, rekreacyjne formy sportu, jakimi są: zajęcia fitness, dłuższe spacery, wycieczki, pływanie, gry sportowe, niż zajęcia wymagające przygotowania kondycyjnego i wiedzy, czyli różnorodne formy turystyki kwalifikowanej. Podejście młodych do przyjemnościowych form ruchowych na przestrzeni lat 2002–2007 – z małym wyjątkiem – wykazuje tendencję wzrostową. W zależności od finansów lub mody, co trzeci (2006 – 30%) lub nawet więcej niż co trzeci respondent (2002 – 35%), (2004 – 39%), (2007 – 38%) przejawiał zainteresowanie rekreacją ruchową. Wyjątek stanowi rok 2005 (23%), w którym to wystąpiła tendencja odwrotna. Młodzież rzadziej przejawiała postawę aktywną, częściej oddając się spokojnemu wypoczynkowi i życiu towarzyskiemu.

Niewielka tendencja wzrostowa dotyczy **n a r c i a r s t w a**. Porównując uczestnictwo młodzieży w tej formie rekreacji w roku 2007 (4%) do lat 2006–2005 (2%; 2%) – zauważamy dużą różnicę. Liczba młodzieży wyjeżdżająca na narty zwiększyła się aż dwukrotnie, a w stosunku do roku 2004 (1%) – różnica ta jest jeszcze większa. Z kolei uczestnictwo młodzieży w roku 2002 (3,2%) zajmuje miejsce środkowe w stosunku do analizowanych powyżej lat. Ta forma spędzania czasu wolnego staje się coraz bardziej atrakcyjna dla młodzieży, jednak ze względu na koszty wynikające z konieczności posiadania odpowiedniego sprzętu oraz geograficznego położenia gór, nigdy nie będzie dostępna dla szerokich rzesz młodych ludzi.

Przeciwstawną postawę z kolei młodzież przejawia w odniesieniu do **t u r y s t y k i k w a l i f i k o w a n e j**, gdzie w roku 2007 (5%) daje się zauważyć duży spadek uczestnictwa w tej formie turystyki w porównaniu do roku 2002 (11,5%). Analizując jednak okres 2002–2007 dostrzegamy, że sytuacja przedstawia się mniej drastycznie. Otrzymane wyniki sugerują jednak, że wiele jest jeszcze do zrobienia. Aby przygotować młodzież do uczestniczenia w różnych formach turystyki kwalifikowanej ważna jest postawa nauczycieli w szkole, którzy powinni przekazywać młodzieży wiedzę na temat prozdrowotnych korzyści uprawiania turystyki kwalifikowanej i zaszczepiać potrzebę uczestniczenia w tej formie wypoczynku. Jest to niezmiernie ważne, gdyż turystyka kwalifikowana łączy wysiłek fizyczny z możliwością poznania piękna kraju. Jak uważa wielu badaczy „Przyszłością turystyki jest turystyka aktywna” i należy traktować wspieranie i promowanie powyższej formy turystyki jako zadanie priorytetowe (Kunce, 1998, s. 19–28).

W programach imprez turystyki kwalifikowanej wplecione są elementy konkurencji sportowych, które podnoszą atrakcyjność, dają możliwości wyżycia się młodzieży, która obok zamiłowania krajoznawczego pasjonuje się również sportową rywalizacją (Jabłoński, 2009, s. 177).

Turystyka kwalifikowana, jeśli nawet zawiera niektóre elementy zbliżone do sportu, takie jak: umiejętność posługiwania się sprzętem, doskonalenie tężyzny fizycznej, to głównym jej celem jest poznawanie kraju oraz samodzielne zdobywanie i doskonalenie wiedzy turystycznej i krajoznawczej.

Promowanie zdrowego stylu życia we współczesnych czasach jest warunkiem niezbędnym i koniecznym, aby wspierać prawidłowy rozwój młodzieży na wszystkich płaszczyznach: intelektualnej, fizycznej, psychicznej. Aktywne formy spędzania czasu wolnego przeciwdziałają patologicznym zachowaniom, takim jak: nadużywanie alkoholu, palenie papierosów, zażywanie narkotyków. Aktywność ruchowa przeciwdziała agresji, która promowana jest we współczesnym świecie na każdym kroku we wszechobecnej telewizji oraz Internecie. Agresywne zachowania obserwowane w grach komputerowych, filmach, programach telewizyjnych, na niektórych stronach internetowych stają się elementem codziennego stylu życia w rodzinie, szkole, grupie rówieśniczej. Stają się elementem naturalnego zachowania młodzieży.

Aktywność ruchowa wpisana w budżet czasu młodzieży w codziennym życiu oraz podczas wypraw turystycznych, umiejscawia młodego człowieka wysoko w hierarchii społecznej zarówno w grupie rówieśniczej, jak też w dorosłym życiu. Aktywność ruchowa ma istotny wpływ na wypracowanie stylu dążącego do samo-realizacji, który uwzględnia nie tylko wartości tradycjonalizmu, opartego na konsumpcji kulturalnej, ale przede wszystkim wartości nowoczesności, gdzie oprócz posiadania, ceni się możliwość realizacji samego siebie. Styl ten promuje postawę człowieka umiającego dokonywać osobistych wyborów przejawiających się troską o własne zdrowie. Obok dążenia do prestiżu i posiadania, aktywność ruchowa rozwija aspiracje samorealizacyjne, które nadają życiu młodzieży dynamikę i ekspresję, powodują, że młodzi dążą do bycia człowiekiem wszechstronnie rozwiniętym, zdrowym, sprawnym, umiającym organizować swój czas wolny, czerpiącym z tego radość życia i motywację do działania (Kwilecka, Brożek, 2007, s. 96).

Młodzi na temat zalet aktywności ruchowej podczas wyjazdów turystycznych wypowiadają się następująco:

07, LO, 632. Miałem okazję uczestniczyć w różnych formach wypoczynku – zarówno samodzielnych, jak i zorganizowanych przez szkołę czy biuro podróży. Wycieczki z grupą znajomych, które zorganizowaliśmy samodzielnie wspominam najmilej. Uczą nas odpowiedzialności – podczas wycieczki na Babią Górę musieliśmy udzielić koledze pierwszej pomocy, a później wezwać GOPR. Z kolei wyjazdy zorganizowane dają nam przede wszystkim gwarancję dopracowania w szczegółach, pozwalają na optymalne wykorzystanie czasu np. podczas zwiedzania, gdyż bazujemy na doświadczeniu przewodników [...] Każdy wyjazd i wycieczka to dla mnie okazja do uprawiania sportu (narty, snowboard, rajdy rowerowe, wspinaczka górską), możliwość zwiedzania, zarówno Polski, jak i innych krajów, a także wiele sytuacji, podczas których mogę poznać innych ludzi, ich kulturę, tradycje.

26, LO, 378. Do tej pory wyjeżdżałam na wiele wyjazdów zorganizowanych, były to wyjazdy coroczne, takie jak kolonie, obozy. Najbardziej lubię wycieczki w góry. Najważniejszy jest jednak dla mnie tegoroczny wyjazd na obóz harcerski. Obóz ten złożony był z kilku części: żagle, wędrówki w Gdańsku, obóz stały w Gdzie Wielkiej i wyjazd w Bieszczady. Całość trwała 4 tygodnie. Ten wyjazd był dla mnie bardzo ważny, ponieważ podczas niego wielu rzeczy się dowiedziałam po raz pierwszy w życiu. Pierwszy raz byłam na obozie harcerskim, pierwszy raz byłam na Mazurach, pierwszy raz żeglowałam, pierwszy raz zwiedzałam Gdańsk tak dokładnie, pierwszy raz mieszkałam w lesie, robiłam pionierkę, pierwszy raz wyjechałam w Bieszczady na obóz wędrówny. Podczas tego wyjazdu nauczyłam się wielu rzeczy. Poznałam podstawy żeglarstwa, nauczyłam się większej samodzielności, nauczyłam się odpowiedzialności także za inne osoby, poznałam wspaniałych ludzi, współpracowałam z nimi, zżyłam się z nimi. Ten wyjazd sprawdził mnie w wielu sytuacjach, bardziej zaakceptowałam także samą siebie, zachwycałam się pięknem przyrody, otaczającego świata.

Kilometr 603306026, LO, 419. Od kiedy zaczęłam trenować lekkoatletykę co roku jeżdżę na obozy sportowe. Są to najfajniejsze wakacje jakie spędziłam. Najbardziej podobał mi się tegoroczny obóz. Głównym celem, jaki mamy jadąc na ten obóz to trenowanie. Ciężkie treningi dwa razy dziennie. Ale przecież jest wiadome, że oprócz trenowania jest masa innych zajęć. Urządzamy sobie ogniska, zawody, wieczory zapoznawcze itd. Bawimy się na dyskotekach, zakochujemy się i z obozu sportowego robi się obóz miłosny. Taki obóz powoduje, że jestem samodzielniejsza, decyduję o sobie.

7. Aktywność poznawcza

Nieodłącznym elementem aktywności własnej, zapewniającej człowiekowi prawidłowe funkcjonowanie w otaczającym świecie, jest zaspokajanie potrzeby poznawczej. Człowiek, zamiast biernie spostrzegać rzeczy i zjawiska, dąży do ich poznania. Szczególnie interesujące są te rzeczy i zjawiska, które wywołały jego ciekawość oraz pozytywne emocje (przyjemność, satysfakcja) towarzyszące efektowi tego poznania. Ciekawość człowieka, bez względu na to, w jakim okresie rozwoju się znajduje, jest zawsze siłą napędową jego orientacji w otaczającej rzeczywistości. Przyspiesza procesy uczenia się, zapewnia odporność na trudności, uniezależnia człowieka od pośrednich źródeł wiedzy (np. szkoła). Człowiek ciekawy świata nie pozostaje bezczynny. Jego umysł jest otwarty na różnorodne zjawiska, zmieniającą się rzeczywistość, ocenę otaczającego świata godną uwagi, poszukiwań, refleksji. Dlatego właśnie, konieczne jest pobudzanie siebie i innych do dostrzegania tego, co nowe i nieznanne (Gurycka, 1977, s. 36 i n.).

Ciekawość poznawcza, a właściwie dociekanie, jest źródłem kształtowania postaw. Jednym z preferowanych jej sposobów w wieku młodzieńczym są wyjazdy turystyczne organizowane w regionie, w którym mieszka młodzież lub po całym kraju. Wyjazdy te zaspokajają żądzę przygód, chęć poznania przyrody, zabytków, ludzi, folkloru. Są to wyjazdy samodzielne lub zorganizowane w grupie przyjaciół, kolegów, koleżanek, czyli w tzw. „paczkach”. Ten rodzaj aktywności uprawiany przeważnie w okresie wakacji jest dla młodzieży wyjątkowo atrakcyjny, gdyż daje

poczucie swobody, odprężenia, zbliżenia do przyrody, poznawania nowych okolic, samodzielności, polegania na sobie, a także bliskiego kontaktu z kolegami.

W analizowanych badaniach aktywność poznawczą młodzieży zdiagnozowano proponując respondentom do oceny następujące kategorie:

1. zdobywanie wiedzy i umiejętności (np. nauka języków obcych);
2. zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków;
3. odwiedzanie parków narodowych lub krajobrazowych;
4. odwiedzanie miejsc kultu religijnego;
5. ulubione zajęcia hobbyistyczne (wędkarstwo, fotografowanie, zbieranie grzybów);
6. udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych.

7.1. Wartości edukacyjne

Wartości edukacyjne nie zajmują zbyt wysokiej pozycji wśród badanych sposobów spędzania czasu podczas długoterminowych wjazdów młodzieży, pomimo tego, że są one ważnym czynnikiem wpływającym na rozwój osobowości każdego człowieka. Pewną nadzieję budzi fakt, iż porównując lata 2007, 2006 i 2005 do roku 2002 daje się zauważyć wyraźna tendencja wzrostowa w zakresie potrzeby zdobywania wiedzy i umiejętności podczas wyjazdów turystycznych. Pomimo że wskaźniki procentowe określające grupę młodzieży, która w ten sposób spędza czas na wakacjach nie są zbyt wysokie, to jednak w latach 2007 (7%), 2006 (7%) oraz 2005 (6%) – są trzykrotnie wyższe niż w roku 2002 (2%). Można więc zauważyć, że pewna – niezbyt liczna – grupa młodych chcąc sprostać wyzwaniom współczesnego świata, nawet w czasie przeznaczonym na wypoczynek pragnie doskonalic znajomość języków obcych oraz poszerzać horyzonty z różnych dziedzin życia w praktyce oraz poprzez czytanie gazet, czasopism, książek (2002 – 3,7%; 2004 – 6%; 2005 – 6%; 2006 – 4%; 2007 – 3%). Uzyskane wskaźniki procentowe w latach 2002–2006 podkreślają, że młodzież była zainteresowana zdobywaniem wiedzy nie tylko poprzez „praktykę”, ale także poprzez zgłębianie wiedzy teoretycznej, czytając różnego rodzaju publikacje podczas wakacyjnych podróży. Jednak w roku 2007 obserwujemy znaczny spadek powyższego wskaźnika. Jego poziom – w porównaniu do lat 2004–2005 – jest dwukrotnie niższy. Nie osiągnął on nawet poziomu, który wystąpił w 2002 roku. Próbując wyjaśnić powyższą sytuację, można założyć, iż miejsce czytelnictwa w tradycyjnej formie coraz częściej zajmuje Internet, a ponieważ podczas wyjazdów turystycznych dostęp do komputera i Internetu nie zawsze jest możliwy, stąd w 2007 roku nastąpił spadek powyższego wskaźnika. Założenie może okazać się słuszne, jeżeli w roku 2008 wystąpi podobna tendencja.

Oceniając postawę młodych wobec realizacji potrzeby związanej ze zdobywaniem wiedzy i umiejętności podczas wyjazdów turystycznych, można założyć, że

w badanej grupie – choć niezbyt licznej – tzw. „czas pusty”, czyli czas bez programu, bez planu, czas źle zorganizowany, destrukcyjnie wpływający na osobowość, występuje sporadycznie.

Aktywność poznawcza to również poznawanie świata poprzez o d w i e d z a n i e miejsc kultu religijnego. Jednak wartości religijne, kontemplacja, wewnętrzna odnowa, poznawanie miejsc związanych z odmiennymi religiami w grupie badanej młodzieży nie zajmują zbyt wysokiej pozycji, charakteryzują się jednak pewną regularną cyklicznością. W latach 2007, 2005, 2002 młodzież przejawiała większe zainteresowanie powyższą formą turystyki niż w latach 2006 i 2004.

7.2. Wartości kulturowe

Wartościową formą spędzania czasu młodzieży podczas wyjazdów długoterminowych jest kontakt z dziedzictwem przeszłości, dlatego młodzi odwiedzają muzea, skanseny, zabytki naszego kraju. Podczas wyjazdów młodzież poszerza wiedzę z różnych dziedzin życia konfrontując teorię z praktyką, wiedzę zdobytą w ławce szkolnej z rzeczywistością, jest również aktywnym świadkiem wielu zdarzeń, które mają miejsce współcześnie. Analizując wskaźniki procentowe w latach 2002 (9,9%), 2004 (13%), 2005 (23%), 2006 (16%), 2007 (17%) można zauważyć, że grupa młodzieży, która interesuje się kulturą i zabytkami kraju nie jest liczna, jednak pozytywnym przejawem jest niewielka tendencja wzrostowa, która wskazuje, że coraz większa grupa młodzieży interesuje się dziedzictwem naszego kraju.

Aby jednak zachęcić młodzież do odwiedzania muzeów, konieczne jest podjęcie wielu działań mających na celu podnoszenie atrakcyjności powyższych jednostek. Jak uważa F. Midura (2006, s. 23), aby zainteresowanie muzeami było większe należy:

- rozszerzyć zakres różnorodnych wydawnictw o charakterze informacyjnym, reklamowym, pamiątkowym (foldery, katalogi, slajdy, pocztówki, informatory), poświęconych poszczególnym muzeom i zespołom zabytkowym,
- wprowadzić większe zróżnicowanie czasu otwarcia muzeów, w szczególności w sezonie turystycznym,
- usprawnić system informacji wizualnej na drogach i szlakach turystycznych, przy hotelach, motelach, campingach, muzeach i zabytkach,
- prowadzić badania nad percepcją wystaw stałych i czasowych w zakresie odbioru ekspozycji, przystępności, dogodności zwiedzania,
- prowadzić badania pedagogiczne pokazujące, w jaki sposób młodzi przyjmują przekazywaną wiedzę oraz jakich zmian należy dokonać w prezentacji ekspozycji.

Z pewnością muzeum zbliży się do potrzeb młodzieży, jeżeli postawę pasywną zastąpi strategią aktywnego uczestnictwa, odstępując od modelu „muzeum – świątynia sztuki”. Ważną częścią przemian jest zmiana sposobu myślenia o działalności muzeum. Jej istotą jest nie tyle eksponat, kolekcja, czy samo muzeum, ale

człowiek – jego potrzeby, oczekiwania oraz korzyści, jakie przyniesie wizyta w muzeum (Stasiak, 2006, s. 33). Muzea nie mogą stać się jednak parkiem rozrywki, powinny zachować swoją tożsamość oraz swoje walory społeczne i kulturowe (Midura, 2006, s. 25).

Potrzebę uatrakcyjnienia ekspozycji muzealnych, potwierdzają słowa jednej z uczestniczek wyjazdów wakacyjnych, która zwraca uwagę, że podczas wypraw turystycznych zwiedza tylko ciekawe muzea i zabytki, ale tylko wtedy, gdy pogoda uniemożliwia realizację ciekawszych form wolnoczasowych. Z wypowiedzi wynika, że plaża wygrywa z dziedzictwem przeszłości i jak można wnioskować na podstawie otrzymanych wyników badań, nie jest to przypadek odosobniony.

66, LO, 596. Gdy jest ładna pogoda to chodzimy się opalać, a gdy jest brzydka lub zimno to zwiedzamy zamki, muzea – ale tylko te ciekawe, latarnie morskie itp.

7.3. Uczestnictwo w kulturze

Do instytucji kulturalnych o ograniczonym zasięgu należą, oprócz muzeów i wystaw, także teatry, filharmonie. Nie obejmują one kultury masowej, ale zaspokajają potrzeby kulturalne wyselekcjonowanego kręgu odbiorców udostępniając swe dzieła. Potwierdzają to uzyskane wyniki badań, z których wynika, że podczas długoterminowych wyjazdów turystycznych udział młodzieży w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych w latach 2007 (3%), 2006 (3%), 2005 (1%), 2004 (7%), 2002 (5,5%) jest niski. Spośród analizowanych lat 2002–2007, najwyższy udział młodzieży w kulturze miał miejsce w roku 2004 (7%), a najniższy w roku 2005 (1%). Z kolei w latach 2007–2006, wskaźniki osiągają poziom prawie dwukrotnie niższy niż w roku 2002. Spokojny wypoczynek oraz życie towarzyskie – czyli niezbyt wyczerpujące formy wolnoczasowe – ciągle zajmują najważniejsze miejsce w organizacji czasu podczas długich wyjazdów turystycznych. Po dużym wysiłku w trakcie roku szkolnego zdecydowanie największa grupa młodzieży szuka zajęć, w których może zrelaksować się, wypocząć, a tylko nieliczni pragną realizować potrzeby kulturalne.

Młodzież, która jednak uwzględniła ten element w wyjazdach turystycznych swoje wrażenia opisuje następująco:

Baryp, LO, 120. Mój ostatni samodzielny wyjazd spędziłam w gronie przyjaciół w małym miasteczku na Lubelszczyźnie (Kazimierz Dolny). Wtedy w miasteczku odbywa się festiwal filmowy, dzięki czemu mogłam obejrzeć wiele filmów (odpłatnie – w namiotach i kinach, jak również darmowych wyświetlanych na telebimie, na małym rynku), a nawet premiery. Seanse zazwyczaj zaczynały się wieczorem (te wyświetlane na zewnątrz) około 21.00 – prowadziłam wówczas życie nocne. W dzień spałam; bądź zwiedzałam tamtejsze zabytki, często bywałam w herbaciarni (podają tam fantastyczną herbatę brzoskwiniovą). Po seansach co dzień organizowane były zabawy (dyskoteki) w różnych stylach muzycznych. Na nich młodzież wszystkich subkultur świetnie się bawiła, nie bacząc na różnice wyglądu, bycia, wiary. Wszyscy byli wobec siebie tolerancyjni (w Krakowie jest inaczej, dlatego ja z przyjaciółmi lubimy tam spędzać wakacje).

7.4. Wartości przyrodnicze

Parki narodowe i krajobrazowe są z kolei doskonałym miejscem do uprawiania turystyki pieszej, obozów wędrownych, turystyki kwalifikowanej. Podczas tego rodzaju imprez młodzież realizuje cele kształcące, poznawcze, wychowawcze. Podczas wędrówek po parkach narodowych i krajobrazowych młodzież poznaje środowisko, przyrodę, krajobrazy, miejscowości położone na trasach wakacyjnych wędrówek, twórców zamieszkujących odwiedzane obszary kraju, przeszłość regionów, dalsze plany rozwoju. Cele kształcące wędrówek po parkach narodowych polegają na pogłębianiu wiedzy o przyrodzie ojczystego kraju. Podczas wędrówek młodzież realizuje także cele wychowawcze, doskonaląc osobowość i cechy charakteru, takie jak: odwaga, solidarność, koleżeńskość, współodpowiedzialność, obowiązkowość, dojrzałość życiową, tężyznę fizyczną, przedsiębiorczość (Alejziak, 2008, s. 164). Młodzież uczy się orientacji w terenie, ochrony środowiska naturalnego, organizacji czasu, zdobywania odznak turystyki kwalifikowanej, aktywności społecznej. Wędrówki piesze po parkach narodowych i krajobrazowych pozwalają dotrzeć do najciekawszych miejsc, umożliwiają młodym wędrowcom poznanie terenu. Młodzież realizuje tam cele wychowania zdrowotnego, trudy wędrówki wzmacniają tężyznę fizyczną, hartują ducha, wzmacniając sprawność fizyczną i psychiczną. Pobyt na terenie parków narodowych i krajobrazowych kształtuje u młodzieży wrażliwość estetyczną, która przejawia się zdolnością do przeżywania piękna i potrzeby obcowania z nim. Przyroda – jak uważa wielu jej miłośników – jest geniuszem piękna. Wychowanie estetyczne polega więc na zwracaniu uwagi na tajemniczość boru i puszczy, odcienie zieleni, bogactwo barw łąki itp.

Z analizowanych badań wynika, iż odwiedzanie parków narodowych i krajobrazowych w roku 2007 uplasowało się spośród osiemnastu zaproponowanych do oceny kategorii na siódmym miejscu. Wydaje się więc, że rodzice, nauczyciele i wychowawcy mają jeszcze wiele do zrobienia, aby wypracować u młodzieży potrzebę kontaktu z naturą, z przyrodą, umiejętność odczuwania zadowolenia z obserwacji otaczającego piękna przyrody (Denek, 2000, s. 150). Z analizowanych wskaźników procentowych wynika, że taka potrzeba istnieje. Porównanie wskaźników procentowych uzyskanych w latach 2006 (11%), 2005 (12%), 2004 (16%) do roku 2002 (5,3%) – wskazuje, że odsetek młodzieży organizującej wypoczynek na terenie parków narodowych i krajobrazowych jest dwukrotnie wyższy, a w roku 2007 (13%) – ponad trzykrotnie. Wydaje się, że większy nacisk nauczycieli w szkole na edukację zdrowotną, wychowanie estetyczne, a także kształtowanie świadomości, co do ważności kontaktu z przyrodą, jako naturalnego środowiska życia człowieka i potrzebę czasowej ucieczki z terenów wysoko zurbanizowanych, powinien przynieść zamierzone rezultaty.

Poniżej przytoczono kilka wypowiedzi młodych na temat omawianego zagadnienia:

GK, T, 209. W tym roku byłam na wyjeździe z moimi przyjaciółmi. Wypoczywaliśmy w Zakopanem 10 dni. Pojechaliśmy wspólnie, ponieważ chcieliśmy spędzić ze sobą wspaniałe chwile, wolne od problemów, od szkoły. Chcieliśmy swoje nudne, szare życie, które praktycznie cały czas kręci się wokół szkoły, zamienić na zabawę. Uwielbiamy chodzić po górach, dlatego wybraliśmy Zakopane. Wspinaczki to nasz żywioł. Codziennie chodziliśmy z samego rana na łąki, by zobaczyć jak pasterze wyganiają owce. Piękny widok. Odwiedziliśmy wiele dolin. Oczywiście nie pominęliśmy także Krupówek. Najważniejsze było to, że mieliśmy czas, aby wspólnie porozmawiać. Bardzo tego potrzebowaliśmy.

Urwik, T, 660. Na wyjazdy zorganizowane wyjeżdżam prawie co roku, najczęściej w góry, np. Bieszczady, Beskidy, Sudety, Karkonosze. Osobą, która towarzyszy mi w tych wyjazdach prawie zawsze jest mój kuzyn. Jeżeli wyjeżdżamy to tylko na wyjazdy dwutygodniowe lub pięciodniowe wędrówki po górach. Powodem wyjazdów jest chęć zobaczenia pięknych krajobrazów, spotkanie nowych ludzi na szlaku. Czas wolny spędzaliśmy głównie na wysiłku fizycznym, tzn. piesze wędrówki po szlakach albo mecze piłki nożnej. Wyjazdy nauczyły mnie głównie tego, jak sobie radzić w trudnych warunkach, co robić, gdy braknie wody, gdy się zgubimy, albo komuś się coś zepsuje. Nauczyłem się również chodzenia po górach, gdyż nie jest to taka prosta sprawa.

21, T, 618. Tegoroczne wakacje jednak różniły się od poprzednich, gdyż spędziłam je przede wszystkim ze swoimi znajomymi. Wyjazd odbył się 14 lipca do Poronina (niedaleko Zakopanego). Organizowaliśmy sobie różne wycieczki, np. nad Morskie Oko, Czarny Staw, do Zakopanego. Zwiedziliśmy okolice, podziwialiśmy widoki. Najbardziej podobały mi się chwile spędzone przy ognisku nad pobliską rzeczką.

7.5. Zainteresowania i hobby

Zainteresowania są siłą motoryczną w rozwoju osobowości. U dorastającej młodzieży wychodzą one poza problemy objęte programem nauczania. Są realizowane w działalności pozalekcyjnej w szkole oraz poza nią. W szkolnych oraz pozaszkolnych kołach zainteresowań, klubach, specjalistycznych sekcjach młodzież rozwija różnorodne zainteresowania związane z plastyką, fotografią, modelarstwem, sportem, turystyką. Poza tym młodzież w wieku dorastania wykazuje duże zainteresowanie muzyką, literaturą, filmem, techniką oraz różnymi dziedzinami nauki. Jak pisała M. Tyszkowa (1977, s. 189), kierunek aktywności w ten sposób podjęty jest na ogół dość trwały.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w trakcie długoterminowych wyjazdów turystycznych w latach 2002 (8%), 2004 (9%), 2005 (4%), 2006 (13%), 2007 (6%) niezbyt liczna grupa respondentów realizuje swoje ulubione zajęcia hobbystyczne (wędkarstwo, fotografowanie, zbieranie grzybów). Na przestrzeni lat 2002–2007 poziom wskaźników procentowych ulega nieznacznym wahaniom. Najwyższy wystąpił w roku 2006, najniższy w roku 2005, w którym to największa grupa młodzieży preferowała spokojny wypoczynek (62%), chodzenie do kawiarni czy restauracji (22%) oraz zwiedzanie muzeów, zabytków, skansenów (23%). W roku 2007 – w porównaniu do roku 2006 – prawie dwukrotnie maleje odsetek młodzie-

ży, zainteresowanej realizacją własnego hobby podczas długich podróży turystycznych.

M..., LO, 383. [...] obozy, na które jeździłam były obozami baletowymi, gdyż od 5. roku życia uczęszczam na balet. Dzień na takich obozach nie wyglądał, tak jak na zwykłych obozach czy koloniach, owszem, czasami chodziliśmy na wycieczki, jednak głównym celem takich obozów było doskonalenie naszych umiejętności w zakresie baletu, tańca, nie tylko w formie normalnych lekcji, ale także poprzez wymyślanie własnych choreografii, zajęcia plastyczne, występy, zabawy taneczne. Uważam, że taki wyjazd dobrze wpłynął na moje życie, nabrałam lepszej kondycji, zintegrowałam się z koleżankami ze szkoły baletowej, pedagogami.

Gład, T, 665. Ostatnio byłem na kilkudniowym wyjeździe w góry. Zawsze wyjeżdżam z kolegami, a w czasie podróży zawieram nowe znajomości. Wyjeżdżam, aby odpocząć i poznać nowe miejsca. Podczas wycieczek dużo przebywaliśmy w terenie i dużo czasu spędziłem też na zwiedzaniu okolic i fotografowaniu przyrody, aby móc podzielić się wrażeniami ze swoją rodziną i móc sobie przypomnieć po paru latach jak było.

Dość pojemną okazuje się kategoria „inne” (35%; 19%; 24%; 18%; 21,2%). Jak można zauważyć wskaźniki procentowe w latach 2002–2007 są wysokie, i plasują się na poziomie kategorii zajmujących pierwsze cztery miejsca. Oznacza to, że znaczna grupa osób swój czas podczas długich wyjazdów turystycznych organizuje w jeszcze inny, ciekawy dla nich sposób.

Poniżej przedstawiono kilka wypowiedzi młodych osób, które mogą wyjaśnić, jak młodzież spędza czas podczas swoich wyjazdów:

Wertersliebe, LO, 405. W wyjazdach zorganizowanych biorę udział od 12 roku życia. Są to przeważnie wyjazdy rekolekcyjne (należę do oazy), organizowane przez archidiecezję, brałam też udział w dwóch koloniach i wielu wycieczkach i wyjazdach szkolnych.

Kolejne wyjazdy były już ściśle związane z oazą. Trzeba do niej należeć, żeby zrozumieć sam klimat takich rekolekcji. Ból związany z czasem naprawdę ciężkimi warunkami (np. brak łazienek, ciepłej wody, łóżek) wynagradzają wspólne spotkania, śpiew, modlitwa. Z takich wyjazdów wynosi się naprawdę wiele, przede wszystkim jednak zdobywa się wspaniałych szczerych przyjaciół, o których tak trudno (przynajmniej dla mnie) na zwykłych wycieczkach, obozach, na których młodzi ludzie pozostawieni samopas, po prostu robią wiele głupstw. Czego mnie uczą? Poza oczywistymi aspektami, takimi jak pogłębianie swojej wiary, czy nabycie umiejętności współżycia z innymi ludźmi, oczywiście ćwiczyć również samodzielność i odpowiedzialność.

Selma, LO, 127. Tegoroczne wakacje będę wspominać do końca życia. Wraz z moją siostrą i kumplem wybraliśmy się do Sopotu na koncert Björk. Z powodów finansowych, zamiast jechać pociągiem pojechalśmy stopem. O godzinie 5 rano, spakowani i w miarę wypoczęci ruszyliśmy na północ. Z łapaniem stopa nie było żadnych problemów. Zatrzymywali się różni ludzie i różne samochody. Wygodne i trochę mniej. Tego samego dnia ok. 19.00 znaleźliśmy się w Starogardzie Gdańskim. Chodziliśmy po domach i pytaliśmy o nocleg, a głównie o kawałek trawnika, gdzie moglibyśmy spokojnie rozbić namiot. Pewna życzliwa rodzina nie tylko udostępniła nam miejsce na posesji, ale mogliśmy skorzystać z łazienki i gorącej wody. Rano po zimnej nocy dostaliśmy od tych państwa pyszne śniadanie. Po długich podziękowaniach ruszyliśmy dalej. Zatrzymał się nam tir, który jechał bezpośrednio do Gdańska. Stamtąd koleją do Sopotu. Dzień spędziliśmy na plaży, zerkając na sopockie molo, gdzie miał odbyć się koncert. Zwiedziliśmy Sopot, zrobiliśmy zakupy i z myślą o jutrzej-

szym dniu i koncercie. Poszliśmy spać. Początek kolejnego dnia upłynął w gorączkowych przygotowaniach do koncertu. Po spędzeniu kilku godzin na plaży ruszyliśmy na molo. Po drodze jedno piwo. Czekanie na gwiazdę tego wieczoru upłynęło na słuchaniu Smolina, Husky i de Peache – kontrowersyjnej zresztą. Podczas gdy na scenie pojawiła się Björk, przed barierki wymaszerowała rzesza reporterów, zasłaniając przy tym zespół. Kolejny dzień (niedziela) upłynął na leniuchowaniu i zbieraniu muszelek. Na powrót zdecydowaliśmy się w poniedziałek. Oczywiście zaspaliśmy, ruszyliśmy na stopa. I udało się. Tego samego dnia wróciliśmy do Krakowa. O godz. 21.00 mogłam się umyć i zjeść coś porządnego.

xxx, LP, 19. W roku 2002 byłem na Przystanku Woodstock. Wyjechałem z kolegami i koleżankami. Wszystkie wyjazdy trwały ok. 7 dni. Podczas wyjazdów czas spędzałem na słuchaniu muzyki, piciu alkoholu i poznawaniu nowych ludzi. Na wyjazdach najważniejsza była swoboda, nikt nie kierował mną, mogłem robić to, na co miałem ochotę. Wyjazdy nauczyły mnie samodzielności i odpowiedzialności. Wyjazdy nie wpłynęły na mnie w żaden niekorzystny sposób. Samodzielne wyjazdy są dla mnie czasem wolności, swobody i odpoczynku od wszelkich stresów.

W analizowanych badaniach występują jeszcze pozostałe kategorie określające sposoby spędzania czasu młodzieży podczas wyjazdów długoterminowych, takie jak: zabiegi lecznicze, sanatoryjne, kuracja klimatyczna, specjalistyczne zabiegi rehabilitacyjne związane z inwalidztwem, ale dotyczą one bardzo niewielkiej grupy respondentów.

Analizując sposoby spędzania czasu przez młodzież podczas długoterminowych wyjazdów turystycznych można zauważyć, że przejawia ona zachowania nastawione na:

1. poprawę kondycji fizycznej, uprawiając rekreacyjnie różne formy sportu, uczestnicząc w zajęciach fitness, podejmując dłuższe spacery, a nawet wybieżki;
2. wycieczki, uczestnicząc w różnorodnych formach turystyki kwalifikowanej (np. żeglarstwo, kajakarstwo, wspinaczki górskie, jazda konna), zimą z kolei narciarstwo;
3. zdobywanie wiedzy i umiejętności (np. nauka języków obcych);
4. realizację własnego hobby (wędkarstwo, fotografowanie, zbieranie grzybów);
5. udział w kulturze, uczestnicząc w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych;
6. poznawanie świata, zwiedzając muzea, skanseny, zabytki; odwiedzając parki narodowe lub krajobrazowe;
7. przyjemność i zabawę, gdzie charakterystycznymi zachowaniami jest spokojny wypoczynek, krótkie spacery; słuchanie radia, oglądanie telewizji; chodzenie do kawiarni, restauracji, udział w koncertach muzyki młodzieżowej;
8. afiliację – poświęcanie czasu życiu towarzyskiemu i rozrywkom;
9. kontemplację, wyrażającą się chęcią przebywania w ciszy, spokoju, z dala od ludzi oraz odwiedzanie miejsc kultu religijnego.

8. Wnioski

Analizowane wyniki badań na przestrzeni lat 2002–2007, wskazują, że podczas długich wyjazdów turystycznych młodzież najchętniej realizuje wartości ludyczno-hedonistyczne, przejawiające się preferowaniem spokojnego wypoczynku, korzystaniem z różnorodnych rozrywek i udziałem w życiu towarzyskim. Dla urozmaicenia czasu młodzi turyści korzystają z rekreacyjnych form sportu, mało forsownych i raczej przyjemnościowych, takich jak fitness, dłuższe spacerunki, czasami wycieczki. W międzyczasie, co czwarty, a niekiedy nawet co piąty uczestnik wypraw słucha radia i ogląda telewizję.

Odwiedzanie parków narodowych i krajobrazowych, przebywanie w ciszy i spokoju, z dala od ludzi, albo wręcz odwrotnie – chodzenie do kawiarni czy restauracji dotyczy trochę więcej niż co dziesiątego respondenta. Tylko nieznacznie większa grupa młodzieży zwiedza muzea, zabytki, skanseny.

Mało popularnym sposobem spędzania czasu podczas długiego wypoczynku dla młodzieży jest poszerzanie horyzontów, zdobywanie wiedzy i umiejętności, chociaż – co warto podkreślić – w ciągu ostatnich pięciu lat daje się zauważyć znaczącą zmianę postawy w tym zakresie. Również w dalszym ciągu mało popularne jest uczestnictwo w turystyce kwalifikowanej, która wymaga od młodych pewnego wysiłku fizycznego i umysłowego. Problem ten dotyczy także innych aktywnych form turystyki, na przykład narciarstwa. Niewielka grupa młodzieży podczas długich wyjazdów wakacyjnych rozwija własne zainteresowania i hobby, czyni to mniej niż co dziesiąty uczestnik turystycznych wypraw.

Bibliografia

- Alejziak B. 2008. *Samowychowanie a turystyka*. Kraków: Albis. ISBN 978-83-906452-2-3.
- Denek K. 2000. *W kręgu edukacji, krajoznawstwa i turystyki w szkole*. Poznań: Eruditius. ISBN 83-86142-35-9.
- Gurycka A. 1977. *Przeciw nudzie. O aktywności*, Warszawa: Nasza Księgarnia.
- Jabłoński E. 2009. *Krajoznawstwo i turystyka kwalifikowana PTTK promocja aktywności zdrowotnej młodzieży szkolnej*. W: *O potrzebie krajoznawstwa w edukacji szkolnej*. Praca zbiorowa K. Denek, L. Drożdżyński, A. Gordon (red.), Warszawa – Poznań: PTTK „Kraj”. ISBN 978-83-7005-505-9.
- Kunce R. 1998. *Aktywizowanie działań na rzecz zwiększania uczestnictwa w turystyce krajowej, zwłaszcza dzieci i młodzieży w turystyce aktywnej*. W: *Imprezy turystyczne jako forma edukacji krajoznawczej społeczeństwa*. V Kongres Krajoznawstwa Polskiego, Gniezno 2000. Łódź – Pabianice – Zgierz: Sejmik Przedkongresowy.
- Kwilecka M., Brożek Z. 2007. *Bezpośrednie funkcje rekreacji*. Warszawa: Almamer. ISBN 978-83-60197-37-0.
- Łaciak J. 2003. *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2002 roku*. Warszawa: Instytut Turystyki. ISBN 83-88376-26-8.
- Łaciak J. 2005. *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2004 roku*. Warszawa Instytut Turystyki. ISBN 83-60302-60-X.

- Ł aciak J. 2006. *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2005 roku*, Warszawa: Instytut Turystyki. ISBN 83-60302-22-7.
- Ł aciak J. 2008. *Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w 2007 roku*. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Midura F. 2006. *Dziedzictwo – muzea – turystyka. Pojęcia i podstawowe problemy*. W: *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*. A. Toczewski (red.). Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej. ISBN 83-88426-40-0.
- Rottermund A. 2001. *Muzea i turystyka*. W: *Spotkania w Willi Struwego 1998-2001. Wykłady o dziedzictwie kultury*. Warszawa: Towarzystwo Opieki nad Zabytkami. ISBN 83-88372-11-4.
- Sł ońska Z. 1994. *Promocja zdrowia – zarys problematyki*. „Promocja Zdrowia. Nauki Społeczne i Medycyna” vol 1–2. Wrocław: IP UW.
- Stasiak A., 2006. *Muzea wobec wyzwań współczesnej turystyki*. W: *Rola muzeów w turystyce i krajoznawstwie*. A. Toczewski (red.). Zielona Góra: Muzeum Ziemi Lubuskiej. ISBN 83-88426-40-0.
- Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO*. 1995. Warszawa ONZ-WTO.
- Turoś L. 1988. *Znaczenie turystyki międzynarodowej w samokształceniu studentów*. W: *Społeczno-pedagogiczne problemy turystyki*. Warszawa: IT.
- Tyszkowa M. 1977. *Aktywność i działalność dzieci i młodzieży*. Warszawa: WSiP.
- Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych*. 2008 [online, dostęp: 2009-07-08]. Dostępny na stronie internetowej Ministerstwa Sportu i Turystyki RP:
<http://msport.gov.pl/statystyka-turystyka/552-Uczestnictwo-Polakow-w-wyjazdach-turystycznych?ret-pag=/statystyka-turystyka/>

Youth Tourist Trips – Objectives and Ways of Spending Free Time. Comparative Analysis 2002–2007

S u m m a r y: Tourist trips are one of the most attractive opportunities for juveniles to spend their free time. They are a perfect occasion to gain some practical knowledge, improve skills and shaping one's own important character features. They also stimulate and develop interests, which seems to be a motive for development of youths' characters. The effect mentioned above mainly depends on the type of activities provided by the trips. In the article we have tried to analyse the trends and changes in youth activity during long-term tourist camps in the years of 2002–2007. To diagnose the problem we employed researches drawn up by Tourist Institute in Warsaw.

The analysis indicates that, day by day, an increasing number of young people are choosing an active way of spending free time to improve their health and physical fitness while on tourist trips. However, the above does not refer to the professional tourism which is observed to be continuously decreasing. A slight positive tendency could be noticed in the ski sector, which is becoming a popular recreation form. More and more young people wish to broaden their horizons and to acquire new skills by different kinds of tourist trips.

K e y w o r d s: youth, tourist camps, tourist trips, free time activities

ANNA NOWAKOWSKA*

Uwarunkowania działalności jednostek turystycznych

Słowa kluczowe: model konsumpcji, zmiany w sferze popytu, warunki rynkowe, nowe tendencje marketingowego zarządzania, marka produktu, innowacyjność, strategia biznesowa

Streszczenie: W artykule omówiono uwarunkowania zewnętrzne działalności jednostek turystycznych, do których zostały zaliczone zmiany modelu życia i potrzeb społecznych oraz zjawiska i procesy charakteryzujące sferę gospodarki. Określone zostały również uwarunkowania wewnętrzne działalności, w których uwzględniono nowe tendencje w marketingowej koncepcji zarządzania, nowe zasady działania na rynku, innowacyjność, tworzenie wizerunku firmy i kształtowanie pozycji rynkowej.

1. Uwarunkowania zewnętrzne

Istniejące aktualnie na świecie procesy zmian przejawiające się w sferze życia społecznego, politycznego, gospodarczego, wpływają i w istotny sposób kształtują warunki działań gospodarczych, postawy i świadomość społeczną, zmieniają styl i model życia, obyczaje. To, co w tym zakresie istotne dla turystyki – to coraz większe znaczenie kategorii jakości życia, wzrastająca troska o zdrowie, sprawność, odpoczynek fizyczny i psychiczny. Stąd też obserwuje się i należy nadal oczekiwać akceptacji społecznej rozwoju usług rekreacyjnych, różnorodnych form zagospodarowania czasu wolnego, wzrostu aktywności turystycznej. Jednakże zmiana warunków, trybu i sposobu życia zmienia oczekiwania wobec systemu organizacji, obsługi i oferty turystycznej i rekreacyjnej. Ulega ona systematycznej modyfikacji pod wpływem tych samych czynników, które determinują pozostałe wymiary aktywności społecznej, a ponadto ulega również wpływom zmian zachodzących

* Dr hab. Anna Nowakowska – profesor nadzwyczajny, dziekan Wydziału Ekonomii, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie; kierownik Katedry Turystyki i Rekreacji, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie.

w sferze procesów gospodarczych. Gospodarowanie w tych warunkach stwarza z jednej strony szanse i możliwości wynikające ze swobody działania, której ograniczenia prowadzą się do uwarunkowań prawno-ekonomicznych otoczenia oraz jednostki gospodarczej, z drugiej jednak strony wymagają określonych umiejętności działania, które w dużym stopniu determinują powodzenie i rozwój przedsiębiorstwa.

„Niezwykle interesujące są jakościowe zmiany dokonujące się obecnie na rynku turystycznym. Dotyczą one zarówno popytu, jak i podaży turystycznej. Przeobrażenia w sferze potrzeb, motywacji i preferencji turystów wyznaczają nowe kierunki i sposoby działania firm turystycznych. Zakres i tempo, w jakim do branży turystycznej wprowadzane są nowoczesne technologie, zdają się zwiastować prawdziwą rewolucję w całym systemie organizacji i funkcjonowania rynku turystycznego. Równie głębokie zmiany wywołuje w nim koncentracja kapitału i globalizacja działalności turystycznej” (Alejsiak, 2000, s. 9).

Stąd też w aktualnych warunkach gospodarczych w budowie ekonomicznych modeli działania przedsiębiorstw muszą zostać uwzględnione:

- Warunki niepewności działania, wynikające z braku informacji dotyczących sytuacji rynkowej i konkurentów;
- Wpływ polityki państwa na działalność firm;
- Wpływ międzynarodowych powiązań państw i przedsiębiorstw (Piasecki, 1998, s. 31).

Ponadto istniejąca sytuacja gospodarcza wymaga od przedsiębiorstw:

- umiejętności gospodarowania posiadanymi zasobami;
- kształtowania odpowiednich struktur organizacyjnych;
- posiadania wykwalifikowanej kadry o dobrej znajomości podstawowych zasad działania gospodarczego.

Działalność przedsiębiorstw winna cechować:

- elastyczność – dostosowywanie się do zmiennych tendencji potrzeb i popytu;
- kształtowanie potrzeb – poprzez oferty nowych, atrakcyjnych dóbr i usług;
- umacnianie pozycji rynkowej w warunkach konkurencji:
 - podmiotów działających na rynku,
 - dóbr i usług stanowiących przedmiot konsumpcji.

Kondycja ekonomiczna przedsiębiorstw zależy z jednej strony od racjonalnej gospodarki potencjałem ludzkim i materialnym oraz optymalnego wykorzystania posiadanych zasobów, z drugiej strony od aktywności w rozpoznawaniu potrzeb i preferencji konsumentów, zdolności kreowania nowych potrzeb, umiejętności i trafności wyboru w kształtowaniu wielkości i struktury wytwarzanych produktów oraz stosowanych form obsługi i działań aktywizujących sprzedaż.

Wiele zjawisk i procesów istniejących aktualnie w sferze gospodarki powoduje, że w uprzywilejowanej sytuacji są duże podmioty gospodarcze. Wynika to między innymi z faktu nasilającego się procesu globalizacji gospodarki w skali światowej,

istnienia jednostek gospodarczych, obejmujących swoim zasięgiem działania już nie tylko państwa, ale i kontynenty, rozszerzania się zasięgu terytorialnego rynków indywidualnych produktów.

W Polsce, w sferze gospodarki turystycznej obok dużych jednostek, pełniących funkcje biur podróży lub touroperatorów, istnieje bardzo wiele małych firm, działających na rynkach lokalnych. Cechą tych jednostek są ograniczone zasoby (w tym finansowe), nieduża liczba produktów, ograniczone przestrzennie rynki, itp. Jednocześnie jednak firmy te winny charakteryzować się dużą elastycznością działania, co jest niezmiernie istotne w aktualnych warunkach rynkowych. Ponadto orientacja na klienta bliższa jest specyficie małego przedsiębiorstwa, które często obsługuje wybrany segment rynku i ma bezpośredni kontakt z klientami. Może to być czynnikiem przewagi małych firm wobec wielkich jednostek gospodarczych.

Cele i metody działania przedsiębiorstw są kształtowane i ustalane na podstawie oceny aktualnej i potencjalnej sytuacji gospodarczej oraz bieżącej i przewidywanej wielkości i struktury potrzeb i popytu. Stały wzrost konkurencji na rynku usług turystycznych wynika między innymi z trudności w szacunkach spodziewanych wielkości popytu. Trudności te zwiększają się jeszcze w dobie kryzysu gospodarczego. Specyfiką rynku turystycznego jest ogromna wrażliwość i zmienność popytu, co w dużym stopniu utrudnia ocenę wielkości sprzedaży, przy założeniu, że decyzje zakupu podstawowych produktów turystycznych muszą być dokonane przez jednostki obsługi ruchu turystycznego z dużym wyprzedzeniem czasowym. Istnieją wprawdzie dające się zidentyfikować trendy wielkości konsumpcji (w układzie czasowym, przestrzennym, rodzajowym), jednak istniejąca na rynku tendencja przeszacowywania wielkości sprzedaży, charakterystyczna dla absolutnej większości branż, powoduje często nadmiar zdolności produkcyjnych, wzrost wielkości podaży i istnienie rynku konsumenta oraz wzrost aktywności działań konkurencyjnych.

Turystyka jest również zjawiskiem ogromnie wrażliwym na wszelkie polityczne i społeczne niepokoje oraz zagrożenia. Dotyczy to także występujących w różnych częściach świata kataklizmów przyrodniczych. W takich przypadkach następuje natychmiastowe załamanie wielkości ruchu turystycznego. Jednakże tego typu zdarzenia nie są w stanie zatrzymać rozwoju zjawiska turystyki. Zmieniają się kierunki wyjazdów, omijane są jako cel wyjazdu – przez pewien czas – zagrożone kraje i regiony, ale ruch turystyczny jako zjawisko istnieje nadal. Są na świecie miejsca, gdzie uprawianie turystyki wiąże się z dużym ryzykiem i niebezpieczeństwem i są na świecie regiony, gdzie zarówno ludność miejscowa, jak i władze krajowe stwarzać będą sprzyjające warunki pobytu turystów.

2. Uwarunkowania wewnętrzne

W aktualnych warunkach znane i stosowane od lat sposoby aktywizacji działalności gospodarczej nie są w stanie zapewnić firmom sukcesu, a często nawet możliwości przetrwania na rynku. Stąd też powstała konieczność reorientacji sposobu

gospodarowania. Wybór celów działań gospodarczych i środków ich realizacji powinien być podporządkowany aktualnym i potencjalnym warunkom rynkowym. Sprawdzające się dotąd zasady marketingowej koncepcji działania przedsiębiorstw ulegają modyfikacji pod wpływem zmian społecznych, politycznych i gospodarczych warunków otoczenia firmy.

„Marketingowe procesy decyzyjne muszą być widziane w kontekście szczególnej triady podmiotów występujących w roli uczestników rynku. Należą do nich przedsiębiorstwa, konsumenci i konkurenci. Charakter zależności między nimi przesądza o istocie działań rynkowych. Każdy z tych podmiotów prowadzi własną politykę rynkową, każdy też oczekuje określonych korzyści” (Olesiak, 2007)

Nowe tendencje w marketingowej koncepcji zarządzania przedsiębiorstwem opierają się zarówno na zmianie koncepcji, jak i na stosowaniu nowych metod i narzędzi działania. Według Philipa Kotlera (2004) nowe tendencje w marketingu prowadzą się do:

- zmiany typu marketingu od marketingu „wyprodukuj i sprzedaj” do marketingu „wyczuwaj i reaguj”;
- od posiadania majątku do posiadania marek;
- od marketingu masowego do marketingu indywidualnego;
- od zabiegania o udział w rynku do zabiegania o udział w świadomości klienta;
- od skupiania się na przyciąganiu klienta do skupiania się na zatrzymaniu klienta
 - od zdobycia klienta do zatrzymania i zadowolenia klienta;
 - od marketingu nastawionego na produkt do marketingu nastawionego na klienta.

Tendencje te to większe uwrażliwienie na klienta, jego potrzeby, sposób ich zaspokojenia, satysfakcji z zakupionego produktu, związania klienta z firmą i marką produktu. Stąd też Kotler podkreśla konieczność uzyskania przez pracowników przedsiębiorstw nowych umiejętności: budowania marki, zarządzania relacjami z klientami, marketingu przeżyć i analizy dochodowości według produktu, segmentu, kanału i klienta.

Konieczność nowych działań na rynku wynika również z faktu, że dziś już wysoka jakość produktu i dobra obsługa nie są elementami zapewniającymi konkurencyjność produktu. Stają się one koniecznością dla utrzymania przedsiębiorstwa na rynku. Konsument oczekuje dobrej obsługi i dobrego produktu. Dla konkurencyjności produktu na rynku warunkiem koniecznym jest:

- umiejętność natychmiastowej reakcji przedsiębiorstwa na zapotrzebowanie rynkowe,
 - kształtowanie atrakcyjnej oferty,
 - zwiększanie korzyści zawartych w produkcie, a oczekiwanych przez klienta,
 - budowanie długotrwałej, korzystnej relacji z klientami (Kotler, 2004, s. 53).

Dla osiągnięcia dobrej pozycji na rynku, konieczna jest ogromna aktywność działania przedsiębiorstw, polegająca na stałym poszukiwaniu takiego elementu charakteryzującego produkt, który mógłby zapewnić jego konkurencyjną przewagę na rynku. Może to być cena, atrakcyjna oferta, możliwość indywidualnego kształtowania struktury produktu itp. Niewątpliwie rysujący się kierunek potrzeb i popytu wyznacza drogę kształtowania produktów turystycznych. Obok ich atrakcyjności istotną będzie satysfakcja po powrocie, odniesione korzyści. Podstawową cechą nowych metod konkurencyjnych na rynku jest wrażliwość i szybkość reakcji na zmianę potrzeb konsumentów, zwiększanie korzyści dla konsumenta oraz tworzenie długotrwałego związku z klientami.

Istotną rolę w kształtowaniu pozycji rynkowej będzie w coraz większym stopniu odgrywała marka produktu. Jak stwierdza Kotler „marka jest obietnicą wartości. Staje się ideą przewodnią wszystkich działań przedsiębiorstwa, które się z nią wiążą” (Kotler, 2004, s. 73). Tą wartością może być w przypadku usług turystycznych atrakcyjność oferty, bardzo wysoka jakość usług, korzyści zawarte w produkcie. Wybierając markę budować ją będziemy poprzez działania promocyjne, ale utrzymywać na rynku – poprzez dokładne wypełnianie przyrzeczonych obietnic. Marka wyznaczać będzie strategię działania firmy na rynku. Dzięki marce przedsiębiorstwo może oczekiwać wzrostu wielkości sprzedaży lub możliwości otrzymania wyższej ceny na produkt.

Tak tworzy się wizerunek firmy. Jego znaczenie rośnie wraz z faktem, że konsumenci dostrzegają coraz mniej różnic pomiędzy poszczególnymi ofertami konkurentów. W tych warunkach decyduje o wyborze produktu przekonanie o dobrej jakości usług lub uzyskiwanej przy zakupie produktu wartości dodatkowej. Te dwa elementy stanowią podstawowe czynniki kształtowania lojalności konsumenta wobec firmy. Wysiłki firm winny być skierowane na to, aby produkt, organizacja obsługi i realizacja usług wyróżniała się cechami pozwalającymi na identyfikację z firmą. Wizerunek kształtuje tożsamość produktu i firmy, pozycjonuje przedsiębiorstwo na rynku, może mieć istotne znaczenie w uzyskiwaniu przewagi konkurencyjnej, zapewnia stabilność działania i mniejsze ryzyko.

Innym niezmiernie ważnym elementem kształtowania pozycji rynkowej przedsiębiorstw jest innowacja. „Innowacyjność nie ogranicza się do tworzenia nowych i lepszych produktów, lecz polega również na opracowywaniu lepszych systemów i nowych koncepcji biznesowych” (Kotler, 2004, s. 64). Innowacyjność może mieć wiele różnych wymiarów. Może to być: oparty na nowych zasadach system organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem, nowy sposób tworzenia, sprzedaży i oferty produktu, nowa koncepcja produktu lub jego modyfikacje. Innowacje nie muszą mieć charakteru absolutnych nowości. Do działań innowacyjnych zaliczamy ratalne formy płatności za produkt, nowe kanały dystrybucji produktu itp. Innowacyjny charakter może mieć nowy, odbiegający od innych działających na rynku przedsiębiorstw wizerunek firmy lub produktu. Może go stanowić zespół korzyści zawarty

w rdzeniu produktu, na przykład zapewniający zaspokojenie potrzeb duchowych, przeżyć emocjonalnych, prywatności, rozrywki, itp.

Taką innowacyjną tendencją będzie tworzenie produktów przy współudziale konsumentów. Powstaje nowa kategoria „prosumentów” – konsumentów uczestniczących, mających wpływ na tworzony produkt. Niewątpliwie innowacyjny charakter ma sprzedaż produktów turystycznych przez Internet. Innowacyjne rozwiązania w sferze obsługi są związane z nowymi możliwościami stwarzanymi przez ogromny w ostatnich latach postęp technologiczny. Umiejętność wykorzystania tych możliwości zależy od inwencji i kwalifikacji kadr obsługi ruchu turystycznego. Od zrozumienia, jak wielką rolę i znaczenie w kształtowaniu pozycji przedsiębiorstwa na rynku będzie mieć jego otwartość, elastyczność działania, akceptacja nowych metod obsługi, zależy poziom innowacyjności jego działania.

Jednocześnie istnieje grupa konsumentów, dla których innowacyjność produktu turystycznego nie jest pożądana. Tendencje te charakterystyczne są między innymi w usługach hotelarskich, gdzie nie zawsze jest akceptowana nowoczesna standaryzacja obiektów i usług. Stąd też jeszcze raz potwierdza swoją wagę różnorodność ofert usług turystycznych. Podobnie w biurach podróży istnieje ogromna rzesza turystów, dla których najważniejsze w wyjazdach wypoczynkowych jest słońce, plaża i morze.

„Na pojawiające się w turystyce trendy bardzo duży wpływ wywierają również zmiany w bilansie czasu wolnego, stwarzające presję na jego optymalne wykorzystanie, modyfikacje stylu życia, w którym wyżej ceniowane są emocje, doświadczenia związane z interesującym programem wyjazdu turystycznego, ranga przypisywana tzw. turystyce zharmonizowanej, szanującej środowisko, gwarantującej pobyt w nieskażonym otoczeniu [turystyka zrównoważona], popularność dodatkowych urlopów i krótkich wyjazdów preferowanych przede wszystkim przez osoby o większych dochodach, aktywne zawodowo oraz wzrost rangi potrzeb osób niepełnosprawnych, co przejawia się w ofertach turystycznych do nich kierowanych i zmianach architektonicznych obiektów turystycznych” (Panasiuk, 2007).

Budując produkt turystyczny należy pamiętać o aktualnych potrzebach zmieniających się wraz ze zmianą stylu i modelu życia, z powstawaniem nowych potrzeb, relacji różnych oczekiwań. Przykładem takich zmian w zakresie oczekiwanych korzyści, jakie przynieść ma zakup produktu turystycznego jest zapewnienie nie tylko możliwości wypoczynku fizycznego, ale również odpoczynku psychicznego. Zmienia to cel wyjazdu, a tym samym sposób jego organizacji, wybór miejsca docelowego, program imprezy i jego realizację. Kierunki zmian w zakresie oczekiwań w stosunku do podstawowych korzyści zawartych w rdzeniu produktu turystycznego, zależne będą od bardzo wielu czynników, w tym niewątpliwie wpływ będzie miała zmiana warunków życia, posiadane możliwości, efekt naśladownictwa i wiele innych.

Wyrazem zmian i nowych tendencji jest wspomniany wcześniej marketing przeżyć, który sprowadza się do zaprojektowania i dostarczenia klientowi pozytywnych przeżyć zarówno w trakcie aktu zakupu produktu, jak i jego konsumpcji, a nie tyl-

ko sprzedania mu produktu lub usługi. Ma to bardzo istotne znaczenie, zwłaszcza w sferze usług turystycznych, gdzie uwaga konsumentów będzie coraz mocniej zwracana na jakość świadczonych usług, atrakcyjność oferty, satysfakcję udziału w imprezie turystycznej. Satysfakcja związana jest z oceną przez klienta wartości zakupionego produktu, podstawowej korzyści zawartej w jądrze produktu. Stąd konieczna jest dobra znajomość i trafne oszacowanie wymagań klienta. Należy mieć jednakże świadomość stale rosnących wymagań klientów, coraz większej różnorodności potrzeb, ich zmienności, niejednorodności.

Wynika z tego konieczność pilnego śledzenia potrzeb i stylów życia konsumentów nie tylko w skali kraju, ale kontynentu i świata, gdyż wyznaczają one tendencje i kierunki zmian.

Coraz istotniejszego znaczenia nabiera zadowolenie (satysfakcja) klienta, na co składa się:

- sposób organizacji obsługi,
- jakość świadczonych usług,
- struktura produktu turystycznego,
- korzyści z zakupu produktu.

Te elementy winny być przedmiotem szczególnej uwagi jednostek obsługi ruchu turystycznego.

Ważny jest również dobry układ partnerski firmy z interesariuszami – pracownikami, kontrahentami, dystrybutorami, itp. Warunkuje to tworzenie zespołu, którego celem działania powinna być oferta produktu o największych wartościach.

Wiele korzyści przynieść może konsolidacja gałęzi. Wspólne działania mogą dać wiele korzyści, choć jednocześnie dla wielu firm może to stanowić istotne zagrożenie.

Spełnienie powyższych warunków w koncepcji marketingowej Philipa Kotlera jest realizacją marketingu holistycznego, którego istota nie tyle polega na działaniu, co na sterowaniu strategią biznesową i stanowić ma siłę, która gwarantuje dotrzymanie zobowiązań podjętych w deklaracji marki produktu, a tym samym kształtuje wizerunek firmy, który ma zapewnić jej dobrą pozycję rynkową.

Bibliografia

- Alejziak W. 2000. *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*. W: *Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku*. Pod red. S. Bosiackiego. Poznań: AWF. ISBN 83-86336-78-1.
- Kotler Ph. 2004. *Philip Kotler odpowiada na pytania na temat marketingu*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis. ISBN 83-7301-577-9.
- Oleksiuk A. 2007. *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Difin. ISBN 978-83-7251-696-1.
- Panasiuk A. (red.). 2007. *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 978-83-01-15296-3.
- Piasiecki B. (red.). 1998. *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*. Warszawa – Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-12622-1.

Conditionings of Tourist Entity Operations

S u m m a r y: The article describes the external conditionings of tourist entities' operations, including changes in lifestyle and social needs as well as phenomena and processes characterising the sphere of economy. The article also identifies the internal conditionings of operations, taking into account new tendencies in the marketing management concept, new rules of acting on the market, innovativeness, crating the company image as well as shaping the market position.

K e y w o r d s: consumption model changes within the demand sphere, market conditions, new tendencies of marketing management, product brand, innovativeness, business strategy

PROBLEMY ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA
JEDNOSTKAMI TURYSTYCZNYMI

Artykuł zamieszczony na stronach 51-61 usunięto na prośbę Autora

MAŁGORZATA TYRAŃSKA*

Rola analizy strategicznej w ocenie działalności przedsiębiorstwa turystycznego

Słowa kluczowe: przedsiębiorstwo turystyczne, analiza strategiczna, analiza łańcucha wartości, analiza SPACE

Streszczenie: Artykuł przedstawia rolę, jaką analiza strategiczna pełni w ocenie działalności przedsiębiorstwa turystycznego. Dla realizacji tego celu przedstawiono specyfikę działalności przedsiębiorstwa turystycznego, opisując różne jego rodzaje oraz prezentując determinanty organizacyjne, prawne rozwoju tych przedsiębiorstw, a także bazę techniczno-materiałową stanowiącą podstawę prowadzonej działalności. W dalszej kolejności omówiono funkcje analizy strategicznej w przedsiębiorstwie turystycznym. Scharakteryzowano wybrane metody analizy strategicznej, przedstawiając ich zastosowanie w ocenie działalności różnych przedsiębiorstw turystycznych.

1. Uwagi wstępne

Funkcjonowanie przedsiębiorstwa na rynku usług turystycznych wymaga opracowania skutecznej, konkurencyjnej strategii. Dobrze opracowana strategia stanowi potencjalnie bardzo skuteczny środek zarządzania, pozwalający skupić uwagę i wysiłek całej organizacji na sprawach najważniejszych dla jej rozwoju. Jednak skuteczne wdrożenie strategii jest procesem stosunkowo złożonym, który wymaga dokładnego poznania wewnętrznych i zewnętrznych czynników decydujących o możliwościach rozwoju firmy i osiągnięciu przez nią sukcesu na rynku. Ze względu na ogromną ilość tych czynników, oraz zależności między nimi, analiza ta nie może się odbywać w sposób chaotyczny, ale musi zostać usystematyzowana w ciąg działań, umożliwiających ich dogłębną diagnozę, wyciągnięcie wniosków

* Dr Małgorzata Tyrańska – adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Katedra Procesu Zarządzania, kontakt e-mail: tyranskm@uek.krakow.pl.

i określenie pożądaných kierunków rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego. Takie podejście w procesie formułowania strategii przedsiębiorstwa turystycznego zapewnia zastosowanie analizy strategicznej.

W związku z powyższym celem artykułu jest przedstawienie roli, jaką analiza strategiczna pełni w ocenie działalności przedsiębiorstwa turystycznego. Dla realizacji tego celu przedstawiono specyfikę działalności przedsiębiorstwa turystycznego, opisując różne jego rodzaje oraz prezentując determinanty organizacyjne, prawne rozwoju tych przedsiębiorstw, a także bazę techniczno-materiałową stanowiącą podstawę prowadzonej działalności. W dalszej kolejności omówiono funkcje analizy strategicznej w przedsiębiorstwie turystycznym. Scharakteryzowano wybrane metody analizy strategicznej, przedstawiając ich zastosowanie w ocenie działalności różnych przedsiębiorstw turystycznych.

2. Wybrane aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego

Przedsiębiorstwo jest wyodrębnionym zespołem ludzi wykonujących określone czynności i samodzielnie podejmujących decyzje strategiczne i taktyczne rozstrzygające o skuteczności działania. Jest jednostką wyposażoną w środki materialne i finansowe oraz podporządkowaną określonej organizacji wewnętrznej. Opierając się na uwagach dotyczących istoty przedsiębiorstwa jako podmiotu działalności gospodarczej można przyjąć, że przedsiębiorstwo turystyczne jest podstawową jednostką organizacyjną gospodarki, służącą zaspokojeniu potrzeb społecznych, tworzoną w celu osiągania efektów ekonomicznych przez produkcję dóbr służących turystom i świadczenie usług turystycznych. Jest samodzielną i samofinansującą się jednostką gospodarczą, mającą osobowość prawną. Zbiór tych jednostek tworzy gospodarkę turystyczną (Kozioł (red.), 2008, s. 16). Przedsiębiorstwa turystyczne można grupować według różnych kryteriów (zob. tabl. 1).

Według L. Kozioła „firmy specjalizujące się w obsłudze turystów można z kolei podzielić na takie, które tworzą produkt całkowity (kompleksowy) bądź produkt cząstkowy. Produkt cząstkowy określa się mianem pakietu. Pakiet usług turystycznych stanowi produkt, w skład którego wchodzi jednolite usługi lub kilku wytwórców, mające na celu zaspokojenie potrzeb turysty. Usługi wchodzące w skład pakietu można podzielić na podstawowe i komplementarne. Pierwsze mają na celu umożliwienie realizacji podróży i podstawowego jej celu, drugie mają sprawić by zaspokojone były inne potrzeby. (...) Najczęściej do podstawowych usług zalicza się usługę transportową, noclegową i żywieniową, a do komplementarnych usługi: pośrednictwa wizowego, wynajem samochodów, bilety wstępu do zwiedzanych obiektów oraz na imprezy kulturalne i sportowe, wycieczki fakultatywne, usługi przewodnickie i inne” (Kozioł (red.), 2008, s. 18).

Tablica 1

Klasyfikacja przedsiębiorstw turystycznych

I. Klasyfikacja przedsiębiorstw turystycznych według kryterium wpływu na tworzenie i obsługę ruchu turystycznego	
Przedsiębiorstwa tworzące tzw. bezpośrednią gospodarkę turystyczną, których działalność polega na organizowaniu i obsłudze ruchu turystycznego. Tworzą one układ podmiotowy gospodarki turystycznej.	Przedsiębiorstwa tworzące tzw. pośrednią gospodarkę turystyczną, dla których organizowanie i obsługa ruchu turystycznego nie są podstawowym zakresem działalności, chociaż w określonym stopniu są one również realizowane. Obejmują one szeroką grupę podmiotów wielu działów i gałęzi gospodarki.
<ul style="list-style-type: none"> – hotelarstwo – wszystkie obiekty noclegowe turystyki, – gastronomię – zakłady gastronomiczne, zlokalizowane głównie w obiektach noclegowych turystyki, – transport – związany z przewozami turystycznymi, – biura podróży – organizatorzy turystyki, agenci i pośrednicy turystyczni, – handel – zajmujący się sprzedażą artykułów sportowo-turystycznych, pamiątkarskich, literatury i map turystycznych, – kulturę – obiekty muzealne, galerie, parki rozrywki, – sport i kulturę fizyczną – obiekty sportowo-rekreacyjne. 	<ul style="list-style-type: none"> – przedsiębiorstwa sektora bankowego, – przedsiębiorstwa sektora ubezpieczeniowego, – przedsiębiorstwa sektora transportu pasażerskiego, – pozostałe placówki handlowe, – poczta i telekomunikacja, – przedsiębiorstwa gospodarki komunalnej.
II. Klasyfikacja przedsiębiorstw turystycznych według kryterium specjalizacji przedsiębiorstw turystycznych (wynikająca ze złożoności produktu turystycznego oraz złożoności i różnorodności potrzeb nabywcy tego produktu)	
Nabywca usług	Z punktu widzenia tego kryterium wyróżniamy przedsiębiorstwa obsługujące poszczególne segmenty rynku, np. młodzież, osoby preferujące aktywny wypoczynek, biznesmenów itd.
Zasięg przestrzenny działalności	Z punktu widzenia tego kryterium wyróżniamy: <ul style="list-style-type: none"> – lokalne i regionalne biura podróży, – biura obsługujące zagraniczną turystykę wyjazdową lub przyjazdową
III. Klasyfikacja przedsiębiorstw turystycznych według kryterium funkcjonalnego, tj. przedmiotu działalności (rodzaju świadczonych usług)	
przedsiębiorstwa transportu turystycznego	organizujące przewóz turystów do miejsc recepcji i z powrotem oraz w obrębie miejsca pobytu
przedsiębiorstwa eksploatujące zakłady hotelarskie i gastronomiczne	oferujące turystom noclegi, usługi żywieniowe i inne związane z pobytem w tych jednostkach

cd. tablicy 1

przedsiębiorstwa usług sportowo-rekreacyjnych	umożliwiające uprawianie aktywnych form turystyki
przedsiębiorstwa sanatoryjno-uzdrowiskowe	zapewniające usługi związane z leczeniem i pobytom osób w obiektach uzdrowiskowych
biura podróży	występujące w roli łącznika między wytwórcami usług i turystami jako organizatorzy imprez turystycznych oraz pośrednicy i agenci turystyczni
przedsiębiorstwa zajmujące się informacją i promocją turystyczną	działalność ta stanowi podstawę gospodarki turystycznej – zwłaszcza firmy posługujące się systemami teleinformatycznymi

Źródło: Rapacz (red.) 2007, s. 23–24; Koziol (red.), 2008, s. 16.

W praktyce gospodarczej wyróżnia się sporo klas przedsiębiorstw turystycznych m.in. ze względu na obszar działania, wielkość przedsiębiorstwa, formę własności, czy rodzaj odbiorców i miejsce w procesie dystrybucji.

Powstanie i rozwój przedsiębiorstw turystycznych jest zdeterminowane czynnikami o charakterze ekonomicznym i formalnoprawnym. Przesłankom ekonomicznym przypada szczególna rola w kształtowaniu wielkości, dynamiki i struktury ruchu turystycznego oraz popytu na dobra i usługi turystyczne. To one przyczyniają się do tworzenia przedsiębiorstw i działalności turystycznej, wpływają stymulująco na aktywność turystyczną, a tym samym uzasadniają tworzenie nowych przedsiębiorstw. A. Rapacz uważa, że w grupie tych przesłanek na uwagę zasługują: postępujący proces uprzemysłowienia, postęp techniczny i organizacyjny, sprzyjający wzrostowi wydajności pracy, stwarzający możliwość skracania czasu pracy, w wyniku czego pojawiła się kategoria czasu wolnego, ustawowe wprowadzenie płatnych urlopów, wzrost dochodów indywidualnych ludności i związane z tym pojawienie się tzw. funduszu swobodnej decyzji, wynikające ze wzrostu dochodów zmiany w strukturze konsumpcji ludności (pojawienia się nowych potrzeb i aspiracji konsumpcyjnych, w tym potrzeb w zakresie wypoczynku i turystyki), procesy urbanizacyjne (wzrostowi liczby ludności towarzyszy najczęściej zjawisko wzrostu liczby ludności zamieszkującej w miastach; z tym wiąże się narastanie negatywnego wpływu środowiska), rozwój kulturowy, społeczno-zawodowy; wzrost poziomu oświaty i wychowania, istnienie instytucji prawnych, które umożliwiają i ułatwiają przekraczanie granic państwowych (1994, s. 14).

Druga grupa przesłanek obejmuje decyzje i regulacje formalnoprawne, które stwarzają podstawy prawne działalności gospodarczej w zakresie turystyki. Te przesłanki decydują o tym, jakie podmioty, w jakiej formie organizacyjno-prawnej i w jakim zakresie mogą prowadzić działalność gospodarczą związaną z obsługą ruchu turystycznego. Decyzja o wyborze formy prawnej przedsiębiorstwa powinna

być efektem analizy takich podstawowych zagadnień, jak: skala i rodzaj odpowiedzialności przedsiębiorstwa i jego właścicieli wobec wierzycieli, uprawnienia właścicieli i osób prowadzących przedsiębiorstwo w zakresie zarządzania, kontroli oraz reprezentowania przedsiębiorstwa na zewnątrz, możliwość i łatwość zmian kapitału przedsiębiorstwa; korzyści kosztowe i podatkowe; rozwiązanie i likwidacja przedsiębiorstwa (Sarnowski, Kirejczyk, 2007, s. 13). Podobnie jak w innych sektorach gospodarki, również w sektorze turystycznym istnieją różnorodne formy organizacyjne przedsiębiorstw. Wśród nich należy wymienić: przedsiębiorstwa państwowe i prywatne. W skład tych ostatnich wchodzi: przedsiębiorstwa jednego właściciela, spółdzielnie, spółki prawa cywilnego i handlowego.

Typ przedsiębiorstwa i pełniących przezeń funkcji, charakter i atrakcyjność walorów turystycznych obszaru będącego terenem jego działania decydują o wielkości i strukturze rodzajowej bazy materialno-technicznej przedsiębiorstw turystycznych. W przypadku biur podróży, będących organizatorami lub pośrednikami turystyki, ich zaplecze materialno-techniczne obejmuje głównie sieć własnych lub wdzierżawionych obiektów pełniących funkcję jednostek usługowych biura, wraz z wyposażeniem m.in. w środki łączności, urządzenia poligraficzne, meble biurowe oraz środki transportu turystycznego – jeśli biuro świadczy we własnym zakresie tego typu usługi. Jeśli natomiast są to przedsiębiorstwa turystyczne prowadzące sieć własnych obiektów noclegowych, gastronomicznych, urządzeń turystycznych i sportowo-rekreacyjnych, ich baza materialno-techniczna obejmuje wspomniane obiekty i urządzenia, ale ich wielkość, struktura rodzajowa i lokalizacja zdeterminowana jest przede wszystkim występującymi na danym terenie walorami turystycznymi. Istnieje bowiem ścisły związek pomiędzy atrakcyjnością walorów turystycznych, a stopniem ich zagospodarowania, wyrażającego się istnieniem określonej bazy materialnej będącej w gestii przedsiębiorstw turystycznych.

Z punktu widzenia rodzaju potrzeb związanych z uprawianiem turystyki obiekty, urządzenia i inne składniki bazy materialno-technicznej przedsiębiorstw turystycznych można podzielić na: obiekty i urządzenia noclegowe, obiekty i urządzenia gastronomiczne, urządzenia i środki transportu turystycznego, obiekty i urządzenia zaplecza towarzyszącego (zob. tabl. 2).

3. Funkcje analizy strategicznej w przedsiębiorstwie turystycznym

Zasadniczym celem zarządzających przedsiębiorstwem turystycznym jest zapewnienie trwałej przewagi konkurencyjnej, co znajduje swój wyraz w trzech podstawowych obszarach: zyskowości, udziale w rynku oraz rynkowej wartości firmy. Cel ten przedsiębiorstwa turystyczne osiągają poprzez uaktywnianie posiadanych zasobów pieniężnych, elastyczność i szybkość działania oraz formułowanie i wdrażanie określonego typu strategii konkurencyjnej. Wyznaczenie skutecznej strategii wymaga zastosowania odpowiednich metod analizy strategicznej.

Tablica 2

Składniki bazy materialno-technicznej przedsiębiorstw turystycznych

Obiekty i urządzenia noclegowe
Do pierwszej grupy zaliczamy nieruchomości i inne środki trwale należące do zakładów hotelarskich. Należy zauważyć, iż w przedsiębiorstwach turystycznych świadczących wyłącznie usługi noclegowe nieruchomości (grunty, budynki, budowle) stanowią ponad 90% rzeczowych składników majątku trwałego. Do pozostałych składników tej grupy aktywów należy zaliczyć przede wszystkim środki trwale stanowiące wyposażenie jednostek mieszkalnych, hallu recepcyjnego i innych pomieszczeń zakładu hotelarskiego. Od ilości, rodzaju i jakości tego wyposażenia zależy kategoria i standard obiektu oraz jakość świadczonych usług (choć na jakość usług hotelarskich w dużym stopniu wpływa również profesjonalizm, kultura i życzliwość obsługi hotelowej).
Obiekty i urządzenia gastronomiczne
Urządzenia gastronomiczne można podzielić na: – urządzenia wydziału produkcyjnego, stanowiące maszyny i urządzenia będące wyposażeniem kuchni, magazynów i przygotowalni posiłków; – urządzenia wydziału usługowego, stanowiące wyposażenie sal konsumpcyjnych. Zaplecze żywieniowe stanowi ważny element działalności przedsiębiorstw turystycznych, których zadaniem jest zaspokojenie potrzeb turystów. Charakter tych potrzeb wymaga, aby zakłady gastronomiczne były zbliżone do miejsc pobytu turystów w miejscowościach, ośrodkach, centrach ruchu turystycznego. Nie oznacza to, że każdy obiekt noclegowy musi dysponować zapleczem żywieniowym, ale w przypadku zakładów hotelarskich (z wyjątkiem pokoi gościnnych) obowiązujące w naszym kraju przepisy w sprawie ich rodzajów i kategorii określają jednoznacznie minimalne wymagania odnoszące się do działalności gastronomicznej, tzn. konieczność prowadzenia określonego rodzaju zakładu gastronomicznego.
Urządzenia i środki transportu turystycznego
Środki transportu służą do przewozu turystów z miejsca zamieszkania do centrów turystycznych. Do tej grupy zaliczamy również środki transportu wykorzystywane przez dział zaopatrzenia przedsiębiorstw turystycznych.
Obiekty i urządzenia zaplecza towarzyszącego
Ostatnią grupę stanowią różnego rodzaju urządzenia, które mogą być obsługiwane przez przedsiębiorstwa turystyczne, chociaż znaczna ich część stanowi element zaplecza materialnego innych, nieturystycznych podmiotów działalności gospodarczej. Urządzeniami zaliczanymi do tzw. zaplecza towarzyszącego są: – lokale biur turystycznych, biur zakwaterowania, punktów informacji turystycznej; – urządzenia sportowo-rekreacyjne i turystyczne (np. baseny, sauny, korty tenisowe, wyciągi, boiska sportowe), wypożyczalnie sprzętu sportowego, turystycznego, punkty napraw tego sprzętu, itp.; – urządzenie i zakłady świadczące usługi handlowe, fotograficzne, fryzjerskie, itp.; – urządzenia służące działalności kulturalno-rozrywkowej (np. dyskoteki, kluby bilardowe, świetlice, wypożyczalnie książek i czasopism, czytelnie)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Gieźgała, 1977, s. 231–235; Rapacz, 1994, s. 149–150.

Analizę strategiczną można zdefiniować jako badanie i identyfikowanie obecnych i przyszłych zmian oraz tendencji w otoczeniu firmy i jej własnym potencjale w celu określenia możliwości jej rozwoju oraz przyszłej pozycji konkurencyjnej. Analiza strategiczna koncentruje się na (Stabryła, 2000, s. 137):

- funkcji diagnostycznej, odniesionej zarówno do czynników otoczenia, jak i działalności samej firmy. Ma wskazać, jakie są uwarunkowania zewnętrzne (przyjazne czy wrogie), w jakich dziedzinach może badana firma rozwijać się i skutecznie rywalizować z konkurentami, oraz jaka jest generalna ocena jej organizacji i funkcjonowania;

- funkcji projekcyjnej, która sprowadza się do przedstawienia ogólnego zarysu podstawowych wariantów przyszłych rozwiązań strategicznych.

Właściwe stosowanie tak rozumianej analizy strategicznej może znacznie przyspieszyć i ułatwić budowę skutecznej strategii rynkowej przedsiębiorstwa turystycznego. Do podstawowych celów analizy strategicznej zalicza się przede wszystkim (Penc-Pietrzak, 2003, s. 2):

- identyfikację szans i zagrożeń generowanych przez otoczenie, w kontekście dalszego rozwoju przedsiębiorstwa,

- możliwie wczesne wykrycie wszelkich nieprawidłowości w funkcjonowaniu samego przedsiębiorstwa oraz ich przyczyn,

- samookreślenie przedsiębiorstwa i ustalenie jego miejsca na rynku w relacji do głównych konkurentów (ocena tożsamości i wizerunek firmy),

- stworzenie podstaw merytorycznych i pragmatycznych do podjęcia koniecznych działań zmierzających do zdynamizowania firmy i uruchomienia niezbędnych procesów rozwojowych,

- konfrontację (bilans) szans i zagrożeń tkwiących w otoczeniu oraz silnych i słabych stron przedsiębiorstwa, w celu zdefiniowania wariantów strategii rozwoju, a w konsekwencji planów i strategii zarządzania,

- identyfikację silnych i słabych stron firmy pod kątem możliwości budowania przewagi konkurencyjnej,

- optymalizację portfela przedsiębiorstwa oraz ogólną ocenę ryzyka związanej z prowadzeniem poszczególnych rodzajów działalności,

- określenie możliwości tworzenia wartości dodanej dla klientów i innych interesariuszy.

Analizę strategiczną objęte są trzy główne obszary funkcjonowania firmy, którymi są: makrootoczenie, otoczenie konkurencyjne, potencjał strategiczny przedsiębiorstwa (Gierszewska, Romanowska, 2000, s. 32–34).

Makrootoczenie, czyli zespół warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa wynikający z tego, że działa ono w określonej strefie klimatycznej, w danym układzie politycznym, prawnym, systemowym itp. Cechą makrootoczenia jest to, że bardzo silnie określa możliwości działania i rozwoju przedsiębiorstwa, przedsiębiorstwo jednak nie jest w stanie zmienić tych warunków. Ze względu na bardzo silny wpływ

otoczenia, szczególnie w okresie kryzysu gospodarczego lub politycznego czy też zmian systemowych, przedsiębiorstwo musi znać najważniejsze szanse i zagrożenia związane z funkcjonowaniem w makrootoczeniu, przewidywać ich kształtowanie się w przyszłości i dostosowywać do nich swoje programy rozwoju. W tabelicy 3 przedstawione są poszczególne sfery makrootoczenia i zjawiska w nich występujące.

Makrootoczenie ma bardzo silny wpływ na działalność podmiotów. Stanowi ono dla nich źródło szans i zagrożeń. Dla jednych podmiotów, stwarzając korzystne warunki funkcjonowania, będzie sprzyjało ich rozwojowi, dla drugich będzie ono przyczyną upadłości. Bardzo ważna jest umiejętność wyboru określonej strategii, która pozwoli przygotować plan strategiczny, w którym dokona się własnej analizy i prognozy makrootoczenia. Należy jednak pamiętać, iż makrootoczenie nie jest jednakowe dla wszystkich firm nawet z tego samego kraju czy regionu. Dlatego konieczne jest przeprowadzanie analizy dla każdego przedsiębiorstwa osobno.

Tabela 3

Przykładowe zjawiska makrootoczenia wpływające na funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych

Otoczenie polityczno-prawne	Otoczenie ekonomiczne
<ul style="list-style-type: none"> – ustawodawstwo, np. prawo podatkowe, handlowe, pracy, – przepisy dotyczące ochrony środowiska naturalnego i jakości produktów turystycznych, – relacje między rządem a organizacją (możliwość oddziaływania i kształtowania elementów strategii organizacji), – polityka gospodarcza państwa, – stabilność rządu i układu politycznego. 	<ul style="list-style-type: none"> – całkowite PKB i PKB na mieszkańca, – poziom i tempo inflacja, – wydatki konsumentów i dochody netto, – stopy procentowe, – kursy wymiany walut, – inwestycje rządowe, kapitał prywatny, inwestycje zagraniczne, – bezrobocie, – koszty energii, transportu, komunikacji, ceny paliw.
Otoczenie demograficzne	Otoczenie międzynarodowe
<ul style="list-style-type: none"> – liczba i struktura ludności, – wskaźnik urodzeń, – wzrost populacji i przemieszczanie się populacji, – koncentracja i urbanizacja populacji, – segmentacja gospodarstw domowych, – tendencje zmian w populacji. 	<ul style="list-style-type: none"> – globalizacja i internacjonalizacja gospodarki, – poziom cen i kosztów w świecie, – koszty pracy w różnych krajach, – kursy walut, – konflikty zbrojne, – działania międzynarodowe przedsiębiorstw.
Otoczenie socjokulturowe	Otoczenie technologiczne
<ul style="list-style-type: none"> – zmiany w wartościach i kulturze, – zmiany stylu życia, – nastawienie do pracy, sposobu spędzania czasu wolnego, ochrony zdrowia, edukacji, ochrony środowiska naturalnego, – potrzeby samorealizacji. 	<ul style="list-style-type: none"> – rządowa i unijna polityka inwestycyjna, – innowacje w dziedzinie techniki, technologii, biologii, komunikacji, informatyki, – rodzaje procesów takich, jak: komputeryzacja, automatyzacja procesów pracy, – rozwój infrastruktury, – dostęp do Internetu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Tyrańska, Walas-Trębacz, 2002, s. 31.

Otoczenie konkurencyjne jest dla przedsiębiorstwa łatwiejsze do zidentyfikowania i obserwacji. W skład otoczenia konkurencyjnego wchodzi podmioty gospodarcze, które mają z przedsiębiorstwem powiązania kooperacyjne lub konkurencyjne. Najważniejszymi składnikami otoczenia konkurencyjnego są dostawcy, nabywcy, istniejący i potencjalni konkurenci. Cechą otoczenia konkurencyjnego jest to, że między jego elementami a przedsiębiorstwem zachodzi sprzężenie zwrotne: podmioty otoczenia konkurencyjnego oddziałują na przedsiębiorstwo, ale też przedsiębiorstwo ma możliwość aktywnego reagowania na te bodźce. Wzajemne stosunki mają zatem charakter gry ekonomicznej, mogą być przez kierownictwo przedsiębiorstwa nie tylko badane i przewidywane, ale także kształtowane. Możliwość oddziaływania przedsiębiorstwa na otoczenie konkurencyjne zależy od jego pozycji konkurencyjnej, zawsze jednak jest bardzo ważnym elementem strategii przedsiębiorstwa.

Potencjał strategiczny stanowią odpowiednio dobrane zasoby i umiejętności oraz zdolności przedsiębiorstwa do ich efektywnego wykorzystania (Urbanowska-Sojkin, Banaszyk, Witczak, 2004, s. 149). Potencjał strategiczny przedsiębiorstwa jest to obszar analizy dotyczący badania sfery ekonomicznej, technologicznej, marketingowej, społecznej i kulturowej. Ta część analizy wymaga łączenia metod jakościowych i ilościowych, posługiwania się zarówno ankietą, jak i skomplikowanymi metodami analizy finansowej czy symulacją komputerową. Analiza potencjału firmy umożliwia określenie jej atutów i słabości. Potencjał strategiczny ułatwia osiągnięcie przewagi konkurencyjnej, szczególnie w sytuacji, kiedy zasoby przedsiębiorstwa są (Golnau (red.), 2008, s. 36, 53–54):

- cenne, jeżeli umożliwiają wykorzystanie szans oraz uporanie się z zagrożeniami, w taki sposób, który jest niemożliwy do osiągnięcia przez konkurentów;
- rzadkie, gdy nie każda organizacja może je zdobyć, np. dążąc do pozyskania wysoko wykwalifikowanych pracowników firma powinna starać się zatrudnić najzdolniejszych kandydatów poprzez stosowanie odpowiednich kryteriów selekcji kandydatów;
- bardzo trudne do imitacji – co oznacza, że konkurenci nie mogą ich skopiować i naśladować, przy czym występują trzy czynniki ograniczające możliwości imitacji zasobów danej organizacji przez konkurencję: wyjątkowe historyczne warunki rozwoju firmy, społeczna złożoność firmy i niejasność związków przyczynowo-skutkowych między sukcesem firmy i jego uwarunkowaniami;
- bardzo trudne do substytucji – sprowadza się do tego, że konkurenci nie mogą zastąpić określonych zasobów organizacji innymi zasobami, których wykorzystanie prowadzi do takich samych efektów, jak wykorzystanie zasobów pierwotnych;
- gwarantujące właścicielom organizacji wysoki zwrot zaangażowanego kapitału.

Realizacja analizy strategicznej przedsiębiorstwa następuje poprzez zastosowanie odpowiednich metod, a mianowicie:

- metod analizy makrootoczenia, takich jak: metody scenariuszowe, prognozy – ekstrapolacja trendu, metodę oceny eksperckiej – metodę delficką, analizę luki strategicznej;

- metod analizy otoczenia konkurencyjnego – sektora: analiza „pięciu sił” Portera, punktowa ocena atrakcyjności sektora, mapa grup strategicznych, krzywa doświadczeń, benchmarking, analiza segmentacji strategicznej;
- metod analizy potencjału strategicznego firmy: analiza zasobów, analiza kluczowych czynników sukcesu, model łańcucha wartości, cykl życia produktu, technologii oraz organizacji, metody portfelowe, bilans strategiczny;
- metod zintegrowanych analizy strategicznej, które w jednym procesie postępowania badawczego scalają wszystkie problemy i rozwiązują wszystkie zadania badawcze (Lisiński, 2004, s. 201). Metody te służą jednocześnie do badania makrootoczenia, otoczenia konkurencyjnego oraz potencjału strategicznego firmy. Do tych metod zaliczono: analizę SWOT, metodę ASTRA, analizę SPACE.

W przedsiębiorstwie można zastosować tylko niektóre z wymienionych powyżej metod, bądź wszystkie zgodnie z proponowaną procedurą, w zależności od czasu i nakładów, jakie można przeznaczyć na analizy strategiczne. Nadmienić należy, że analiza strategiczna firmy opiera się nie tylko na powyższych metodach, ale musi także korzystać z typowych podejść diagnostycznych, np.: metody oceny kondycji ekonomiczno-finansowej firmy, analizy rynku, analizy wartości wyrobów, metody zarządzania zasobami ludzkimi, metod heurystycznych, czy metod organizacji i zarządzania. Metody te wzajemnie się uzupełniają, tworząc bogaty zestaw narzędzi o wielorakim zastosowaniu (Stabryła, 2000, s. 163).

4. Prezentacja przebiegu realizacji wybranych metod analizy strategicznej przedsiębiorstwa turystycznego

4.1. Analiza łańcucha wartości

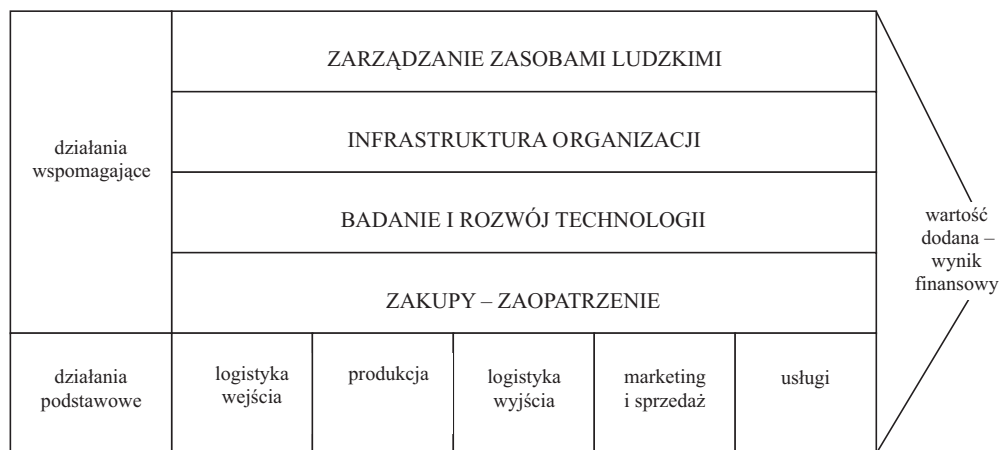
Przystępując do analizy łańcucha wartości należy podzielić działania przedsiębiorstwa na podstawowe i wspomagające. Rysunek 1 ukazuje graficzne ujęcie łańcucha wartości według M.E. Portera. Łańcuch ten może ulegać pewnym modyfikacjom w zależności od charakteru analizowanej organizacji. Modyfikacje te mogą polegać na zmianie aktywności podstawowych i/lub pomocniczych, bądź na ich uzupełnieniu o dodatkowe działalności.

Wyróżnia się dwie odmiany łańcucha wartości (Stabryła, 2000, s. 166):

- zewnętrzny – jest układem kooperacyjnym, wiążącym przedsiębiorstwo z dostawcami, dystrybutorami i nabywcami;
- wewnętrzny – obejmuje funkcje zarządzania oraz funkcje procesów podstawowych obsługowych, występujących w ramach organizacji firmy.

Głównymi zadaniami badawczymi, które wykonuje się w związku z zastosowaniem modelu łańcucha wartości są: analiza układu kooperacji i jego poszczególnych ogniw zewnętrznych, badanie funkcji przedsiębiorstw, zarówno w sferze

zarządu, jak i w sferze wykonawczej, analiza kosztów i strat, które powstają w różnych fazach procesu wytwórczego – ma to wskazać na ogniwa łańcucha wartości, które są odpowiedzialne za powstawanie strat, niską produktywność, czy nadmierne koszty, opracowanie środków zaradczych w formie działań korygujących, które są ujęte w strategii naprawczej (Stabryła, 2000, s. 168).



Rys. 1. Łańcuch wartości M.E. Portera

Źródło: opracowane na podstawie Berliński, Penc-Pietrzak, 2004, s. 239.

4.2. Zastosowanie analizy łańcucha wartości w biurze podróży

Większość procesów realizowanych w trakcie świadczenia usług przez biuro podróży ma ścisły związek z usługodawcą – klientem. Jakość i wartość procesów realizowanych w trakcie usługi turystycznej, z punktu widzenia klienta, jest rozpatrywana i oceniana przez pryzmat relacji interpersonalnych. Relacyjny charakter procesu tworzenia wartości w biurze podróży podzielić można na następujące fazy (rys. 2): przedsprzedażową, sprzedaż, świadczenia i konsumowania usługi, pospredażową (Dziadkowiec, Kafel, 2008, s. 270–274).

Faza przedsprzedażowa ma zasadnicze znaczenie dla przebiegu wszystkich pozostałych działań. Pierwszą funkcją jest rozpoznanie potrzeb klientów. Ze względu na brak możliwości magazynowania usług turystycznych oferta nie spełniająca oczekiwań nie będzie mogła być sprzedana i w ten sposób nie zostanie wytworzona żadna wartość dodana. Kolejną funkcją jest projektowanie usługi – pakietu turystycznego, co przebiega z uwzględnieniem zidentyfikowanych potrzeb klientów, zgodnie z założeniami strategii biura podróży oraz we współpracy z dostawcami pojedynczych usług.



Rys. 2. Łańcuch tworzenia wartości w biurze podróży

Źródło: Dziadkowiec, Kafel, 2008, s. 272.

Wartość tej funkcji, rozpatrywaną z punktu widzenia klienta wzmocniają podejmowane działania promocyjne, prezentujące korzyści wynikające z faktu skorzystania z danej usługi turystycznej. Wartość tej funkcji tworzy także właściwie przygotowany personel, nawiązujący pierwszy kontakt z klientami i w ten sposób decydujący o wyróżnieniu danego biura podróży na rynku.

Faza sprzedaży obejmuje działania związane z bezpośrednimi relacjami pracownika z klientem. Wysoka jakość obsługi zwiększa wartość tej fazy postrzeżoną przez klienta. Do podstawowych funkcji realizowanych w ramach tej fazy zalicza się pierwszy kontakt z klientem. Jakość dostarczanych klientowi informacji, sprawność organizacyjna oraz możliwość indywidualizacji oferty zgodnie z życzeniami klienta zwiększa korzyść klienta, wynikającą z faktu zakupu danego pakietu turystycznego, a w konsekwencji zwiększa wartość tej fazy. Ważną funkcją w tej fazie jest system rejestracji klientów i wszystkich zdarzeń, wynikających z ich kontaktów z biurem podróży. W przyszłości system taki umożliwi lepsze dopasowanie oferty do potrzeb klienta, a przede wszystkim ustalenie klientów generujących największe zyski.

W fazie świadczenia i konsumowania usługi turystycznej najważniejsze są funkcje związane z zarządzaniem jakością poszczególnych elementów pakietu turystycznego. Monitorowanie zachowań klientów w trakcie realizacji usługi oraz sprawna komunikacja umożliwiają szybką reakcję na wszelkie odchylenia. Jest to ważne z punktu widzenia cech usług – występuje jednocześnie tworzenia i konsumpcji, co uniemożliwia poprawę jakości w późniejszym terminie, a wartość w postaci zadowolenia klienta jest tracona bezpowrotnie. Dla usprawnienia realizacji wszystkich funkcji w ramach tej fazy, a zwłaszcza komunikacji z klientem, zaleca się wykorzystanie Internetu.

W fazie posprzedażowej działania związane są z załatwianiem reklamacji klientów, których można uniknąć prawidłowo realizując trzy wcześniejsze fazy. Funkcje tworzące wartość w tej fazie to przede wszystkim tworzenie, utrwalanie i rozwijanie relacji długoterminowych z klientami, dostawcami i dystrybutorami (agencjami biura podróży) poprzez akcje promocyjne, wspólne szkolenia, programy motywacyjne dla najlepszych współpracowników.

4.3. Analiza SPACE

Analiza SPACE (Strategic Position and Action Evaluation) – analiza pozycji strategicznej i ocena działalności firmy – to jedna z metod badania ogólnej zdolności rozwojowej firmy (Stabryła, 2000, s. 362–365). Ułatwia ona podejmowanie decyzji dotyczących dywersyfikacji działalności firmy i ocenę poszczególnych jej domen. Pozwala ona na włączenie wszystkich ważnych elementów analizy strategicznej do procesu planowania strategicznego.

W modelu za podstawowe kryteria wyboru przyjęto cztery wymiary. Dwa wymiary (kryteria) wskazują na wewnętrzne możliwości firmy: moc (siła) finansowa przedsiębiorstwa i przewaga konkurencyjna, a dwa następne dotyczą otoczenia firmy: siła branży (atrakcyjność) i stabilność otoczenia. Wymiary (kryteria) są agregatami opisywanymi przez różne czynniki składające się na ich ocenę.

Metoda ta może być wykorzystana tylko w odniesieniu do przedsiębiorstw działających w jednym sektorze, tzn. produkujących towary o podobnym asortymencie, dla podobnego kręgu odbiorców i działających na rynku o zbliżonym zasięgu. Dokładność wyników zależy od rzetelności zebranych informacji, przyjętych przez zespół kryteriów oceny, oraz doświadczenia osób należących do zespołu dokonującego analizy. W wyniku analizy otrzymuje się cztery wektory obrazujące: zdolność konkurencyjną, atrakcyjność przemysłu, poziom stabilności branży, siłę finansową przedsiębiorstwa.

4.4. Zastosowanie analizy SPACE w przedsiębiorstwie Orbis SA

Orbis SA wraz ze spółkami zależnymi Orbis Travel, Orbis Transport i Hekon-Hotele Ekonomiczne tworzy największą w Polsce oraz w Europie Środkowej grupę turystyczno-hotelową¹. Jest nowoczesną firmą oferującą usługi hotelarskie, turystyczne i transportowe. Obecnie Grupa Hotelowa Orbis jest największą siecią hoteli w Polsce i w Europie Środkowej, oferuje prawie 12 000 pokoi w 63 hotelach w Polsce i w 1 hotelu na Litwie, łącznie w 30 miastach. Daje to 42-procentowy udział w sieci hoteli 3-, 4- i 5-gwiazdkowych. Hotele Grupy działają pod markami Accor: Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis i Etap, a także pod marką Orbis Hotels i Holiday Inn. W hotelach Grupy zatrudnionych jest około 5000 osób. Hotele Grupy oferują usługi w standardach od 5 do 1 gwiazdki, najwięcej, 60% hoteli, to hotele trzygwiazdkowe. Według nowej strategii Grupy Hotelowej Orbis, w 2010 roku 55% hoteli Grupy będzie hotelami dwu- i jednogwiazdkowymi.

Na dzień 1.01.1999 r. na liście największych sieci hotelowych świata Spółka Orbis SA zajmowała 47 miejsce, zaś na rynku polskim była i jest zdecydowanie największą siecią hotelową. Większość hoteli należących do Spółki Orbis SA zlokalizowanych jest w głównych miastach Polski stanowiących centra biznesu (typu: Warszawa, Kraków, Poznań, Trójmiasto, Wrocław, Katowice, Szczecin) oraz w miastach atrakcyjnych pod względem turystycznym (Zakopane, Karpacz, Kołobrzeg, Sopot, Częstochowa, Poraj).

Orbis Travel stanowi wiodące biuro podróży w Polsce, oferuje pełen zakres usług turystycznych i podróżniczych dla klientów indywidualnych i firm. Każdego roku z oferty Orbis Travel korzysta ponad 1,2 mln osób i 2 tys. przedsiębiorstw. Sieć sprzedaży obejmuje 42 biura sprzedaży Spółki oraz 1600 biur agencyjnych.

¹ Dane zostały pozyskane ze strony internetowej przedsiębiorstwa Orbis SA (www.orbis.pl)

W roku 2007 na wycieczki zagraniczne za pośrednictwem Orbis Travel wyjechało 61 500 osób, zaś Polskę odwiedziło prawie 80 000 cudzoziemców.

Orbis Transport to największy polski międzynarodowy przewoźnik autokarowy, oferuje także wynajem samochodów w systemie Hertz Rent a Car oraz leasing samochodów Hertz Lease. Spółka pozostaje liderem na polskim rynku transportowym dzięki jakości świadczonych usług, dostępności oferty (bilety można kupować online) oraz dużej liczbie połączeń. W roku 2007 autokary Orbis Transport przewiozły ponad 240 000 pasażerów, pokonując łącznie ponad 33 miliony km.

W ramach struktury organizacyjnej Spółki działają również zagraniczne jednostki niehandlowe, w skład których wchodzi Ośrodki Informacyjne w Tel-Awivie i Wiedniu oraz Przedstawicielstwa Spółki w Brukseli, Paryżu i Rzymie. Ośrodki Informacyjne koncentrują się na realizacji polityki handlowej Spółki wypracowanej dla danego rynku, poprzez prowadzenie na rzecz jednostek Orbisu działalności akwizycyjnej, reklamowej i informacyjnej, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki przyjazdowej do Polski, zaś Przedstawicielstwa koncentrują się na prowadzeniu działalności promocyjnej usług hotelarsko-gastronomicznych hoteli Orbis SA i reprezentowaniu interesów Spółki.

Od roku 1997 Orbis jest notowany na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych, gdzie cieszy się zainteresowaniem i zaufaniem inwestorów indywidualnych oraz instytucjonalnych.

Efektom wdrażania zmian organizacyjnych oraz zastosowania nowoczesnych metod zarządzania jest systematyczna poprawa wyników finansowych Orbis SA. Spółka wypracowała w 2007 roku zysk netto 154 mln zł, co stanowi wzrost o 73,4%. Taki poziom zysku został osiągnięty przede wszystkim dzięki dynamicznemu rozwojowi Grupy Hotelowej Orbis.

W tym miejscu należy wspomnieć o dobrej sytuacji przedsiębiorstw działających na rynku turystycznym ze względu na (www.orbis.pl; Instytut Turystyki, 2008):

- wzrost liczby turystów zagranicznych w Polsce w 2006 roku o 3% do 15,7 mln,
- średnioroczny wzrost liczby turystów zagranicznych w Polsce w latach 2007–2010 o 4%,
- wzrost przeciętnych wydatków turystów na 1 dzień pobytu,
- wzrost o 21% liczby osób odprawianych w portach lotniczych w 2006 r.,
- ekspansję tanich linii lotniczych,
- trend wzrostowy frekwencji i średniej ceny w hotelach,
- wzrost zainteresowania segmentem hoteli ekonomicznych,
- prognozowany wzrost liczby podróży krajowych,
- dalsze korzyści z tytułu członkostwa Polski w UE,
- oczekiwane korzyści związane z projektem Euro 2012 (wzrost PKB oraz wartości inwestycji, poprawa infrastruktury w Polsce, dalszy wzrost ruchu turystycznego związanego z rozwojem infrastruktury).

Występowanie na rynku usług turystycznych wymienionych pozytywnych tendencji stymulujących rozwój przedsiębiorstw turystycznych, w tym Orbis SA może być osłabione poprzez takie zagrożenia, jak: wzrost konkurencji, rosnące ceny materiałów i usług budowlanych oraz działek budowlanych, a także znaczący niedobór firm budowlanych.

Podsumowując krótką prezentację działalności Spółki Orbis SA oraz cechy sektora usług turystycznych w Polsce można stwierdzić, że do najważniejszych atutów analizowanego przedsiębiorstwa należy (www.orbis.pl, grudzień 2008):

- największy w skali kraju potencjał hotelowy i związana z nim silna pozycja na wielu ważnych, pod względem turystyki i biznesu, rynkach lokalnych;
- posiadanie powszechnie znanego i uznanego, dobrze kojarzącego się znaku towarowego oraz nazwy handlowej łatwo identyfikowalnej w kraju i za granicą;
- wypracowanie silnej pozycji na rynku krajowym;
- utrzymanie stabilnej, korzystnej sytuacji finansowej Spółki, a co za tym idzie zachowanie wiarygodności wśród instytucji finansowych;
- posiadanie nieruchomości zlokalizowanych w bardzo atrakcyjnych punktach większości dużych miast Polski;
- dysponowanie doświadczoną i wykwalifikowaną kadram;
- posiadanie silnej, większościowej pozycji w „spółkach córkach”, które świadczą usługi o charakterze komplementarnym w stosunku do usług hotelarsko-gastronomicznych; powstaje dzięki temu możliwość ścisłej współpracy w trójce: hotele – touroperator – transport;
- wykorzystanie narzędzi i metod wspomagających zarządzanie, zgodnych z aktualnymi międzynarodowymi standardami;
- wypracowanie i stosowanie systemów standardów jakości i obsługi;
- elastyczna polityka cenowa stosowana w kontaktach z klientami.

Na podstawie powyższych informacji w tabl. 4 zostały zestawione oraz ocenione przykładowe zewnętrzne i wewnętrzne determinanty działalności przedsiębiorstwa Orbis SA.

Na podstawie danych zawartych w tablicy 4 obliczono wartości współrzędnych punktu P (wskazującego na miejsce Orbis SA w polach układu współrzędnych SPACE), jako przeciętną wartość (średnią) dla sumy punktów wymiarów wspólnych dla danej osi:

$$x = f(\text{IS}) - f(\text{CA}) \quad (1)$$

$$x = 4,6 + (-1,6) = 3,$$

$$y = f(\text{FS}) - f(\text{ES}) \quad (2)$$

$$y = 4,4 + (-2,8) = 1,6.$$

Następnie naniesiono na układ współrzędnych wartości wyznaczonych współrzędnych (rys. 3). Wyznaczony punkt P o współrzędnych (x, y) pokazuje pozycję strategiczną Orbis SA na rynku usług turystycznych, zgodnie z którą można wyznaczyć właściwą dla badanego przedsiębiorstwa strategię rozwojową.

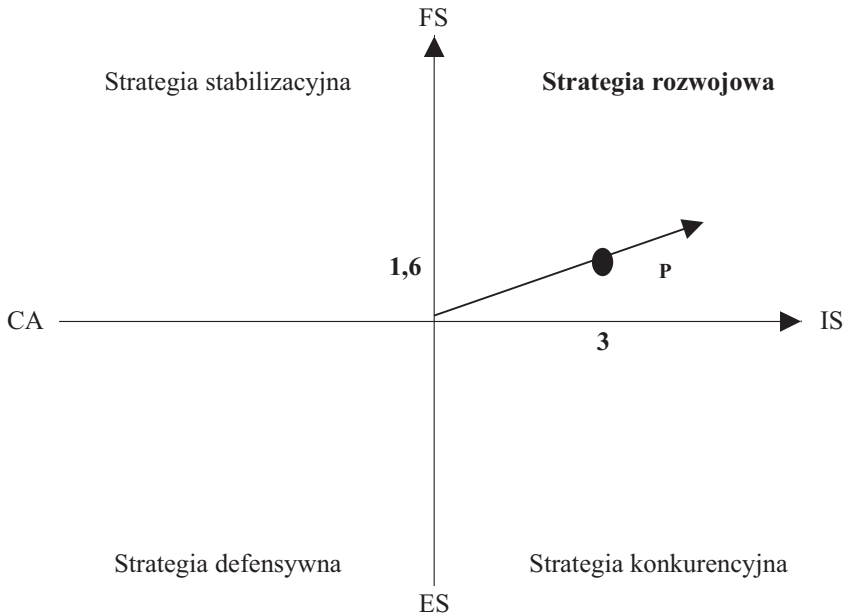
Tabela 4

Determinanty wymiarów zewnętrznych i wewnętrznych

Wymiary zewnętrzne		Wymiary wewnętrzne	
Siła sektora (IS – industry strength)	Ocena (+1 – +6)	Potencjał finansowy (FS – financial strength)	Ocena (+1 – +6)
– potencjał wzrostu, – stabilność finansowa, – technologiczne know-how, – wykorzystanie zasobów, – intensywność wzrostu kapitału.	+5 +4 +3 +6 +5	– zwrot z inwestycji, – płynność finansowa, – kapitał obrotowy, – rentowność sprzedaży, – ryzyko branżowe.	+5 +6 +4 +5 +2
	$f^-(IS) = 4,6$		$f^-(FS) = 4,4$
Stabilność otoczenia (ES – environmental stability)	Ocena (-1 – (-6))	Przewaga konkurencyjna (CA – competitive advantage)	Ocena (-1 – (-6))
– zmiany w technologii, – stopa inflacji, – poziom cen usług, – bariery wejścia na rynek, – intensywność działania konkurencji.	-2 -3 -3 -4 -2	– udział w rynku, – jakość wyrobów, – wykorzystanie potencjału wytwórczego, – technologiczne know-how, – nadzór nad dostawcami i systemem dystrybucji.	-2 -2 -1 -1 -2
	$f^-(ES) = -2,8$		$f^-(CA) = -1,6$

Źródło: opracowanie własne.

Podkreślić należy, że pozycję Orbis SA na rynku turystycznym wyznacza wieloletnia tradycja, renoma znaku towarowego oraz wiarygodność wypracowana przez lata obecności na rynku. Kierunki działań strategicznych dla tak wskazanej strategii Orbis SA zostały przedstawione w Zaktualizowanej Strategii Rozwoju i Modernizacji Grupy Hotelowej Orbis na latach 2007–2011 (www.orbis.pl, grudzień 2008).



Rys. 3. Układ współrzędnych SPACE dla przedsiębiorstwa Orbis SA

Źródło: opracowanie własne.

Strategia rozwoju Grupy Hotelowej Orbis w latach 2007–2011 jest kontynuacją zasadniczych kierunków przyjętych w latach poprzednich z położeniem większego nacisku na rozwój, który będzie dotyczył hoteli ekonomicznych. Na realizację strategii Grupy Hotelowej Orbis przeznaczone zostanie łącznie 1421 mln PLN. Nakłady na kompleksowe modernizacje wraz z nakładami odtworzeniowymi hoteli wyniosą 402 mln PLN. Na realizację programu budowy hoteli ekonomicznych pod marką Etap i Ibis poniesione zostaną nakłady w wysokości 794 mln PLN, a na rozwój innych marek – 225 mln PLN. 72% łącznych nakładów inwestycyjnych w latach 2007–2011 dotyczyć będzie projektów rozwojowych.

W strategii na lata 2007–2011 założono 5-letni budżet inwestycyjny o 558 mln PLN wyższy niż w strategii na lata 2006–2010. Głównymi czynnikami wzrostu są: zwiększenie liczby nowo budowanych hoteli (10 hoteli; 1,7 tys. pokoi) i zmiany koncepcji niektórych projektów rozwojowych, co łącznie kosztować będzie w rozpatrywanym okresie 395 mln PLN. Ponadto, wzrost cen w budownictwie spowodował przeszacowanie budżetów projektów uwzględnionych w strategii na lata 2006–2010 o 163 mln PLN, w tym na projekty modernizacyjne wraz z nakładami odtworzeniowymi – 75 mln PLN.

Rozwój sieci hoteli ekonomicznych dokonywany będzie w drodze budowy nowych obiektów (34). Konwersje hoteli będą kontynuowane, ale w mniejszym zakresie i dotyczyć będą marek Novotel i Mercure. W zaktualizowanym programie rozwoju lista projektów, w porównaniu do Strategii z maja 2006 r., została powięk-

szona o 10 nowych hoteli i 1,7 tys. nowych pokoi. Po zrealizowaniu zaktualizowanej Strategii Rozwoju i Modernizacji w Grupie Orbis będzie 39 nowych hoteli z ponad 4,8 tys. pokoi.

Orbis planuje również sprzedaż części aktywów (w tym nieruchomości hotelowych i niehotelowych), co pozwoli na uzyskanie dodatkowych środków na sfinansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych.

W wyniku szczegółowych analiz obecnej bazy hotelowej oraz sytuacji rynkowej, w powiązaniu z oceną perspektyw rozwoju rynków lokalnych z punktu widzenia nowych przedsięwzięć inwestycyjnych wskazano 9 hoteli, które zostaną zastąpione 13 nowymi obiektami, głównie z segmentu ekonomicznego. Jednocześnie 8 hoteli Grupy, nie spełniających określonych kryteriów, zostało wytypowanych jako potencjalne nieruchomości do sprzedaży.

Liczba potencjalnych obiektów przeznaczonych na sprzedaż oraz wytypowanych do wyburzenia, w celu częściowego zastąpienia przez nowe hotele i nowe projekty w nowych lokalizacjach, została powiększona, gdyż nowe obiekty będą lepiej spełniać oczekiwania rynku, zapewniając nową, lepszą jakość gościom hotelowym i pozwalając jednocześnie na osiągnięcie wyższych dochodów.

W wyniku realizacji strategii Grupa Orbis obejmować będzie 89 hoteli z 14,2 tys. pokoi, w tym 50 hoteli w segmencie ekonomicznym.

Program inwestycyjny w latach 2007–2011 będzie finansowany w 47% ze środków pieniężnych z działalności operacyjnej, w 24% – długiem, a pozostała część – środkami ze sprzedaży aktywów. W związku z powyższym przewiduje się, że Grupa Hotelowa Orbis będzie dysponowała na koniec 2011 r. gotówką netto w wysokości 104 mln zł.

Poza tym, w celu zapewnienia właściwego funkcjonowania Orbis SA i dalszego dynamicznego rozwoju tego przedsiębiorstwa zalecane są następujące kierunki działań strategicznych: zwiększenie aktywności działań marketingowych, stałe podnoszenie kwalifikacji zatrudnionych pracowników, wdrożenie nowych, bardziej skutecznych mechanizmów kontroli standardów obsługi gości, dalsze rozbudowanie narzędzi komputerowych, wspomagających zarządzanie spółkami Orbis SA (www.orbis.pl, grudzień 2008).

5. Zakończenie

Przedsiębiorstwo turystyczne dążąc do osiągnięcia i utrzymania trwałej przewagi konkurencyjnej na rynku powinno formułować strategię, czyli długookresowe cele, wskazujące priorytetowe kierunki działania oraz sposoby wykorzystania własnego potencjału strategicznego. Proces formułowania strategii poprzedzony powinien być analizą strategiczną. Analiza strategiczna umożliwia zdiagnozowanie zmian dokonujące się w otoczeniu oraz w posiadanych zasobach, pozwala także prognozować tendencje zmian różnych czynników determinujących działalność,

a następnie tworzyć założenia dotyczące kierunków dalszego rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego.

Procedura realizacji analizy strategicznej powinna przebiegać przy wykorzystaniu szeregu metod dostosowanych do specyfiki badanego obszaru: makrootoczenia – otoczenia dalszego, otoczenia konkurencyjnego oraz potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Dopiero wykorzystanie wielu różnorodnych metod pozwala na zebranie szeregu rzetelnych informacji. W dalszej kolejności informacje stanowią podstawę do zastosowania kompleksowych metod analizy strategicznej, np. analizy SPACE. Dopiero w wyniku realizacji tych metod następuje wyznaczenie skutecznej strategii dla badanego przedsiębiorstwa turystycznego.

Bibliografia

- Berliński L., Penc-Pietrzak I. 2004. *Inżynieria projektowania strategii przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin. ISBN 83-7251-455-0.
- Bieniok H. (red.). 1997. *Metody i techniki diagnozowania systemu zarządzania przedsiębiorstwem*. Katowice: Akademia Ekonomiczna. ISBN 83-87265-81-0.
- Dziadkowiec J., Kafel T. 2008. *Tworzenie wartości dodanej – na przykładzie biura podróży W: Koncepcje zarządzania jakością. Doświadczenia i perspektywy*. Pod red. T. Sikory. Kraków: Wydawnictwo Naukowe PTTŻ. ISBN 987-83-924646-6-2.
- Gierszewska G., Romanowska M. 2000. *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1255-0.
- Gieźgała J. 1977. *Turystyka w gospodarce narodowej*. Warszawa: PWE.
- Golnau W. (red.). 2008. *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Warszawa: CeDeWu. ISBN 978-83-7556-024-4.
- Kozioł L. (red.). 2008. *Rozwój potencjału pracy w przedsiębiorstwie turystycznym*. Kraków: Akademia Wychowania Fizycznego. ISBN 978-83-89121-09-7.
- Lisiński M. 2004. *Metody planowania strategicznego*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1525-8.
- Penc-Pietrzak I. 2003. *Analiza strategiczna w zarządzaniu firmą, koncepcja i zastosowanie*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck. ISBN 83-7387-078-4.
- Rapacz A. 1994. *Przedsiębiorstwo turystyczne – podstawy i zasady działania*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Rapacz A. (red.) 2007. *Przedsiębiorstwo turystyczne*. Warszawa: Difin. ISBN 978-83-7251-772-2.
- Sarnowski J., Kirejczyk E. 2007. *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym*. Warszawa: Almamery Wyższa Szkoła Ekonomiczna. ISBN 978-83-60197-52-3.
- Stabryła A. 2000. *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-13231-0.
- Tyrańska M., Walas-Trębacz J. 2002. *Formułowanie strategii produktu w firmie*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej. ISBN 83-7252-116-6.
- Urbanowska-Sojkin E., Banaszyk P., Witczak H. 2004. *Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1496-0.
- www.orbis.pl – dane za grudzień 2008.

The Role of the Strategic Analysis in the Assessment of a Tourist Enterprise's Operations

S u m m a r y: The article presents the role that the strategic analysis plays in the assessment of a tourist enterprise's operations. In order to achieve this objective the peculiarity of a tourist enterprise's operations is presented, including a description of its different types and a presentation of organisational, legal determinants of these enterprises' development, as well as the technical and material base which forms the basis for the operations being run. Further, the article covers the functions of the strategic analysis in a tourist enterprise. Selected methods of the strategic analysis are characterised by presenting their application in the assessment of different tourist enterprises' operations.

Key words: tourist enterprise, strategic analysis, value chain analysis, SPACE analysis

DANIEL PUCIATO, MARCIN ŻMIGRODZKI*

Zmiany w makrootoczeniu a funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich

Słowa kluczowe: otoczenie przedsiębiorstwa, turystyka, hotelarstwo

Streszczenie: Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie kierunków rozwoju współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich, będących następstwem zmian zachodzących w ich dalszym otoczeniu. Zmiany w otoczeniu międzynarodowym sprawiają, że w obrębie hotelarstwa zachodzą zjawiska koncentracji poziomej i pionowej. Otoczenie technologiczne wymusza stosowanie nowoczesnych urządzeń oraz systemów rezerwacyjnych. Zmiany społeczno-kulturowe powodują wzbogacenie produktów hotelarskich o usługi związane ze zdrowiem, a trendy demograficzne implikują powstawanie hoteli trzeciego wieku. Otoczenie przyrodnicze determinuje oszczędne zarządzanie zasobami oraz stawia w uprzywilejowanej sytuacji obiekty zlokalizowane na obszarach czystych. Demokratyzacja życia oraz znaczne ułatwienia w przekraczaniu granic są tymi czynnikami prawno-politycznymi, które powodują konieczność powstawania hoteli ekonomicznych. Zmiany zachodzące w obrębie otoczenia ekonomicznego sprawiają, że hotele stosują outsourcing, czy znormalizowane systemy zarządzania jakością. Biorąc pod uwagę powyższe uwarunkowania, zdolności antycypacji zmian w makrootoczeniu będą w przyszłości jednymi z kluczowych kompetencji menadżerów, od których zależeć będzie sukces biznesowy każdego przedsiębiorstwa hotelarskiego.

1. Wstęp

Rozwój turystyki, mającej coraz donioślejsze znaczenie dla wielu gospodarek narodowych, nie byłby możliwy bez stałego powiększania bazy hotelarskiej. Rosnącej liczbie obiektów noclegowych towarzyszą również zmiany o charakterze jakościowym, zachodzące w obrębie poszczególnych zakładów hotelarskich. Dzisiejsze hotele, starając się zaspokajać coraz to bardziej wyrafinowane potrzeby

Dr Daniel Puciato – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji, kontakt e-mail: d.puciato@po.opole.pl; mgr Marcin Żmigrodzki – asystent, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji.

swoich klientów, oferują im produkty złożone z usług daleko wykraczających poza te o charakterze podstawowym dla hotelarstwa. Wynika to z faktu, iż współczesne przedsiębiorstwa hotelarskie, podobnie jak każde inne podmioty gospodarcze, funkcjonują w pewnym określonym otoczeniu, które determinuje sposób ich działania. Wysoki stopień turbulencji tego otoczenia oraz daleko idące ograniczenia możliwości jego antycypacji sprawiają, że stałe dostosowywanie się do zmian jest jednym z warunków ich przetrwania oraz rozwoju. W celu osiągnięcia sukcesu na rynku niezbędne jest zatem dążenie do zgodności otoczenia, reakcji, kultury organizacyjnej oraz kompetencji ludzi.

Celem niniejszego artykułu jest próba przedstawienia kierunków rozwoju współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich, będących następstwem zmian zachodzących w ich makrootoczeniu. W pracy omówiono elementy otoczenia bliższego i dalszego przedsiębiorstw hotelarskich, scharakteryzowano krótko ich istotę oraz nakreślono tendencje rozwoju hotelarstwa w kontekście zmian w ich otoczeniu dalszym.

2. Istota przedsiębiorstw hotelarskich

Przedsiębiorstwo hotelarskie to system złożony z zasobów (ludzkich, materialnych, kapitałowych, informacyjnych) i procesów zachodzących w tych zasobach oraz między nimi, powołany do prowadzenia działalności gospodarczej, polegającej na świadczeniu usług hotelarskich. Działalność ta jest realizowana w sposób zorganizowany i ciągły, a jej głównym celem jest osiągnięcie korzyści ekonomicznych (Lichtarski, 2003, s. 59; Strużycki, 2004, s. 102).

Produkt hotelarski jest kombinacją wszystkich korzyści, jakie zakłady hotelarskie oferują swoim nabywcom i składa się zarówno z komponentów materialnych, jak i niematerialnych (Jaremen, Panasiuk, 2008, s. 73). Do elementów materialnych zaliczyć można m.in.: dobra nabywane przez gości hotelowych (np. posiłek w hotelowej restauracji, środki czystości w łazience, notesy, długopisy czy foldery reklamowe, znajdujące się w pokoju), dobra bez których usługa nie mogłaby być świadczona (obiekt hotelarski, elementy wyposażenia czy wystroju wnętrza hotelowego) oraz dobra będące materialną podstawą świadczonych usług (urządzenia gastronomiczne, sprzęt komputerowy). Wśród elementów niematerialnych produktu hotelarskiego wyróżnić można przykładowo: bezpieczeństwo gości oraz wniesionych przez nich do obiektu rzeczy, gościnność, właściwą atmosferę, udzielanie informacji czy dokonywanie rezerwacji.

Złożoność produktów hotelarskich sprawia, że przedsiębiorstwa, które je świadczą charakteryzują się dużym zróżnicowaniem wewnętrznym. Można je zatem klasyfikować w oparciu o różnorodne kryteria, z których najczęściej wymieniane są:

- a) Forma organizacyjno-prawna:
 - osoby fizyczne prowadzące działalność hotelarską,

- spółki cywilne,
- spółki handlowe,
- spółdzielnie,
- przedsiębiorstwa państwowe;

b) Wielkość obiektu, mierzona liczbą jednostek mieszkalnych (Błądek, 2001, s. 95):

- hotele małe (do 100 pokoi),
- hotele średnie (101–350 pokoi),
- hotele duże (powyżej 350 pokoi);

c) Rodzaj działalności hotelarskiej:

- hotele,
- motele,
- pensjonaty,
- schroniska,
- schroniska młodzieżowe,
- kempingi,
- pola biwakowe,
- inne obiekty świadczące usługi hotelarskie.

3. Elementy otoczenia przedsiębiorstwa hotelarskiego

Otoczenie to wszystkie obiekty, procesy i zjawiska, które znajdują się poza formalnymi granicami każdej organizacji, w tym również przedsiębiorstwa hotelarskiego (Płoszajski, 2008, s. 53). Nie jest to jednak obszar jednorodny i w jego obrębie najczęściej wyróżnia się otoczenie dalsze, zwane również makrootoczeniem lub otoczeniem ogólnym oraz otoczenie bliższe, zwane też otoczeniem konkurencyjnym lub zadaniowym.

Otoczenie dalsze przedsiębiorstwa hotelarskiego to zespół warunków jego funkcjonowania, które wynikają z tego, że działa ono na określonym terytorium geograficznym (kraj, region), w danej strefie klimatycznej, czy w danym układzie politycznym, prawnym, systemowym czy społecznym. Cechą charakterystyczną makrootoczenia jest to, że oddziałuje ono bardzo mocno na każde przedsiębiorstwo, jednak samo przedsiębiorstwo, z wyjątkiem wielkich światowych korporacji, nie jest w stanie zmienić warunków makrootoczenia. Otoczenie ogólne generuje określone zjawiska, tendencje, czy siły, które przedsiębiorstwo musi znać oraz trafnie przewidywać po to, aby we właściwym czasie odczytać z nich szanse oraz zagrożenia, do których musi się dostosować (Gierszewska, Romanowska, 2002, s. 34–35). W strukturze makrootoczenia wyróżnić możemy kilka sfer (Gołębski, 2007, s. 66–83; Gołębiowski, 2001, s. 110–116):

a) Otoczenie przyrodnicze, które opisywać można za pomocą takich czynników, jak: stan oraz dostępność zasobów naturalnych wykorzystywanych przez daną or-

ganizację, czynniki naturalne (klimat, ukształtowanie terenu) oraz zmiany środowiska naturalnego wywołane przez działalność ludzką, mające wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. W odniesieniu do przedsiębiorstwa hotelarskiego, dla którego walory naturalne będą niezwykle istotną determinantą powodzenia biznesowego, ważne będą także instrumenty zarządzania środowiskiem. Powszechnie wykorzystywane w turystyce są wskaźniki chłonności czy pojemności ekologicznej, które określają dopuszczalne granice korzystania ze środowiska przyrodniczego;

b) Otoczenie demograficzne, które może być opisywane za pomocą czynników dotyczących: liczby ludności w danym kraju lub regionie, jej przestrzennego rozmieszczenia oraz gęstości zaludnienia, przyrostu naturalnego, struktury wiekowej i narodowościowej społeczeństwa, długości życia, intensywności i kierunków migracji, poziomu i struktury aktywności zawodowej ludności, wielkości i struktury gospodarstw domowych czy rozkładu dochodów w przekroju regionalnym czy zawodowym;

c) Otoczenie społeczno-kulturowe, w obrębie którego niezwykle istotne dla funkcjonowania przedsiębiorstwa hotelarskiego będą: poziom cywilizacyjny kraju i jego zmiany (poziom wykształcenia, stan zdrowia i bezpieczeństwa obywateli, zakres i poziom usług komunalnych, programy opieki społecznej) oraz postawy i wzorce społeczne, styl życia, specyficzne wzorce i modele konsumpcji, systemy aksjologiczne czy moda;

d) Otoczenie ekonomiczne, które może być rozpatrywane w oparciu o najważniejsze wskaźniki opisujące stan gospodarki (wielkość i tempo zmian PKB, poziom bezrobocia i inflacji, poziom i zmiany stopy procentowej oraz kursów walutowych, skłonność do konsumpcji czy oszczędzania, poziom wydajności pracy i produktywności innych zasobów, stopień zużycia majątku, rodzaj prowadzonej polityki monetarnej i fiskalnej oraz zasady polityki regionalnej, czy lokalnej realizowanej w pobliżu miejsca funkcjonowania przedsiębiorstwa). Ważne będą także sposoby zorganizowania oraz sprawność instytucji tworzących infrastrukturę gospodarczą (rynek finansowy, energetyka, transport, telekomunikacja), czy zmiany strukturalne zachodzące w danej gospodarce, wpływające na funkcjonowanie całej branży turystycznej, czy konkretnego przedsiębiorstwa hotelarskiego;

e) Otoczenie prawne i polityczne, które obejmuje regulacje prawne i administracyjne, dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej (normy prawa pracy, prawo turystyczne, regulacje celne, dewizowe, paszportowe, wizowe, ochrona własności intelektualnej), specyficzne regulacje administracyjne, dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstw, funkcje państwa, zakres jego ingerencji w życie gospodarcze, rolę organizacji społecznych i branżowych (związki zawodowe, Polska Organizacja Turystyczna, Polskie Zrzeszenie Hoteli), prowadzoną politykę turystyczną, naukową, itp.;

f) Otoczenie technologiczne, które oddziałuje na hotelarstwo poprzez następujące czynniki: postęp technologiczny, dostępność do nowoczesnych technologii,

cykle życia produktów, technologii i przedsiębiorstw, wpływ technologii na rozwój branży turystycznej i innych branż, skala i zakres działania instytucji badawczych oraz formy i wielkość ich finansowania;

g) Otoczenie międzynarodowe – jest ono bardzo istotne w odniesieniu do tych przedsiębiorstw turystycznych, które ze względu na swoją specyfikę bardzo często powiązane są z rynkami międzynarodowymi. Na otoczenie to składają się czynniki makrootoczenia kraju, w którym przedsiębiorstwo prowadzi działalność gospodarczą lub z którego pochodzą nabywcy jego produktów. W ramach otoczenia zagranicznego wyróżnia się również czynniki: przyrodnicze, demograficzne, społeczno-kulturowe, ekonomiczne i prawno-polityczne. Znaczenie otoczenia międzynarodowego rośnie wraz z otwieraniem się gospodarki oraz internacjonalizacji działań danego przedsiębiorstwa.

Otoczenie bliższe dotyczy wszystkich podmiotów gospodarczych, z którymi przedsiębiorstwo hotelarskie ma powiązania kooperacyjne lub konkurencyjne. Między elementami tego otoczenia a przedsiębiorstwem zachodzi swoiste sprzężenie zwrotne. Podmioty otoczenia konkurencyjnego wpływają wprawdzie na przedsiębiorstwo, ale i ono ma możliwość aktywnego reagowania na bodźce z zewnątrz (Gierszewska, Romanowska, 2002, s. 34–35). Zgodnie z koncepcją „pięciu sił” Portera, najważniejszymi elementami otoczenia konkurencyjnego będą (Piasta, 2007, s. 22–40):

a) Nowo wchodzący na rynek, czyli te podmioty gospodarcze, które zamierzają świadczyć usługi hotelarskie na danym terytorium. Przygotowując się do rozpoczęcia działalności należy jednak wziąć pod uwagę dwa rodzaje ograniczeń. Bariery wejścia na rynek będą w przypadku przedsiębiorstw hotelarskich następujące: duże potrzeby kapitałowe, związane z uruchomieniem obiektu hotelarskiego, efekty skali przejawiające się w tym, że im mniejszy będzie obiekt tym wyższe koszty funkcjonowania przypadające na jednostkę mieszkalną, ograniczony dostęp do kanałów dystrybucji czy najlepszych lokalizacji, które są już na danym terenie zajęte. Drugą grupą ograniczeń będą bariery wyjścia z sektora, które przejawiać się mogą w wysokich kosztach likwidacji działalności, ograniczonej możliwości sprzedaży lub innego wykorzystania posiadanych zasobów, czy presji władz i lokalnych społeczności, by kontynuować działalność;

b) Dostawcy, czyli podmioty gospodarcze dostarczające przedsiębiorstwu różnego rodzaju produkty, które w przypadku hotelarstwa przyjmują bardzo szeroki zakres. Będą to zarówno elementy materialne, np. artykuły spożywcze, maszyny i urządzenia, programy komputerowe, środki czystości, tekstylia, jak i cały zakres usług, związanych z konserwacją obiektu i urządzeń, utrzymaniem czystości, transportem, czy ochroną mienia. Specyficznym rodzajem dostawcy będzie również personel, który dostarcza hotelowi zasoby pracy. Znaczenie dostawców dla prawidłowego funkcjonowania hotelu jest bardzo duże. Współpraca z nimi jest bowiem bardzo istotnym kosztem działalności przedsiębiorstwa hotelarskiego, a ja-

kość produktu końcowego hotelu będzie mocno zdeterminowana jakością świadczonych przez dostawców usług, czy dostarczanych dóbr;

c) Klienci, będą kolejną liczącą się siłą w sektorze hotelarskim. Są oni tym elementem otoczenia bliższego hotelu, dla którego podejmuje się wszelkie działania rynkowe, a bez nich niemożliwe jest jego funkcjonowanie. Na siłę nabywców, podobnie jak w przypadku innych podmiotów w sektorze, można jednak wpływać na wybór grupy docelowej, do której hotel adresuje swoją ofertę jest jedną z najważniejszych decyzji strategicznych, podejmowanych przez najwyższe kierownictwo;

d) Substytuty, które mogą znacznie zmniejszyć rentowność sektora, gdyż ograniczają poziom cen, jakie mogłyby stosować hotele oraz zwiększają podaż miejsc noclegowych. Im szersza jest oferta usług substytucyjnych (usług świadczonych przez pensjonaty, kwatery prywatne, „apartamentowce” itp.) oraz im atrakcyjniejsze są ich ceny, tym gorzej dla obiektów hotelarskich oraz ich zysków;

e) Konkurenci wewnątrz sektora, to nie tylko obiekty podobnej kategorii i wielkości, które znajdują się w pobliżu hotelu. Będą nimi również wszystkie inne obiekty zaspokajające takie same potrzeby klientów, znajdujące się wewnątrz danego sektora. Układ sił wewnątrz sektora ulega ciągłym zmianom, gdyż wszystkie obiekty poddają się tym samym trendom czy modom. Rywalizacja wewnątrz sektora może być prowadzona za pomocą różnych środków, np. konkurencji cenowej, intensywnych działań reklamowych, wprowadzenia nowych usług czy zwiększenia zakresu obsługi klientów.

4. Wpływ makrootoczenia na współczesne przedsiębiorstwa hotelarskie

Dynamiczne zmiany, jakie zachodzą w otoczeniu dalszym współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich, przekładają się na sposób ich funkcjonowania oraz na trendy i kierunki rozwoju całego hotelarstwa. Ogromna ilość czynników pochodzących z zewnątrz sprawia, że nie sposób jest je wszystkie wyodrębnić oraz wskazać ich skutki dla branży hotelarskiej. Wyodrębnione elementy otoczenia są kwestią umowną, gdyż w praktyce na poszczególne organizacje oddziałuje równocześnie wiele czynników pochodzących z różnych sfer. Obecnie najważniejsze zmiany w hotelarstwie dokonują się na skutek przemian, zachodzących w otoczeniu międzynarodowym. Bardzo widocznym kierunkiem tych zmian jest postępujący proces koncentracji działalności gospodarczej. Rynek hotelarski staje się powoli rynkiem globalnym, na którym coraz większe znaczenie mają wielkie ponadnarodowe korporacje. Koncentracja w hotelarstwie może przybierać dwojaki charakter. W przypadku, gdy przedsiębiorstwa hotelarskie łączą się po to, aby zrealizować jakieś wspólne przedsięwzięcia, np. marketingowe, ma ona charakter poziomy. Przykładem tego rodzaju koncentracji jest funkcjonowanie różnych sieci

hotelowych, które za pomocą różnych narzędzi i działań wchodzą na nowe rynki. Koncentracja pionowa natomiast występuje wówczas, gdy dane przedsiębiorstwo turystyczne nie koncentruje się wyłącznie na działalności hotelarskiej, ale na wielu różnych rodzajach działalności. Właściciele takich firm nie posiadają tylko obiektów hotelarskich, ale ich własnością są także biura podróży, czy przedsiębiorstwa transportu turystycznego. Koncentracja w hotelarstwie może odbywać się poprzez przejęcia, fuzje oraz tworzenie dobrowolnych konsorcjów czy platform współpracy, a jej najważniejszym przejawem jest funkcjonowanie międzynarodowych systemów hotelarskich (Szostak, 2008, s. 119).

Ogromny postęp techniczny, z jakim mamy obecnie do czynienia, sprawił, że bardzo istotny wpływ na działalność branży hotelarskiej mają czynniki pochodzące z otoczenia technologicznego. Przejawia się to w unowocześnieniu wielu urządzeń, znajdujących się w hotelach oraz w coraz większej automatyzacji świadczonych w hotelu usług. Przykładem takich nowatorskich rozwiązań mogą być wielofunkcyjne klucze, sprzężone z systemem komputerowym, znacznie ułatwiające poruszanie się gościa po hotelu. Oprócz tradycyjnego zastosowania mogą one jeszcze zostać wykorzystywane do uruchomienia windy czy licznych instalacji, włączenia światła oraz ułatwienia wymeldowania się. Są bardzo często również atrakcyjną pamiątką z pobytu w hotelu (Milewska, Włodarczyk, 2009, s. 339–340).

Nowoczesne technologie przyczyniają się także do zmian w obrębie dystrybucji usług hotelarskich. Coraz powszechniej stosowane są centralne systemy rezerwacji, np. Central System Reservations (CRS). Wiele systemów, czy łańcuchów hotelowych wdrożyło też własne wewnętrzne systemy rezerwacyjne. Przykładem może być „Accor”, który posiada system o nazwie TARS. Spora część hoteli do sprzedaży swoich usług wykorzystuje także już istniejące internetowe systemy rezerwacyjne. W Polsce bardzo popularny jest np. Ogólnopolski System Rezerwacji Hoteli EHOTEL (Januszewska, Przeorek-Smyka, 2006, s. 83). W hotelarstwie coraz częściej stosowane są innowacyjne technologie, dzięki którym ułatwiony jest dostęp do informacji oraz jej wymiana i równoległe przetwarzanie. Powszechnie wykorzystywane są również hurtownie danych czy multimedia (Nawrocka, Oparka, 2007, s. 207).

W obrębie otoczenia społeczno-kulturowego najważniejsze dla hotelarstwa są zmiany zachodzące w obrębie stylu życia. Związane są one głównie z coraz większą świadomością zdrowotną ludzi, którzy odwiedzając obiekt hotelowy oczekują szerokiej oferty usług związanych z aktywnym wypoczynkiem, poprawą stanu zdrowia czy urody. Coraz popularniejsze zatem są hotele typu SPA, oferujące nie tylko zabiegi rehabilitacyjne czy lecznicze, ale również bogaty program relaksacyjny i rozrywkowy, odnowę biologiczną oraz możliwość uprawiania turystyki aktywnej i specjalistycznej (Milewska, Włodarczyk, 2009, s. 333). Tego rodzaju obiekty powstają także w naszym kraju, czego przykładem może być „Hotel SPA Irena Eris” w Krynicy.

Odpowiedzią na zmiany stylu życia i związane z nimi coraz większe wymagania gości hotelowych jest również tailoring oraz timesharing. Pierwszy z powyższych trendów polega na niemal całkowitym dostosowaniu oferty hotelowej do potrzeb gościa. Klient wybiera nie tylko piętro, na którym chciałby zamieszkać, ale nawet twardość materaca, na którym chciałby spać. Timesharing natomiast to prawo do korzystania z danego obiektu hotelowego w określonym terminie każdego roku. Zaletą takiego rozwiązania jest brak konieczności dokonywania rezerwacji i możliwość swobodnego korzystania z wybranego obiektu w ulubionym miejscu.

Istotne dla hotelarstwa tendencje, zachodzące w otoczeniu demograficznym, dotyczą głównie zmian w strukturze wieku ludności. Ich głównym przejawem jest coraz wyższy odsetek ludzi starszych w wielu krajach, głównie wysoko rozwiniętych. Odpowiedzią branży hotelarskiej na te zmiany w otoczeniu jest powstawanie hoteli trzeciego wieku. Przyjmują one różne formy, od klasycznych kompleksów hotelowych do pojedynczych domków przeznaczonych dla całych rodzin lub osób samotnych. Obiekty te oferują swoim gościom ulubione rozrywki, angażując ich w działalność towarzyską i społeczną (Milewska, Włodarczyk, 2009, s. 332).

Otoczenie przyrodnicze oddziałuje na hotelarstwo w dwojaki sposób. Z jednej strony nakłada ono na branżę hotelarską ograniczenia, z drugiej zaś kreuje nowe możliwości jej rozwoju. Zły stan komponentów środowiska w wielu częściach świata, wyczerpywanie się zasobów naturalnych oraz ograniczone możliwości lokalizacyjne nowych obiektów, wymuszają odpowiednie działania przedsiębiorstw zarówno na etapie wyboru lokalizacji, projektowania i budowy, jak i podczas eksploatacji obiektów hotelarskich. Odpowiedzią branży hotelarskiej na bariery środowiskowe jest jej funkcjonowanie oparte na racjonalnym gospodarowaniu zasobami przyrody oraz ochronie środowiska. W niektórych hotelach znajdują się ulotki informacyjne skierowane do gości hotelowych, zachęcające do oszczędnego korzystania z wody, czy energii elektrycznej oraz specjalne urządzenia uruchamiające instalacje tylko wtedy, gdy gość znajduje się w jednostce mieszkalnej (Milewska, Włodarczyk, 2009, s. 351). Działania takie mają również głębokie uzasadnienie ekonomiczne, gdyż od racjonalnego gospodarowania zasobami zależą koszty hotelu, przekładające się na ceny świadczonych usług, które wprost warunkują rynkową konkurencyjność danego obiektu. Zmiany w otoczeniu przyrodniczym mogą być również ogromną szansą, szczególnie dla tych zakładów hotelarskich, które są zlokalizowane w miejscach recepcyjnych o dużej atrakcyjności ekologicznej i niskim stopniu degradacji środowiska naturalnego.

Otoczenie prawne i polityczne, za sprawą demokratyzacji życia oraz znacznych ułatwień w przekraczaniu granic wielu krajów, przyczynia się do coraz większej masowości światowego ruchu turystycznego. Następstwem tego trendu jest intensywny rozwój hoteli klasy ekonomicznej, szczególnie w krajach dużych (Niemcy, Hiszpania) oraz w tych, w których turystyka rozwija się bardzo dynamicznie, a rynek nie jest jeszcze nasycony (Polska, Czechy, Rosja). Sygnały płynące z otoczenia ekonomicznego wymuszają na współczesnych hotelach ograniczenia kosztów oraz

koncentrację działań na podstawowych obszarach ich funkcjonowania. W związku z tym w wielu przedsiębiorstwach hotelarskich coraz częściej wykorzystywany jest outsourcing, polegający na przeniesieniu części zadań wykonywanych przez własnych pracowników na podmioty zewnętrzne. Dotyczy to najczęściej usług, niebędących główną domeną działalności hotelu, np. ochroniarskich, finansowych, prawnych, informatycznych czy porządkowych.

Oprócz przywództwa kosztowego, jako strategii konkurowania na rynku, współczesne hotele stosują również działania zmierzające do objęcia przywództwa jakościowego. Rywalizują zatem między sobą starając się świadczyć swoje usługi na jak najwyższym poziomie. Oprócz kategoryzacji i rekomendacji, przedsiębiorstwa hotelarskie coraz częściej wdrażają u siebie znormalizowane systemy zarządzania jakością według ISO 9001:2000, czy inne wewnętrzne systemy kształtowania jakości. Może to przyczynić się do poprawy zarządzania oraz obiegu informacji, a także do obniżenia kosztów funkcjonowania hotelu oraz wzrostu jego wiarygodności (Goranczewski, 2007, s. 62). Obecnie większość dużych obiektów zobligowana jest do implementacji systemów związanych z zarządzaniem bezpieczeństwem żywności – HACCP. Wdrożenie tego systemu powoduje, iż poprawia się jakość świadczonych w hotelu usług gastronomicznych, unowocześniony zostaje proces produkcyjny, zwiększa się odpowiedzialność pracowników za świadczone usługi oraz poprawia konkurencyjność oferowanych usług żywnościowych.

5. Zakończenie

Czynniki pochodzące z otoczenia w coraz większym stopniu decydują o sposobie funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw hotelarskich. Dlatego ważną częścią ich działań jest umiejętność zdobywania, przetwarzania oraz odpowiedniego wykorzystywania informacji, której znacząca część znajduje się na zewnątrz każdej organizacji. Niezwykle istotna jest zatem umiejętność jej odkrywania oraz zdolność przewidywania przyszłych zjawisk zachodzących w otoczeniu. Pozwala to na przygotowanie się w odpowiednim czasie do zmian, wykreowanie odrębnej tożsamości przedsiębiorstwa, a także do stworzenia unikatowej oferty dla swoich klientów. Zdolności antycypacji, szczególnie w odniesieniu do makrootoczenia, będą prawdopodobnie w przyszłości jednymi z tych kluczowych kompetencji menadżerów, od których zależeć będzie sukces biznesowy każdego przedsiębiorstwa hotelarskiego.

Bibliografia

- Błądek Z. 2001. *Hotele. Programowanie, projektowanie, wyposażenie*. Poznań: Wydawnictwo Palladium. ISBN 83-916093-0-8.
- Gierszewska G., Romanowska M. 2003. *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1389-1.

- Gołembski G. 2007. *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*. Warszawa: PWE. ISBN 978-83-925823-0-4.
- Gołębiowski T. 2001. *Zarządzanie strategiczne*. Warszawa: Difin. ISBN 83 7251-151-9.
- Goranczewski B. 2007. *Modelowanie procesów w organizacjach branży turystycznej*. „Śląsk Opolski”, nr 1–2, s. 62–63.
- Jaremen D., Panasiuk A. 2008. *Usługi hotelarskie jako produkt*. W: A. Panasiuk, D. Szostak (red.) *Hotelarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 978-83-01-15367-0.
- Januszczyńska M., Przeorek-Smyka R. 2006. *Ocena hoteli w Karpaczu na tle zmian zachodzących na rynku usług hotelarskich w Polsce*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 439, s. 75–85.
- Lichtarski J. 2003. *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu. ISBN 83-7011-645-0.
- Milewska M., Włodarczyk B. 2009. *Hotelarstwo*. Warszawa: PWE. ISBN 978-83-208-1789-8.
- Nawrocka E., Oparka S. 2007. *Hotel w XXI wieku. Zarządzanie w warunkach globalizacji*. Wrocław: Wydawnictwo Edukacja. ISBN 978-83-87708-49-8
- Piasta J. 2007. *Marketing w hotelarstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Jacek Piasta. ISBN 978-83-925823-0-4.
- Płoszajski P. 2008. *Współczesne otoczenie organizacji*. W: M. Strużycki (red.) *Podstawy zarządzania*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa. ISBN 978-83-7378-342-3.
- Strużycki M. 2004. *Zarządzanie przedsiębiorstwem*. Warszawa: Difin. ISBN 83-7251-475-5.
- Szostak D. 2008. *Kierunki rozwoju współczesnego hotelarstwa*. W: A. Panasiuk, D. Szostak (red.) *Hotelarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 978-83-01-15367-0.

Changes in Macro-Environment Versus Operation of Contemporary Hotel Companies

Summary: This article sets out to present the directions of development of contemporary hotel companies resulting from changes in their macro-environment. Changes in the international environment case horizontal and vertical concentration within the hotel industry. The technological environment forces application of modern equipment and booking systems. Social and cultural changes result in enrichment of hotel products by health-related services whereas demographic trends imply establishment of the third-age hotels. The natural environment determines the economical management of resources and favours facilities located in clean areas. Democratization of life and easier border crossing are the legal and political factors that result in the necessity of establishing low-budget hotels. The economic environment makes hotels use outsourcing or normalised quality management systems. Taking into account the aforementioned conditions, the ability to anticipate changes in the macro-environment will be, in the future, one of the key competences of managers on whom development of every hotel company will depend.

Key words: company environment, tourism, hotel industry

KAZIMIERZ MROZOWICZ, KLAUDIA CICHY*

Zarządzanie gospodarką turystyczną w świetle badań sektora hotelarskiego – wybrane problemy

Słowa kluczowe: gospodarka hotelarska, zarządzanie w turystyce

Streszczenie: Każda z działających na rynku firm hotelarskich może się bronić przed niekorzystnym wpływem zagrożeń, poprzez wykorzystanie swoich mocnych stron, w postaci wewnętrznych i niepowtarzalnych atutów, np. rozwiązań ekonomicznych, jakości zasobów ludzkich, marki i wizerunku innowatora, czy też efektywnego systemu przepływu informacji. Owe rozwiązania pozwalają uzyskać przewagę konkurencyjną, niwelując tym samym zagrożenia. Niestety, obok atutów występują „chore” miejsca, tj. istniejące w przedsiębiorstwie konflikty wewnętrzne pomiędzy działami, nieodpowiednio przeszkolona kadra kierownicza, uniemożliwiająca adaptację zaistniałych szans i potęgująca ujemny wpływ konkurencji rynkowej.

1. Wstęp

Funkcjonujące w gospodarce rynkowej przedsiębiorstwa hotelarskie nieustannie narażone są na działanie mniej lub bardziej nieprzewidywalnych czynników wewnętrznych. Z jednej strony mogą one pomóc firmie w osiągnięciu korzystnej pozycji rynkowej, z drugiej zaś doprowadzić do osłabienia, pogorszenia, a w najgorszym wypadku do jej zamknięcia. Każda z działających na rynku firm hotelarskich może się bronić przed niekorzystnym wpływem zagrożeń, poprzez wykorzystanie swoich mocnych stron, w postaci wewnętrznych i niepowtarzalnych atutów, np. rozwiązań ekonomicznych, jakości zasobów ludzkich, marki i wizerunku innowatora, czy też

* Dr Kazimierz Mrozowicz – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Katedra Zarządzania; wykładowca, PWSZ w Jarosławiu, Instytut Turystyki, konsultant ds. zarządzania zasobami ludzkimi GOPR; Klaudia Cichy – studentka zarządzania, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Koło Naukowe Zarządzania „Behemot”.

efektywnego systemu przepływu informacji. Owe rozwiązania pozwalają uzyskać przewagę konkurencyjną, niwelując tym samym zagrożenia. Niestety, obok atutów występują tzw. „chore” miejsca w organizacji, przykładowo istniejące w przedsiębiorstwie konflikty wewnętrzne pomiędzy działami, nieodpowiednio przeszkolona kadra kierownicza, uniemożliwiająca adaptację zaistniałych szans i potęgująca ujemny wpływ konkurencji rynkowej. Sposób, w jaki dane przedsiębiorstwo wykorzysta swoje silne oraz słabe strony w głównej mierze zależy od poziomu efektywności zarządzania, a ściślej mówiąc od charakterystyki funkcji planowania, organizowania, motywowania oraz kontrolowania. Nie podlega najmniejszej dyskusji, iż każda z powyżej wymienionych funkcji ma ważny wpływ na powodzenie firmy.

Pierwszorzędnym celem niniejszego opracowania stało się przedstawienie organizacyjnych i kierowniczych problemów zarządzania, jakie stoją przed organizacjami hotelarskimi w województwie sandomierskim. Dla trafnej weryfikacji wspomnianych problemów badawczych i obiektywizacji wniosków, przyjęto empiryczną strategię badań. W zakresie konwencji metodologicznej zastosowano analizę treści (analizę materiałów źródłowych, literatury, kwerendę dokumentów) oraz wywiad pogłębiony, obserwację zewnętrzną, uczestniczącą i oryginalne narzędzie badawcze pt. Kwestionariusz „Moje miejsce pracy”¹. Badania ankietowe przeprowadzono w Sandomierzu w hotelach: Basztowy, Grodzki oraz Pod Ciżemką w styczniu 2007 roku. Sondażem objęto homogeniczną pod względem miejsca zatrudnienia, 117-osobową grupę badaną, w której skład weszli pracownicy różnych szczebli organizacyjnych wspomnianych hoteli. W skład grupy badanej weszło 53 mężczyzn i 64 kobiety. Struktura procentowa rozkładu wieku próby wygląda następująco: przedział do 25 lat – 19%, przedział 26–45 lat – 62% oraz przedział 45+ – 19%. Rozkład deklarowanego wykształcenia badanych przedstawiał się następująco: wykształcenie podstawowe – 16%, średnie – 39% oraz wyższe – 45%.

2. Sektor gospodarki turystycznej

Pojęcie gospodarki turystycznej stanowi układ zróżnicowanych czynności gospodarczych, spośród których wyróżnić można funkcje usługowe, produkcyjne, handlowe oraz inne, spełniane w celu zaspokajania potrzeb turystów (Mrozowicz, 2009, s. 264). Wszystkie te czynności gospodarcze gwarantujące sprawny rozwój turystyki, tworzą pewną całość gospodarczą o wyraźnych powiązaniach wewnętrznych, którą definiuje się jako „gospodarkę turystyczną” (Łazarek, 2004, s. 154). Gaworecki określa gospodarkę turystyczną jako „kompleks różnorodnych funkcji gospodarczych bezpośrednio lub pośrednio rozwijanych w celu zaspokojenia wzrastającego zapotrzebowania człowieka na dobra i usługi turystyczne” (Gaworecki, 1998, s. 161). W literaturze fachowej proponuje się podział gospodarki turystycz-

¹ Opis narzędzia „Moje miejsce pracy” znajduje się w pracy dyplomowej: Kowalski (2007, s. 36).

nej na: typową, uzupełniającą oraz pośrednią, a także zamiennie nazywa się ją przemysłem turystycznym (por. Łazarek, 2004, s. 155).

Typowa gospodarka turystyczna obejmuje przedsiębiorstwa, instytucje i organizacje turystyczne, zapewniające usługi wyłącznie dla osób podróżujących. Do grupy tej należą: hotelarstwo wraz z gastronomią, komunikacja pasażerska, organizatorzy podróży, kongresów i seminariów, targów oraz wystaw, uzdrowiska, związki i organizacje turystyczne, zarządy gmin i regionów turystycznych.

Do uzupełniającej gospodarki turystycznej zalicza się podmioty gospodarcze należące do różnych działów i branż pozaturystycznych, ale mające wydzielone zakresy działalności niezbędne do realizacji podróży. Ten rodzaj gospodarki turystycznej zajmuje się typowymi wyrobami i usługami, nastawionymi na turystów, jako na odrębną grupę konsumentów. Do pośredniej gospodarki turystycznej zalicza się w sferze produkcji: przemysł artykułów sportowych, przemysł odzieżowy, przemysł fotograficzny, przemysł kosmetyczny, przemysł farmaceutyczny, zaś w sferze usług: gastronomię, fryzjerstwo, stacje benzynowe, zakłady rozrywkowe, kasyna, teatry, kina. Charakterystycznym przykładem uzupełniającej gospodarki turystycznej jest agroturystyka.

Do pośredniej gospodarki turystycznej należą takie podmioty, których produkcja i usługi nie są związane z typowymi wyrobami czy usługami turystycznymi. Korzystają z nich wszyscy, niezależnie czy są to osoby podróżujące, czy ludność miejscowa, jednakże istnienie tych podmiotów uzależnione jest od zakupów dokonywanych sezonowo przez turystów (Łazarek, 2004, s. 158).

2.1. Turystyka w gospodarce narodowej

Zgodnie z zaleceniami World Tourism Organization w szeroki zakres działalności gospodarki turystycznej wchodzi 10 spośród 17 sektorów gospodarki. Wyróżnia się tu następujące elementy składowe gospodarki, które są całkowicie lub częściowo związane z turystyką (Panasiuk, 2007, s. 2):

- budownictwo (tworzenie infrastruktury turystycznej);
- handel hurtowy i detaliczny (spożywczy, sprzedaż artykułów trwałych, w tym upominków oraz pamiątek dla turystów);
- hotele i restauracje;
- transport, gospodarka magazynowa i łączność (przewozy pasażerskie, usługi pocztowe oraz telekomunikacyjne);
- pośrednictwo finansowe (usługi bankowe, ubezpieczenia);
- obsługa nieruchomości;
- wynajem i inna działalność związana z prowadzeniem interesów;
- administracja publiczna (jednostki nadzorujące funkcjonowanie sektora turystycznego, wydawanie dokumentów podróży – paszporty, wizy);

- edukacja (badania naukowe, szkolnictwo turystyczne szczebla średniego i wyższego);
- ochrona zdrowia (turystyka uzdrowiskowa);
- rolnictwo (agroturystyka);
- pozostała działalność usługowa: komunalna, socjalna i indywidualna;
- organizacje i instytucje międzynarodowe.

Oprócz wymienionych powyżej sektorów gospodarki, w których wprost znajdują się elementy gospodarki turystycznej, miejsce turystyki można odnaleźć pośrednio także w innych sektorach, co ilustruje Polska Klasyfikacja Działalności (PKD) (Rozporządzenie, 2004). Ukazane przykłady form działalności gospodarczej, sklasyfikowane w PKD, oddają zakres aktywności gospodarczych związanych ze świadczeniem usług turystycznych i obsługą ruchu turystycznego, ukazując miejsce turystyki w systemie gospodarki narodowej. Wskazują przy tym, że turystyka przenika większość dziedzin społeczno-gospodarczych, a jako sektor gospodarczy tworzy ona nowe wartości ekonomiczne. Są one mierzalne udziałem turystyki w tworzeniu produktu krajowego brutto (Panasiuk, 2007, s. 2).

Gospodarka turystyczna, czy też cały przemysł turystyczny, co starano się uzasadnić wcześniej, ma złożony charakter, obejmuje bowiem różne gałęzie gospodarki narodowej, które oferują dobra i usługi turystyczne. Skupiając tak wiele dziedzin, gospodarka turystyczna nie stanowi w praktyce samoistnego sektora na wzór handlu, transportu czy służby zdrowia. Zaczyna jednak być dostrzegana jako znaczący i dynamicznie rozwijający się obszar ekonomiczny. Według szacunków Instytutu Turystyki udział gospodarki turystycznej w PKB w 2005 r. wyniósł 5,6%. Chociaż stanowi ona w obowiązującej systematyce PKD jedynie kategorię nieformalną, udaje się zidentyfikować specyfikę jej funkcji gospodarczych i społecznych, a turystyka bywa określana jako sektor zasilający budżet państwa (*Turystyka...*, 2006).

3. Zarządzanie – metoda efektywnego gospodarowania

We wszystkich dziedzinach życia ludzkiego funkcjonują różne organizacje, które tworzy się, aby przy zastosowaniu najlepszych metod stały się źródłem siły i synergii dla osiągania wytyczonych celów. Poszczególnym organizacjom wyznacza się konkretne zadania, które w dalszym etapie koordynuje się tak, aby móc w prosty i uporządkowany sposób osiągnąć cel, za pomocą wyspecjalizowanych jednostek. Organizacja jest zatem formalną, planowo koordynowaną strukturą, która obejmuje osoby, środki oraz zmierza do osiągnięcia wspólnego celu. Charakteryzuje się określoną strukturą władzy i układem podziału pracy (Penc, 2006, s. 20).

W szerokim znaczeniu ontycznym organizacja jest otwartym układem społeczno-technicznym, zorientowanym celowo i uporządkowanym strukturalnie, zdolnym do wykonywania określonych funkcji transformacyjnych oraz utrwalaniu określo-

nych zachowań ludzi i całego systemu przy stałej integracji z otoczeniem. Jest strukturą łączącą ludzi mających wspólny cel do osiągnięcia, a także dynamicznym układem elementów powiązanych ze sobą i zorientowanych na osiągnięcie określonego celu (Wajda, 2003, s. 16).

Żadna organizacja, w tym oczywiście firma hotelarska, nie jest w stanie dobrze funkcjonować bez sprawnego zarządzania, które stanowi złożony oraz wielostronny proces sterowania całokształtem działalności firmy, jej rozwojem, a także sposobem zachowania się w otoczeniu. Przez zarządzanie trzeba także rozumieć każdą działalność decyzyjną, polegającą na ustaleniu celów oraz powodowaniu ich realizacji. Zarządzanie jest zatem działalnością kierowniczą, polegającą na ustaleniu celów firmy, ich realizowaniu, a także wykorzystywaniu posiadanych zasobów.

W literaturze przedmiotu występuje zróżnicowanie poglądów na temat funkcji zarządzania, niemniej jednak najczęściej wskazywanymi są: planowanie, organizowanie, przeprowadzenie oraz kontrolowanie.

Planowanie jest przede wszystkim myśleniem o przyszłości organizacji. Etap ten można zdefiniować, jako proces polegający na świadomym ustaleniu kierunków działania i podejmowaniu decyzji opartych na celach, faktach i dobrze przemyślanych ocenach. Jest działalnością intelektualną polegającą na tworzeniu wizji firmy na przyszłe lata. Planowanie polega zatem na wywoływaniu zdarzeń i wykorzystywaniu okoliczności. Wymaga od kierownictwa takiego myślenia, które swoje cele, zadania, środki i sposoby działania oprze na konkretnej metodzie lub logice, a nie na przecuciu, czy intuicji (Knecht, 1998, s. 7).

Planowanie jest konieczne dla osiągnięcia krótko- (plany operacyjne) i długoterminowych (plany taktyczne i strategie) celów. Krótko-, czy też długoterminowe plany są bardzo ważnym elementem zarządzania firmą. Tworzą one bowiem ramy ogólnej działalności firmy, przyczyniając się tym samym do jej lepszego funkcjonowania oraz większej skuteczności w racjonalnym działaniu operacyjnym. Tak opracowane plany pozwalają na osiągnięcie celów organizacji, a także określają metody i środki ich urzeczywistnienia. Ponadto, umożliwiają pozyskanie danych środków dla organizacji.

Zdaniem Tadeusza Kotarbińskiego plan powinien być: celowy, wykonalny, zgodny wewnętrznie, możliwie najbardziej operatywny, terminowy, racjonalny, sprawny i komunikatywny (Kotarbiński, 1969, s. 35).

W procesie planowania realizuje się następujące czynności (Wajda, 2003, s. 96):

- formułowanie celów organizacji wraz z jej preferencjami (wyznacza się jej rolę i misję),
- ocenianie zadań i strategii organizacji,
- analizowanie otoczenia,
- rozpoznawanie strategicznych szans i zagrożeń,
- określanie niezbędnego zakresu zmian w dotychczas stosowanej strategii,
- obieranie najlepszego wariantu strategii, celem jego wykorzystania w procesie dalszego planowania.

Organizowanie to kolejny etap zarządzania, obejmujący zespół działań zmierzających do pozyskiwania i przygotowywania zasobów, a także niezbędnych warunków do wykonania, i realizacji przyjętych planów. Organizowanie polega zatem na doborze pracowników, czyli na rozczłonkowaniu załogi pracowniczej na wiele odrębnych jednostek i przydzieleniu im konkretnych zadań. Wyrazem tego podziału jest tworzenie komórek organizacyjnych, które stanowi zespół ludzi oraz środków kierowanych przez zwierzchnika. Niekiedy komórką organizacyjną nazywane są jednoosobowe stanowiska pracy, jeżeli jest to stanowisko samodzielne o określonym zakresie działania (Dębski, 1993, s. 51). Układ i system wzajemnych powiązań jednostek organizacyjnych określa się mianem struktury organizacyjnej. Jej budowa zależy między innymi od: rodzaju prowadzonej działalności przedsiębiorstwa, jego wielkości, lokalizacji oraz formy organizacyjnej. Ogólnie przyjętym sposobem zobrazowania struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa jest stworzenie schematu organizacyjnego. Poszczególne jego komórki zaznaczone są figurami geometrycznymi, a występujące w schemacie linie symbolizują zależność hierarchiczną i funkcjonalną zachodzącą pomiędzy komórkami. Od dobrego systemu, układu komórek i umiejętności organizacyjnych kierownictwa zależy efektywność oraz wydajność tychże jednostek pracowniczych. Jest przecież oczywiste, że im bardziej skoordynowana i zintegrowana będzie praca, tym większe i bardziej oczekiwane przyniesie efekty. Zasadniczym elementem pracy kierowniczej na tym etapie jest osiągnięcie koordynacji.

Przewodzenie (koordynowanie i motywowanie) to ogół skoordynowanych działań polegających na stwarzaniu takich warunków, aby zespół pracowników postępował tak, by organizacja odniosła zamierzony cel. Oddziaływanie motywacyjne może odbywać się w bezpośredniej formie za pomocą rozkazów, poleceń, rad albo pośredniej, za pomocą gamy bodźców. Motywowanie polega zatem na poznaniu potrzeb podwładnych, określeniu siatki bodźców adekwatnych do struktury ich potrzeb oraz stosowaniu bodźców w stosunków do poszczególnych pracowników (Knecht, 1998, s. 8). W ten sposób przewodzenie, koordynacja i motywowanie stanowią zespół środków i reguł postępowania w organizacji, które nakłaniają pracowników do wydajniejszej pracy, tym samym przyczyniając się do działań zgodnych z wyznaczonymi celami. Stwarza to określone ramy dla zachowań pracowników, ukierunkowuje ich postawy oraz nadaje kształt pracy i określa jej właściwy styl (Wajda, 2003, s. 97).

Funkcja kontroli polega natomiast na stałym i systematycznym nadzorze kierownictwa w stosunku do podwładnych oraz na koordynacji ich działań. Oznacza obserwowanie postępów pracowników w osiąganiu celów organizacji, przez co pozwala kierownikom zadbać o to, aby rzeczywiste działania były zgodne z planowanymi. Według Stonera i Wankela kontrolowanie składa się z następujących etapów: określania mierników efektywności, pomiaru bieżącej efektywności i porównanie jej z wyznaczonymi miernikami oraz podjęcie działań korygujących, jeśli efektywność nie odpowiada miernikom (Wajda, 2003, s. 98).

Żadna organizacja nie może istnieć, a tym bardziej funkcjonować w próżni. Zawsze istnieje i działa w jakimś środowisku, zwanym otoczeniem. Wpływa ono bezpośrednio lub pośrednio na prawidłowe jego funkcjonowanie. Organizacja i otoczenie wywierają na siebie wzajemny wpływ, wywołując tym samym efekt sprzężenia zwrotnego, który jest niezbędny do unikania zakłóceń w prawidłowym przepływie informacji. Otoczenie rozumie się jako środowisko, w którym funkcjonuje przedsiębiorstwo charakteryzujące się konkretnymi cechami kulturowymi, regionalnymi, technologicznymi i politycznymi, pozwalającymi określić zagrożenia, z jakimi firma musi sobie poradzić lub szanse, jakie może wykorzystać do poprawy swojej sytuacji (Penc, 2006, s. 38).

Otoczenie można podzielić na kilka kategorii, wykorzystując przy tym zakres i stopień ich wpływu na daną organizację. Najczęściej przy kategoryzacji otoczenia wyróżnią się dwa podstawowe jego obszary: makrootoczenie (otoczenie ogólne) i mikrootoczenie (otoczenie bezpośrednie). Otoczenie ogólne ma mniej zinstytucjonalizowany charakter, niż otoczenie bezpośrednie. Jest środowiskiem łączącym wszystkie organizacje przyjętej skali terytorialnej. W jego skład wliczane są następujące kategorie: otoczenie polityczne, prawne, kulturowe, ekologiczne, edukacyjne, demograficzne, technologiczne, międzynarodowe, infrastrukturalne, społeczne i ekonomiczne. Otoczenie bezpośrednie stanowi najbliższe środowisko organizacji. Inkorporuje ono pojedyncze osoby, grupy organizacje oraz instytucje, z którymi dane przedsiębiorstwo ma bezpośredni kontakt: klienci, odbiorcy, dostawcy, konkurenci, instytucje finansowe, lokalna władza administracyjna, a także organizacje samorządowe i lokalne grupy nacisku (Penc, 2006, s. 101). W przypadku analizowanego problemu, organizacje hotelarskie działają dla zaspokojenia pewnej elementarnej części potrzeb turystycznych, które jednak nie ograniczają się wyłącznie do poziomu podstawowego (Fenczyn, 1999, s. 12–17). Realizacja satysfakcjonujących usług turystycznych sprzyja popytowi, jakoś podaży warunkuje jego wielkość, determinując równocześnie poziom zysku przedsiębiorstwa. Głównym, acz nie jedynym, celem firm gospodarki rynkowej jest osiąganie zysku, które gwarantuje przedsiębiorstwu przetrwanie oraz rozwój. Konwergencja wysokości wartości dodanej i jakości usług jest oczywista.

Rozpatrując cele oraz zadania przedsiębiorstwa należy wziąć pod uwagę, to co i w jaki sposób chce ono osiągnąć w przyszłości. Każdy przedsiębiorca ma swoją własną „filozofię” gospodarowania organizacją. Reguła ta dotyczy wszystkich dziedzin zarządzania organizacją. Istnieją jednak cele uniwersalne, które zakłada każdy przedsiębiorca. W literaturze przedmiotu odnajdujemy następujące przykłady (Antoszkiewicz, 1996, s. 76):

- dostosowanie przedsiębiorstwa do rozwoju środowiska,
- utrzymanie samodzielności,
- wykształcenie kadry menedżerów o wysokich kwalifikacjach,
- utrzymanie elastyczności produktu,
- wypracowanie elastycznej struktury organizacyjnej,

- utrzymanie płynności środków,
- zapewnienie przedsiębiorstwu możliwości sukcesu,
- zwiększenie dotychczasowego udziału w rynku,
- rozeznanie potrzeb klientów,
- segmentacja rynku,
- wytworzenie atmosfery dobrej woli wśród personelu.

4. Gospodarka hotelarska Sandomierza

Sandomierz to miasto położone w południowo-wschodniej części Polski, usytuowane na siedmiu lessowych wzgórzach w bliskim otoczeniu Wisły. Jest on miastem powiatowym, liczącym ok. 26 tys. mieszkańców i zajmującym 29 km² powierzchni (Juszczak, 2000, s. 4). Sandomierz na swym niewielkim obszarze skupił wiele cennych dóbr przyrody oraz kultury (Jurasz, 1991). Dociekliwych Czytelników odsyłamy do bogatej literatury krajoznawczej, w której tematyka poświęcona atrakcjom turystycznym Sandomierza została doskonale omówiona (zob. Dąb-Kalinowska, 1969; Wendlandt, 1978).

Analiza stanu bazy noclegowej pokazuje, że zdolności recepcyjne miasta są w niezłym stanie. Standard usług jest zdywersyfikowany, brakuje jednak wysoce komfortowych ofert dla klienta biznesowego. Miasto nie posiada też centrum konferencyjno-rekreacyjnego, co jest znacznym osłabieniem funkcji podaźowej (zob. tabela 1).

Struktura bazy turystycznej Sandomierza w porównaniu z innymi miastami regionu przedstawia się w miarę zadowalająco, szczególnie zaś w zakresie usług gastronomicznych. Używając terminologii marketingu turystycznego, można powiedzieć, że poziom oferty w zakresie produktu podstawowego jest odpowiedni (zob. Kowalski, 2007, s. 9).

5. Praca w branży turystycznej w świetle opinii kadry hotelarskiej

Przeprowadzone badania mają wyłącznie charakter wstępny, dlatego też uzyskane wyniki analiz ukazują jedynie niektóre aspekty funkcjonowania przedsiębiorstw hotelarskich. Uwaga autorów skupia się mianowicie na zagadnieniu organizacyjnych oraz kierowniczych problemów branży hotelarskiej (szerzej: Mrozowicz, 2008, s. 264). W tym sensie analizie poddano wybrane kwestie zarządzania zasobami ludzkimi².

² Termin „zarządzanie zasobami ludzkimi” (ZZL, Human Resources Management, HRM) wywodzi się z literatury amerykańskiej. W praktyce spotykamy również inne nazwy tej działalności, takie jak: polityka personalna, polityka kadrowa, zarządzanie ludźmi, zarządzanie potencjałem społecznym.

T a b l i c a 1

Baza noclegowa Sandomierza

Typ i nazwa obiektu	Opis funkcjonalny
Hotel Pod Cizemką ***, restauracja, kawiarnia	18 miejsc noclegowych, pokoje 2-osobowe z łazienką
Hotel Basztowy ***, restauracja, kawiarnia	55 miejsc noclegowych, pokoje 1- i 2-osobowe z łazienką
Hotel Grodzki **, restauracja, kawiarnia	49 miejsc noclegowych, pokoje 2- i 3-osobowe z łazienką
Hotel Mikrus **	36 miejsc noclegowych, pokoje 1- i 2-osobowe z łazienką
Hotel Oskar	16 miejsc noclegowych, pokoje 1- i 2-osobowe z łazienką
Hotel Agro	30 miejsc noclegowych, pokoje 1-, 2-, 3- i 4-osobowe z umywalką
Hotel i restauracja przy Stacji Paliw BP	11 miejsc noclegowych, pokoje 2- i 3-osobowe
Hotel przy szpitalu	20 miejsc noclegowych, pokoje 1- i 2-osobowe
Motel Królowej Jadwigi, restauracja	50 miejsc noclegowych, pokoje 2- i 3-osobowe z łazienką
Zajazd Zacisze	14 miejsc noclegowych, pokoje 1- i 2-osobowe z łazienką
Pensjonat Sandomiria	40 miejsc noclegowych, pokoje 3-osobowe z dostawką
Pensjonat „Jutrzenka”	12 miejsc noclegowych, pokoje 2-, 3- i 4-osobowe
Dom Wycieczkowy „Winnica”, restauracja	42 miejsca noclegowe, pokoje 1-, 2-, 3-, 4-osobowe
Dom Pracy Twórczej „Alicja”	10 miejsc noclegowych
Kwatery prywatne	14 kwater
Kemping „Browarny”	150 osób
Gospodarstwa agroturystyczne	14 obiektów
Schroniska szkolne	4 obiekty

Ź r ó d ł o: Kowalski, 2007, s. 8.

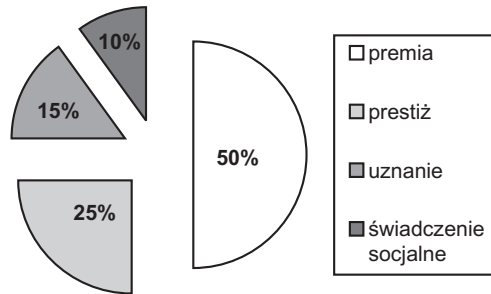
Według Adama Pocztowskiego zarządzanie personelem lub kadrami są to czynności regulacyjne obejmujące całokształt działań związanych z funkcjonowaniem ludzi w organizacji. To określona koncepcja zarządzania w obszarze funkcji personalnej przedsiębiorstwa, w której zasoby ludzkie postrzega się jako składnik aktywów firmy i źródło jej konkurencyjności. Postuluje się strategiczną integrację spraw personalnych ze sprawami biznesowymi, aktywną rolę kierownictwa liniowego w rozwiązywaniu kwestii personalnych i wskazuje się na potrzebę kształtowania kultury organizacyjnej, integracji procesów personalnych i budowania zaangażowania pracowników jako narzędzi osiągnięcia celów (Pocztowski, 2007, s. 34).

Maria Kostera i Stanisław Kownacki wskazują, że jest to „funkcja polegająca na rekrutacji oraz selekcji uczestników organizacji, ich nagradzaniu, karaniu i rozwoju” (Pocztowski, 2007, s. 34). Sajkiewiczowie uzupełniają ujęcie definicyjne o istotne spostrzeżenie, a mianowicie, że „kapitał ludzki to zespoły ludzkie trwale związane z firmą i z jej misją, umiejące współpracować, o kreatywnych postawach oraz kwalifikacjach” (Sajkiewicz A., Sajkiewicz Ł., 2002, s. 21) Tak, czy inaczej trzeba stwierdzić, że „zarządzanie zasobami ludzkimi dotyczy ludzkiej strony zarządzania przedsiębiorstwami i relacji zatrudnionych z ich firmą. Jego celem jest zapewnienie, aby pracownicy przedsiębiorstwa, tj. jego zasoby ludzkie, byli wykorzystywani tak, aby pracodawca osiągnął najlepsze wyniki” (Adamiec, Kożusznik, 2000, s. 17).

Głównym mechanizmem wynagradzania pracy w sektorze hotelarskim są premie finansowe. Jest to przykładem tego, że nadal za podstawowy czynnik motywacji pracy uważane są składniki pensji. Przytaczany przykład potwierdza regułę, która dotyczy większości firm stosujących tradycyjny model wynagradzania. Premie mają charakter okresowego świadczenia finansowego, którego oddziaływanie motywacyjne jest problematyczne, przede wszystkim dlatego, że częstokroć nagradzające znaczenie bodźca finansowego jest słabo kojarzone przez nagradzanego z osiągniętymi efektami pracy. Celem premii powinno być utrwalenie pozytywnych efektów pracy, szerszej zachowania, przez wzmocnienie w postaci nagrody. Należy przy tym pamiętać, że rolę nagród i kar, to znaczy wzmocnień, mogą pełnić także inne konsekwencje społeczne, dla przykładu prestiż pracy, czy uznanie ze strony przełożonych. Bodźce tego typu, co pokazują wyniki badań, wykorzystywane są marginalnie (por. rys. 1).

W przypadku kadry kierowniczej podstawowym źródłem motywacji jest potrzeba osiągnięć, co też oznacza w praktyce chęć systematycznego samorozwoju, dążenie do pięcia się w górę w hierarchii organizacji lub inną formę awansu społecznego i ekonomicznego.

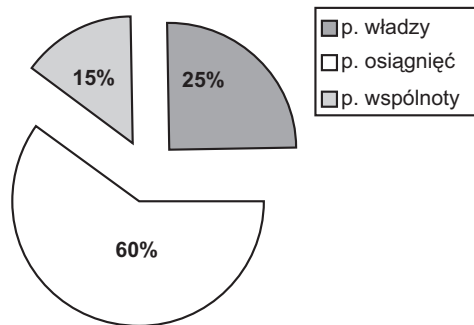
Prezentowane wyniki badań odzwierciedliły powszechnie cenioną koncepcję Dawida McClellanda, zgodnie z którą kierownicy różnych szczebli w pracy zawodowej kierują się motywacją osiągnięć. Co więcej, osiągnięcia: sukcesy, przełamywanie barier, progresja kariery, wysokie zaangażowanie, walka z przeciwnościami, podnoszenie kwalifikacji, wskazują oni jako motyw pierwszoplanowy. Potrzeba



Rys. 1. Rozkład czynników motywacyjnych

Źródło: badania własne autorów.

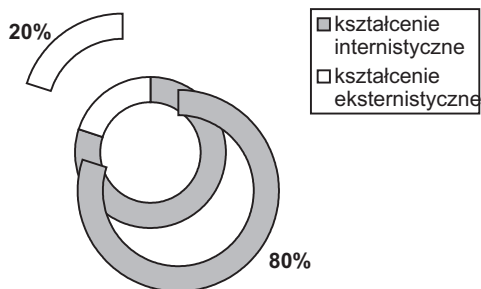
osiągnięć jako priorytetowy mechanizm stymulacji działalności zawodowej wyprzedza inne potrzeby, co oznacza, że kierownicy w swych działaniach stawiają na dalszy rozwój zawodowy. Sądząc jednak z wielkości poddanych badaniu firm, zapotrzebowanie to nie zostanie zaspokojone. Rozmiar, a co za tym idzie struktura i hierarchia władzy owych firm nie daje zbyt dużych szans na wspinanie się po szczeblach drabiny organizacyjnej. Właściciele przedsiębiorstw powinni o tym pamiętać. Propozycją wyjścia z tego impasu mogą stać się alternatywne formy awansu, np. rozszerzenie zadań oraz pozioma forma awansu (zob. rys. 2).



Rys. 2. Źródła motywacji kadry kierowniczej

Źródło: badania własne autorów.

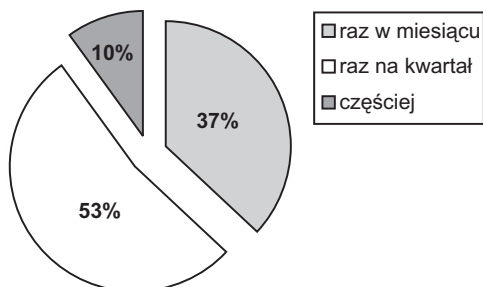
Z przeprowadzonych wywiadów oraz danych uzyskanych z ankiety wynika, że szkolenia kadry utożsamia się przede wszystkim z podawaniem wiedzy o branży i przedsiębiorstwie, metodach oraz organizacji pracy zgodnie z obowiązującymi regulami i normami, komunikacji interpersonalnej i pracy w grupie, psychologii sprzedaży, kontaktach z klientami, a także wiedzy z zakresu marketingu. Jest to oczywiście funkcja szalenie istotna, lecz nie jedyna.



Rys. 3. Stosunek szkoleń wewnętrznych do zewnętrznych

Źródło: badania własne autorów

Szkolenia pracownicze, szczególnie zaś te z nich, które połączone są z wyjazdem rekreacyjnym poza siedzibę firmy odgrywają bardzo poważną rolę motywującą. Prowadzone w sposób profesjonalny, rozwijają kompetencje interpersonalne i integrują pracowników. Uzyskane rezultaty przeczą tym racjonalnym przesłankom (rys. 3).



Rys. 4. Częstotliwość szkoleń

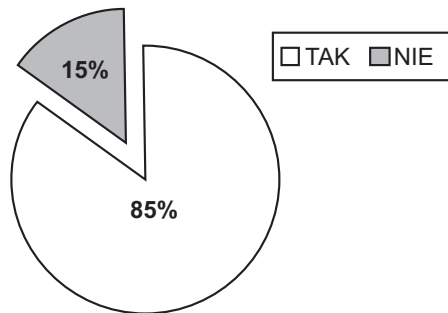
Źródło: badania własne autorów.

Nieco dziwi ilość szkoleń pracowniczych. Przeszło połowa badanych jest szkolona co najmniej trzy razy w roku, a są wśród nich też i tacy, którzy uczestniczą w szkoleniach nawet raz w miesiącu. Wyniki badań pozwalają sądzić, iż menedżerowie poddanych naukowej obserwacji firm hotelarskich kładą nacisk na rozwój potencjału kwalifikacyjnego pracowników, zarządzając przedsiębiorstwami przez jakość i rozwój wiedzy. Taki stan rzeczy jest doskonałym przyczynkiem rozwoju wysokojakościowej oraz dojrzałej kultury organizacyjnej (zob. rys. 4).

W poddanych obserwacji przedsiębiorstwach hotelarskich Sandomierza stosuje się czasowy system płacy. Dotyczy to ogółu badanych. System ten opiera się na taryfikatorze wartościującym stanowiska. Dla każdego stanowiska utworzone są tzw. widełki, czyli maksymalne i minimalne zarobki związane z zajmowaną pozycją w przedsiębiorstwie.

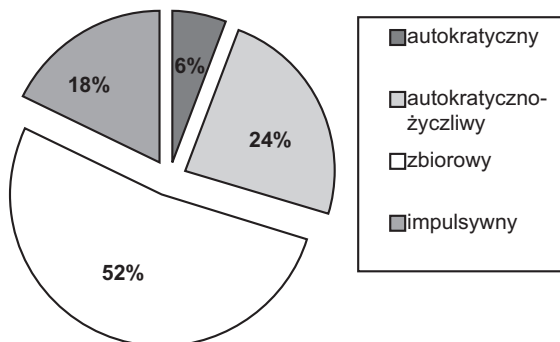
W opinii respondentów wysokość otrzymywanego wynagrodzenia jest adekwatna do zajmowanego stanowiska. Dziwić może wysoka jednorodność badanych, którzy niejako zaprzeczają powszechnie utartej opinii, jakoby wysokość wypłaty oceniana była zawsze przez pracownika jako nieadekwatna do jego wkładu pracy. Poczucie sprawiedliwego wynagradzania działa na pracownika jako czynnik wzmacniający motywację do pracy i utrwała kształtowanie się postawy lojalności wobec pracodawcy (rys. 5).

W kontaktach przełożonych z podwładnymi przeważają efektywne style kierowania (rys. 6). Menedżerowie są osobami empatycznymi oraz komunikatywnymi o cechach przywódczych. W relacjach interpersonalnych ukierunkowani są na efekt końcowy zadania, nie unikają przy tym nadmiernie kontaktów osobistych oraz motywują pozytywnie podwładnych poprzez sprawiedliwe, pragmatyczne stosowanie nagród i kar. Przełożeni wymagają od podwładnych wysokiego zaangażowania, a zarazem są dla nich życzliwi i uprzejmi, a unikając dwuznacznych sytuacji i nieprzyjemnej atmosfery w pracy osiągają efekt redukcji stresu, postaw unikania, oporu i kontestacji.



Rys. 5. Poziom satysfakcji finansowej

Źródło: badania własne autorów.



Rys. 6. Struktura stosowanych stylów kierowania

Źródło: badania własne autorów.

Charakterystyczne dla autokratycznego stylu kierowania samodzielne i arbitralne podejmowanie decyzji, znalazło odzwierciedlenie również w zakresie aktualnych badań. Okazało się mianowicie, że dominującym sposobem wprowadzania rozstrzygnięć są decyzje jednoosobowe. Styl tego rodzaju jest szczególnie efektywny wówczas, gdy rozważany problem obarczony jest piętnem czasu i poziomem niesionego zagrożenia, a także w sytuacji trudnych zmian organizacyjnych. Przydatny jest również, gdy firma działa w turbulentnym i nieprzewidywalnym otoczeniu, a rynek swą strukturą przypomina model doskonałej konkurencji. Segment tworzony przez trzy analizowane podmioty hotelarskie raczej jest czymś w rodzaju oligopolu, który ukształtował względnie stabilne relacje w podzielonym między firmy rynku usług noclegowych średniej jakości. Wydaje się, że w spektrum stylów kierowania powinno stosować się metody konsultatywne o demokratycznych profilach współpracy. Rozwiązania tego typu stanowią kolejny sytuacyjny czynniki motywacyjny. Wywiady z pracownikami wydają się potwierdzać, że istnieje z ich strony oczekiwanie na większe udemokratycznienie oraz upodmiotowienie relacji na osi przełożony – podwładny.

Wyniki badań ukazały jeszcze jeden problem kierowniczy, a mianowicie trudność z zatrudnieniem dobrze wykwalifikowanego personelu. Staje się w tej sytuacji jasne, że stosowanie demokratycznych form kierowania ludźmi nie zawsze bywa możliwe, szczególnie wówczas, kiedy kwalifikacje i morale zespołu pracowniczego są na przeciętnym lub niskim poziomie. Wysoka ilość szkoleń, autorytatywny styl kierowania oraz dyrektywne i nieco zdystansowane relacje między szczeblami organizacyjnymi są metodą wypracowania, wdrożenia, nauczania, zautomatyzowania, doskonalenia oraz utrwalenia zasad oraz norm i wartości, które jako trwałe wzorce właściwego postępowania zostaną inkorporowane na stałe w charakterystyczną strategię zachowań organizacyjnych. Poddane badaniom hotele znajdują się w stadium tworzenia kultury organizacyjnej. Stosowane style kierowania są adekwatne do ich obecnej sytuacji społeczno-organizacyjnej. Z innych badań autora wynika, że poziom komunikacji interpersonalnej, kształtuje się wśród kadry turystycznej na niskim poziomie (Mrozowicz, 2009, s. 86).

6. Zakończenie

Fundamentalnym, a zarazem najtrudniejszym menedżerskim zadaniem jest podejmowanie decyzji i próby rozwiązania problemów w zarządzanej firmie. Przedsiębiorstwa borykają się z problemami zarówno w sferze ekonomicznej, organizacyjnej, jak i kierowniczej. Aby podjąć słuszną decyzję, menedżer musi wpiery dokładnie zidentyfikować problem, a następnie rozwiązać go przy zastosowaniu odpowiedniej metody (Perlak, 1983, s. 31). Najlepiej zresztą, aby czynił to przy zużyciu ograniczonej, tzn. minimalnej liczby zasobów własnych.

Niniejszy artykuł oprócz swoich odniesień poznawczych i teoretycznych, zdaje się być aplikacją dla pragmatyki kierowniczej. Ukazuje on wybrane kwestie organizacyjne i kierownicze w kontekście warunków gospodarki turystycznej. Tłem rozważań uczyniono realia gospodarki turystycznej ziemi sandomierskiej, chociaż skądinąd wnioskowi z poczynionych rozważań można nadać szerszy zasięg społeczno-gospodarczy. Uogólnienie wniosków i próba generalizacji jest możliwa z jednym jednak zastrzeżeniem. W perspektywie badawczej należałoby zaplanować eksperyment na liczebniejszej oraz geograficznie zdecydowanie bardziej zróżnicowanej populacji, natomiast wnioski z aktualnych badań utrzymanych w konwencji studium przypadku, potraktować jako asumpt do dalszych badań i swoistą aplikacyjną propedeutykę.

Bibliografia

- Adamiec M., Kożuszniak B. 2000. *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Katowice: „Akade”. ISBN 83-7287-000-4.
- Antoszkiewicz J. 1996. *Metody skutecznego zarządzania*. Warszawa: „Orgmasz”. ISBN 83-904903-0-7.
- Dąb-Kalinowska B. 1969. *Sandomierz i okolice*. Warszawa: Wyd. Sport i Turystyka.
- Dębski S. 1993. *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Cz. 1. ISBN 83-02-05237-X.
- Fenczyn J. 1999. *Psychologia: wybór zagadnień dla studentów kierunku turystyka i rekreacja*. Kraków: Agencja Wydawnicza „Ostoja”. ISBN 83-905300-5-8.
- Gaworecki W. 1998. *Turystyka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1075-2.
- Jurasz B. 1991. *Sandomierz i okolice*. Rzeszów: Krajowa Agencja Wydawnicza.
- Juszczak M. 2000. *Sandomierz: przewodnik*. Kielce: Elipsa. ISBN 83-905003-8-8.
- Knecht Z. 1998. *Zarządzanie marketingowe*. Warszawa – Wrocław: „MOK”. ISBN 83-87708-00-3.
- Kotarbiński T. 1969. *Traktat o dobrej robocie*. Wrocław: Ossolineum.
- Kowalski R. 2007. *Organizacyjne oraz kierownicze problemy zarządzania organizacjami hotelarskimi Ziemi Sandomierskiej*. Maszynopis pracy dyplomowej. Jarosław: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa. Instytut Turystyki.
- Łazarek R. 2004. *Ekonomika turystyki: wybrane zagadnienia*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna. ISBN 83-86990-81-3.
- Mrozowicz K. 2009. *Zarządzanie przedsiębiorstwem w świetle poziomu kompetencji komunikacyjnych pracowników sektora gospodarki turystycznej*. W: A. Panasiuk (red.). *Gospodarka turystyczna w regionie: wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Jelenia Góra: „Ad rem”.
- Mrozowicz K. 2008. *Zarządzanie zasobami ludzkimi w świetle badań nad komunikacją interpersonalną*. W: R. Fedan, Z. Makiela (red.). *Przyrodniczo-ekonomiczny potencjał regionów na pograniczu polsko-ukraińskim*. Jarosław: Wyd. Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej.
- Panasiuk A. 2007. *Analiza porównawcza projektu narodowego planu rozwoju 2007–2013 i projektu strategii rozwoju turystyki na lata 2007–2013. Ekspertyza wykonana na zlecenie Ministerstwa Gospodarki i Pracy*. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński.
- Penc J. 2006. *Sztuka skutecznego zarządzania: kierowanie firmą z myślą o jutrze i procesach integracji z Unią Europejską*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Perlak I. 1983. *Innowacje w organizacji*. Warszawa: PWE.
- Pocztowski A. 2007. *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Warszawa: PWE.

- Rozporządzenie [2004] Rady Ministrów z dnia 20 stycznia 2004 roku w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Dz. U. z 2004 r. nr 33, poz. 289 z późn. zm.
- Sajkiewicz A., Sajkiewicz Ł. 2002. *Nowe metody pracy z ludźmi: organizacja procesów personalnych*. Warszawa: „Poltext”. ISBN 83-88840-12-6.
- Turystyka w gospodarce narodowej*. 2006. Warszawa: Ministerstwo Gospodarki. Departament Turystyki. Dostępny w Internecie: www.mg.gov.pl/nr/rdonlyres/.../turystykawPKB3.doc
- Wajda A. 2003. *Organizacja i zarządzanie*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1453-7.
- Wendlandt J. 1978. *Sandomierz*. Warszawa: Krajowa Agencja Wydawnicza.

Tourist Economy Management in the Light of the Hotel Sector Research – Selected Problems

S u m m a r y: Every hotel company being active on the market can defend itself against the adverse influence of risks by making use of its strong points in the form of its internal and unique assets, e.g. economic solutions, the quality of human resources, the innovator’s brand and image or the effective system of information flow. These solutions allow achieving the competitive advantage, simultaneously eliminating the risks. Unfortunately, beside the assets there are ‘sick’ places, i.e. internal conflicts existing in the enterprise between its departments, inadequately trained management staff preventing adaptation of emerging chances and increasing the adverse effect of market competition.

Key words: hotel economy, management in tourism

DANIEL PUCIATO*

Charakterystyka bazy noclegowej w Tarnowie

Słowa kluczowe: turystyka, zagospodarowanie turystyczne, hotelarstwo, baza noclegowa, Tarnów

Streszczenie: Turystyka bardzo często odgrywa doniosłą rolę w procesach rozwoju społeczno-gospodarczego wielu miejscowości. Choć pierwotnym czynnikiem rozwoju turystyki jest występowanie naturalnych walorów turystycznych, niemożliwe jest osiągnięcie określonych korzyści dla obszaru, bez odpowiednio rozwiniętej bazy noclegowej. Celem pracy jest przedstawienie stanu bazy noclegowej w mieście Tarnowie. W roku 2007 zlokalizowanych było tu zaledwie osiem obiektów noclegowych: trzy hotele, dwa obiekty niesklasyfikowane, jeden pensjonat, jeden kemping oraz jeden inny obiekt hotelowy. Do dyspozycji gości było 567 miejsc noclegowych, ze wszystkich obiektów noclegowych zlokalizowanych na terenie miasta skorzystało 37 438 osób. Przeciętny turysta przebywał w Tarnowie średnio około 1,75 dnia. Niskie nasycenie miasta obiektami noclegowymi jest poważną przeszkodą w rozwoju turystyki na jego terenie. Aby to zmienić należy podjąć cały szereg działań, zmierzających do rozbudowy infrastruktury noclegowej.

1. Wstęp

Turystyka bardzo często odgrywa doniosłą rolę w procesach rozwoju społeczno-gospodarczego wielu miejscowości. Może ona wywoływać szereg zarówno pozytywnych, jak i negatywnych skutków ekonomicznych, politycznych, społecznych, przestrzennych oraz ekologicznych (Witt i Moutinho, 1989, s. 528–531). Atrakcyjność turystyczną każdej miejscowości determinują w sposób komplementarny trzy główne składowe: walory turystyczne (naturalne oraz te, do których powstania przyczynił się człowiek), dostępność komunikacyjna oraz stan infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (Gaworecki, 2003, s. 123–128). Choć pierwotnym czynnikiem rozwoju turystyki na danym obszarze jest występowanie walorów tury-

* Dr Daniel Puciato – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji, kontakt e-mail: d.puciato@po.opole.pl

stycznych, to bez odpowiedniego stanu zagospodarowania turystycznego nie można byłoby uzyskać określonych korzyści ekonomicznych dla społeczności lokalnych. Zaliczyć do nich można m.in. (Gaworecki, 2003, s. 348): napływ dewiz, wzmocnienie gospodarki dzięki wytworzeniu produktów czy usług dla turystów, zwiększenie intensywności oraz różnorodności działalności gospodarczej, rozwój działalności inwestycyjnej, efekty mnożnikowe, rozwój sektora usług, który służy zarówno turystom, jak i społeczności lokalnej (handel, gastronomia, usługi sportowo-rekreacyjne), tworzenie dodatkowych miejsc pracy.

Wzrostowa dynamika PKB w wielu krajach, zmiany stylu życia ludzi oraz możliwość ich swobodnego przepływu między poszczególnymi państwami, przyczyniają się do zwiększenia wymagań, jakie turyści stawiają oferowanym im produktom turystycznym. W odniesieniu do bazy hotelarskiej ważne jest już nie tylko odpowiednie nasycenie danego obszaru obiektami noclegowymi, ale również zakres oraz jakość świadczonych przez nie usług.

W kontekście tego co napisano powyżej, głównym celem niniejszego opracowania jest przedstawienie stanu bazy noclegowej w mieście Tarnowie.

2. Ogólne informacje o hotelarstwie

Hotelarstwo (za Witkowskim, 2002, s. 10), definiowane jest jako „społecznie zorganizowana działalność usługowa, polegająca na udzielaniu gościny przyjezdnym. Zaspokaja ono potrzebę wypoczynku, pożywienia, noclegu, higieny, opieki nad zdrowiem i mieniem, rozrywek kulturalnych i łączności z otoczeniem. Hotelarstwo jest podstawową branżą turystyki, jako gałęzią gospodarki narodowej. Jest to również zawód, polegający na świadczeniu usług udzielania gościny”. Jego istotą jest gościnność świadczona odpłatnie, co implikuje pewne zobowiązania, które hotel musi wypełnić względem swoich gości, m.in. (Witkowski, 2002, s. 24):

- zapewnienie bezpieczeństwa pobytu dla gościa i jego mienia,
- zapewnienie standardów na poziomie co najmniej takim, jaki wynika z klasyfikacji i kategoryzacji obiektu,
- zapewnienie dobrej atmosfery pobytu oraz wysokiego poziomu kwalifikacji zawodowych i dyspozycji etycznych zatrudnionych pracowników.

Hotele świadczą na rzecz swoich klientów usługi hotelarskie, pod pojęciem których rozumiemy zespół różnych działań personelu hotelowego względem podróżnych, realizowanych za pomocą specjalistycznych urządzeń technicznych (Sidoriewicz, 2008, s. 24). Zakres usług hotelarskich jest bardzo szeroki, co wynika ze zróżnicowania popytu turystycznego oraz odmienności zadań realizowanych przez różne obiekty (Gaworecki, 2003, s. 254). Ze względu na zakres ich świadczenia możemy podzielić je na (Gaworecki, 2003, s. 315–316):

- usługi noclegowe, uznawane za usługi hotelarskie *sensu stricto*, a polegają na odpłatnym udzielaniu gościom noclegów w warunkach bezpieczeństwa i higieny,
- usługi gastronomiczne, związane z prowadzeniem przez niektóre obiekty zakładów gastronomicznych (stołówek, restauracji, kawiarni) oraz z podawaniem gościom posiłków w pokojach,
- usługi dodatkowe, będące uzupełnieniem powyższych grup i stanowiące swasty konglomerat różnorodnych usług, np. czyszczenie obuwia i ubrań, przechowywanie bagażu, wypożyczanie sprzętu, sprzedaż pamiątek, czy usługi fryzjerskie, kosmetyczne, zdrowotne, rekreacyjne.

Najbardziej ogólnym terminem w analizowanym obszarze jest baza noclegowa, którą tworzą obiekty noclegowe oferujące podróżnym nocleg w pokojach lub innych pomieszczeniach. Liczba oferowanych miejsc musi być jednak wyższa niż pewne określone minimum, a wszystkie miejsca w obiekcie muszą podlegać jednemu zarządowi na zasadach komercyjnych (Kowalczyk, 2001, s. 16). Obecnie funkcjonują dwie klasyfikacje rodzajowe bazy noclegowej (Werner i Mikułowski, 2003, s. 9). Pierwszą definiuje ustawa o usługach turystycznych (Ustawa, 1997), która wydzieliła w bazie obiekty hotelarskie, zaliczając do nich: hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska, schroniska młodzieżowe, kempingi, pola biwakowe oraz inne obiekty, w których świadczone są usługi hotelarskie. Bardziej szczegółowa jest klasyfikacja Głównego Urzędu Statystycznego, która wyróżnia siedemnaście rodzajów obiektów (1998, s. 12):

a) Hotel to obiekt hotelarski zlokalizowany głównie w zabudowie miejskiej, dysponujący co najmniej 10 pokojami, posiadający większość miejsc w pokojach jedno- i dwuosobowych. Świadczy on szeroki zakres usług związanych z pobytem gości, w tym obowiązkowo usługi gastronomiczne. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii hoteli, oznaczonych gwiazdkami (najwyższa – 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka).

b) Motel to obiekt hotelarski zlokalizowany przy trasach komunikacji drogowej, który poza usługami hotelarskimi przystosowany jest także do świadczenia usług motoryzacyjnych i dysponuje parkingiem. Musi on posiadać co najmniej 10 pokoi, z których większość musi być jedno- lub dwuosobowych oraz świadczyć usługi gastronomiczne. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii moteli, oznaczonych gwiazdkami (najwyższa – 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka).

c) Pensjonat to obiekt hotelarski, świadczący usługi hotelarskie, łącznie z całodziennym wyżywieniem i dysponujący co najmniej 7 pokojami. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się pięć kategorii pensjonatów, oznaczonych gwiazdkami (najwyższa – 5 gwiazdek, najniższa – 1 gwiazdka).

d) Inny obiekt hotelowy to obiekt noclegowy, który jest podzielony na pokoje, podlega jednemu zarządowi oraz świadczy pewne usługi, w tym przynajmniej codzienne sprzątnięcie pokoi, ślanie łóżek i mycie urządzeń sanitarnych. Do obiektów

tego rodzaju może być zaliczony, np. ten, który spełnia zadania hotelu, motelu czy pensjonatu, lecz któremu nie została nadana kategoria.

e) Dom wycieczkowy to obiekt położony na obszarze zabudowanym lub w pobliżu zabudowy, posiadający co najmniej 30 miejsc noclegowych, dostosowany do samoobsługi klientów oraz świadczący minimalny zakres usług związanych z pobytom klientów. Każdy dom wycieczkowy musi posiadać przynajmniej jedną placówkę gastronomiczną. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia się trzy kategorie domów wycieczkowych, oznaczonych cyframi rzymskimi (najwyższa – I, najniższa – III).

f) Schronisko to obiekt, który jest położony poza obszarem zabudowanym, przy szlakach turystycznych, świadczący minimalny zakres usług związanych z pobytom klientów oraz posiadający co najmniej jedną placówkę gastronomiczną.

g) Schronisko młodzieżowe to obiekt, który jest przeznaczony do indywidualnej i grupowej turystyki młodzieżowej, dostosowany do samoobsługi klientów. Jest on zlokalizowany w samodzielnym budynku lub w wydzielonej jego części. W zależności od wyposażenia oraz zakresu świadczonych usług wyróżnia się trzy kategorie schronisk młodzieżowych, oznaczonych cyframi rzymskimi (najwyższa – I, najniższa – III).

h) Szkolne schronisko młodzieżowe to placówka oświatowo-wychowawcza, która umożliwia młodzieży rozwój zainteresowań i uzdolnień oraz korzystanie z różnych form wypoczynku i organizacji czasu wolnego.

i) Ośrodek wczasowy to obiekt noclegowy (lub zespół obiektów) przeznaczony i przystosowany do świadczenia wyłącznie lub głównie usług związanych z wczasami.

j) Ośrodek kolonijny to obiekt noclegowy (lub zespół obiektów), który jest przystosowany i przeznaczony do świadczenia wyłącznie lub głównie usług związanych z koloniami.

k) Ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy to obiekt noclegowy (lub zespół obiektów) przeznaczony i przystosowany do przeprowadzenia kursów, konferencji, szkoleń, zjazdów, itp. Może on być również przeznaczony do świadczenia usług wczasowych.

l) Dom pracy twórczej to obiekt, w którym są zapewnione warunki do realizacji pracy twórczej i wypoczynku twórców. Bywa on również wykorzystywany, głównie przez ich rodziny, jako ośrodek wczasowy.

m) Zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych to zespół budynków niepodpiwniczonych, posiadających nie więcej niż cztery pokoje, dostosowanych do świadczenia usług typu hotelarskiego.

n) Kemping to teren zwykle zadrzewiony, strzeżony, oświetlony, mający stałą obsługę recepcyjną i wyposażony w urządzenia (sanitarne, rekreacyjne, gastronomiczne), które umożliwiają turystom nocleg w namiotach, mieszkalnych przyczepach samochodowych oraz przyrządzanie posiłków i parkowanie pojazdów samochodowych. W zależności od wyposażenia i zakresu świadczonych usług wyróżnia

się cztery kategorie kempingów, oznaczonych gwiazdkami (najwyższa – 4, najniższa – 1).

o) Pole biwakowe to wydzielone miejsce w terenie zadrzewionym, niestrzeżone, oznakowane i ogrodzone prowizorycznie, które umożliwia turystom nocleg w namiotach. Znajdują się tutaj punkty poboru wody pitnej, oraz elementarne urządzenia sanitarne i rekreacyjne.

p) Ośrodek wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego to zespół obiektów i urządzeń zlokalizowanych niedaleko od aglomeracji miejskiej w bezpośrednim sąsiedztwie terenów o korzystnych dla uprawiania rekreacji walorach. Znajduje się on w strefie zapewniającej możliwość skorzystania z transportu publicznego i wyposażony jest zgodnie z potrzebami wypoczynku i rekreacji. Obiekty noclegowe, które wchodzi w skład ośrodka mogą być również wykorzystywane na potrzeby wczasów.

q) Zakład uzdrowiskowy to zakład opieki zdrowotnej zlokalizowany na terenie uzdrowiska. Przy udzielaniu świadczeń zdrowotnych wykorzystuje on naturalne zasoby lecznicze środowiska oraz świadczy usługi noclegowe.

r) Pozostałe niesklasyfikowane to obiekty, które podczas niepełnego ich wykorzystania zgodnie z ich przeznaczeniem lub w części, pełnią funkcję obiektu noclegowego dla turystów. Należą do nich m.in. internaty, domy studenckie, czy hotele robotnicze.

3. Charakterystyka przedmiotu badań – miasto Tarnów

Tarnów położony jest w południowo-zachodniej części Płaskowyżu Tarnowskiego, we wschodniej części województwa małopolskiego, nad rzeką Białą w pobliżu ujścia do Dunajca. Miasto pod względem administracyjnym jest gminą miejską oraz powiatem grodzkim, zajmuje obszar 72,4 km² i sąsiaduje z 17 miejscowościami, które należą do 5 gmin. Tarnów jest obok Krakowa najważniejszą aglomeracją województwa małopolskiego, a jego dużym atutem jest położenie. Krzyżują się tutaj dwa bardzo ważne europejskie szlaki handlowe, międzynarodowa trasa E4 z zachodu na wschód (przez Zgorzelec, Wrocław, Katowice, Kraków, Tarnów, Rzeszów, Medykę) z drogą krajową nr 73 z północy na południe (z Warszawy przez Kielce, Tarnów, Nowy Sącz do granicy ze Słowacją). Miasto posiada bezpośrednie połączenie kolejowe z Kijowem, Odessą, Bukaresztem, Budapesztem, Koszycami, a także Krakowem, Warszawą, Poznaniem, Szczecinem i Gdańskiem. Najbliższe lotniska znajdują się w Krakowie Balicach oraz w Jesionce koło Rzeszowa. Dużym atutem miasta, obok tranzytowego położenia, jest również mała odległość do przejść granicznych. Do granicy z Ukrainą jest 180 km, Słowacją 100 km a Niemcami 500 km. Według stanu na koniec 2007 roku w Tarnowie mieszkało 117 168 osób, z czego 52,6% to kobiety. Na jeden kilometr kwadratowy miasta przypadało zatem 1616 osób (*Raport*, 2008, s. 5).

Tarnów jest ważnym ośrodkiem gospodarczym, zwłaszcza w branży chemicznej oraz szkła użytkowego i artystycznego. Na terenie miasta zlokalizowane są także przedsiębiorstwa działające w branży elektromaszynowej, budowlanej i spożywczej. Najważniejszymi przedsiębiorstwami mającymi tu swoje siedziby są: Zakłady Azotowe w Tarnowie-Mościcach SA, Zakłady Mechaniczne Tarnów SA, Fabryka Silników Elektrycznych TAMEL SA, Huta Szkła Gospodarczego Tarnów SA, Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe TARNOKOP, Przedsiębiorstwo Przemysłu Chłodniczego FRITAR, oraz Zakłady Mechaniczne STEINHOF. W Tarnowie działa 10 079 podmiotów gospodarki narodowej. Najwięcej z nich, zgodnie z klasyfikacją PKD, znajduje się w następujących sekcjach: handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego (ok. 31%), obsługa nieruchomości oraz wynajem i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej (ok. 17%), przetwórstwo przemysłowe (ok. 9%), działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna (ok. 8%) oraz budownictwo (ok. 8%). Podmioty prowadzące działalność w obszarze bezpośredniej i pośredniej gospodarki turystycznej, znajdują się w sekcjach: transport, gospodarka magazynowa i łączność oraz hotele i restauracje. W skład pierwszej z ww. sekcji wchodzi m.in. przedsiębiorstwa transportowe, biura podróży oraz podmioty zajmujące się informacją turystyczną, usługami przewodnickimi oraz pilotażem turystycznym. Na terenie Tarnowa znajduje się 718 podmiotów należących do tej sekcji, co stanowi około 7% całości. W ramach sekcji hotele i restauracje działa 195 jednostek, czyli niemal 2% wszystkich, zlokalizowanych na terenie miasta podmiotów gospodarki narodowej (*Raport*, 2008, s. 5).

Bardzo korzystna jest sytuacja na rynku pracy. Na koniec 2007 roku stopa bezrobocia w mieście wynosiła 6,6%, przy średniej dla Małopolski – 8,8%, oraz 11,2% dla całej Polski. Większość osób bezrobotnych stanowią kobiety (niemal 65%). Większa część pracujących mieszkańców Tarnowa zatrudniona jest w sektorze publicznym (56%) i zajmuje się świadczeniem usług (52%) (*Raport*, 2008, s. 14–19).

Na terenie miasta znajduje się wiele unikatowych zabytków, do których zaliczyć można m.in.: zabudowę rynku Starego Miasta, bazylikę katedralną, ratusz, dom Mikołajowskich, bimę – pozostałość po starej synagodze, młyn Szancera, ruiny zamku Tarnowskich, klasztor i zakon ojców Bernardynów, Cmentarz Żydowski, Stary Cmentarz oraz kościół pod wezwaniem Najświętszej Maryi Panny. Mieszkańcy miasta oraz turyści mogą również korzystać z infrastruktury sportowej miasta, tj.: hal sportowo-widowiskowych, pływalni krytych oraz letnich basenów kąpielowych, stadionów piłkarskich, lekkoatletycznych i żużlowych, kortów tenisowych oraz lodowiska (*Raport*, 2008, s. 55).

4. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w Tarnowie

W roku 2007 w Polsce było 6718 obiektów noclegowych, z czego około 68% stanowiły obiekty o charakterze całorocznym. Oferowały one turystom 582 105 miejsc noclegowych, w tym ponad 61% miało charakter całoroczny. Rozmieszczenie obiektów charakteryzowało się dużym zróżnicowaniem przestrzennym. Największa ich liczba zlokalizowana była w województwach: zachodniopomorskim, małopolskim oraz pomorskim. Najgorzej rozwiniętą bazą noclegową charakteryzowały się województwa: polskie, świętokrzyskie oraz podlaskie (tablica 1).

Tablica 1

Charakterystyka bazy noclegowej w poszczególnych województwach Polski w 2007 roku

Województwo	Liczba obiektów	Liczba obiektów całorocznych	Liczba pokoi w hotelach	Liczba miejsc noclegowych	Liczba miejsc noclegowych całorocznych
Dolnośląskie	720	669	10 233	46 990	42 684
Kujawsko-pomorskie	307	188	3 705	24 657	15 089
Lubelskie	307	179	2 880	18 997	10 613
Lubuskie	319	189	3 782	22 684	11 055
Łódzkie	219	174	4 482	16 099	12 280
Małopolskie	843	736	12 143	64 127	55 044
Mazowieckie	320	281	13 125	35 818	31 180
Opolskie	121	94	1 227	7 891	5 179
Podkarpackie	336	247	2 881	20 652	15 696
Podlaskie	169	103	1 650	11 349	6 396
Pomorskie	807	352	7 440	85 947	29 862
Śląskie	394	357	7 926	33 292	30 459
Świętokrzyskie	129	109	2 307	9 831	7 613
Warmińsko-mazurskie	371	198	5 594	38 231	19 101
Wielkopolskie	508	333	7 767	36 538	23 043
Zachodniopomorskie	848	366	6 802	109 002	41 739
Ogółem:	6718	4575	93 944	582 105	357 033

Źródło: Zasoby bazy noclegowej w 2007 roku – dane ogólne według województw, 2008.

Tablica 2

Charakterystyka bazy noclegowej województwa małopolskiego w 2007 roku

Rodzaj obiektu	Liczba obiektów	Liczba obiektów całorocznych	Liczba pokoi w hotelach	Liczba miejsc noclegowych	Liczba miejsc noclegowych całorocznych
Hotele*****	6	6	903	1669	1669
Hotele****	16	16	1442	2851	2851
Hotele***	88	88	4404	8787	8787
Hotele**	52	52	2538	5826	4287
Hotele*	14	14	507	1079	1079
Hotele bez*	4	4	107	213	213
Hotele razem	180	180	9901	20 425	18 886
Motele	11	11	197	436	436
Pensjonaty	60	60	1342	3077	3027
Inne hotelowe	35	32	703	1859	1646
Domy wycieczkowe	13	13	0	807	807
Schroniska	26	25	0	1350	1278
Schroniska młodzieżowe	6	5	0	537	513
Szkolne schroniska młodzieżowe	36	18	0	2132	1347
Ośrodki wczasowe	133	122	0	9249	8746
Ośrodki kolonijne	11	9	0	604	515
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	68	65	0	5605	5081
Domy pracy twórczej	13	13	0	405	405
Ogólnodostępne domki turystyczne	14	6	0	866	423
Kempingi	13	2	0	1570	410
Pola biwakowe	13	0	0	963	0
Ośrodki wypoczynku weekendowego	6	5	0	495	475
Zakłady uzdrowiskowe	37	36	0	4756	4626
Inne niesklasyfikowane	168	134	0	8991	6423
Ogółem:	843	736	12 143	64 127	55 044

Źródło: Zasoby bazy noclegowej w 2007 roku – dane ogólne według województw, 2008.

W województwie małopolskim w roku 2007 zarejestrowane były 843 obiekty, w tym niemal 90% z nich dostępna była przez cały rok. Pośród nich najliczniejszą grupę stanowiły hotele (około 21% całości), którym najczęściej nadawano kategorię oznaczoną trzema lub dwoma gwiazdkami. Co piąty obiekt noclegowy w Małopolsce to obiekt niesklasyfikowany, a co szósty to ośrodek wczasowy. Wszystkie małopolskie obiekty oferowały swoim gościom 64 127 miejsc noclegowych, z czego ponad 85% miało charakter całoroczny (tablica 2).

W Tarnowie w roku 2007 zlokalizowanych było zaledwie osiem obiektów noclegowych, z których siedem miało charakter całoroczny. Trzy spośród nich to hotele (jeden cztero- i dwa trzygwiazdkowe) a dwa obiekty niesklasyfikowane. Bazę noclegową tworzyły również jeden trzygwiazdkowy pensjonat, jeden kemping oraz jeden inny obiekt hotelowy. Do dyspozycji gości było 567 miejsc noclegowych, w tym 497 całorocznych. Najwięcej, bo ponad 62% wszystkich miejsc oferowały hotele (tablica 3).

Tablica 3

Charakterystyka bazy noclegowej Tarnowa w 2007 roku

Rodzaj obiektu	Liczba obiektów	Liczba obiektów całorocznych	Liczba miejsc noclegowych	Liczba miejsc noclegowych całorocznych
Hotele	3	3	355	355
Pensjonaty	1	1	14	14
Inne obiekty hotelowe	1	1	49	49
Kempingi	1	0	70	0
Pozostałe obiekty niesklasyfikowane	2	2	79	79
Ogółem:	8	7	567	497

Źródło: Dane za rok 2007 dla Tarnowa w kategorii turystyka, 2008.

Z wszystkich obiektów noclegowych zlokalizowanych na terenie miasta skorzystało 37 438 osób, z czego 25% stanowili turyści zagraniczni. Najwięcej z nich (ponad 70%), zatrzymywało się w hotelach. W analizowanym roku udzielono 65 162 noclegów, w tym 13 549 obcokrajowcom. Przeciętny turysta zatrzymywał się zatem w Tarnowie średnio na około 1,75 dnia. Mieszkańcy naszego kraju spędzali tu średnio około 1,86 dnia, natomiast obcokrajowcy około 1,4 dnia (tablica 4).

Tabela 4

Liczba korzystających z obiektów noclegowych oraz udzielone noclegi w Tarnowie w 2007 roku

Rodzaj obiektu	Korzystający z noclegów ogółem	Korzystający z noclegów turyści zagraniczni	Udzielone noclegi ogółem	Udzielone noclegi turystom zagranicznym
Hotele	26 517	8700	37 848	11 953
Pensjonaty	1012	231	1630	511
Inne obiekty hotelowe	7331	424	11 423	616
Kempingi	1030	273	2381	428
Pozostałe obiekty niesklasyfikowane	1548	26	11 880	41
Ogółem:	37 438	9654	65 162	13 549

Źródło: Dane za rok 2007 dla Tarnowa w kategorii turystyka, 2008.

5. Zakończenie

Baza noclegowa jest niezwykle istotnym komponentem produktu turystycznego, komplementarnym względem innych jego części oraz współdecydującym o jego atrakcyjności dla turystów. Jak wykazano w niniejszej pracy, Tarnów charakteryzuje się małym nasyceniem tego rodzaju obiektami, co przyczynia się do niepełnego wykorzystania potencjału turystycznego miasta. Budowa obiektów hotelarskich cechuje się dużą kapitałochłonnością i bardzo często obarczona jest wysokim ryzykiem, związanym z sezonowym ich wykorzystaniem oraz niestabilnością popytu turystycznego. Aby zminimalizować to ryzyko niezbędne jest prowadzenie przez władze różnych szczebli racjonalnej polityki turystycznej. Tylko działania mające na celu ułatwienie procesu inwestycyjnego oraz pobudzanie przedsiębiorczości na danym obszarze spowodować mogą zaangażowanie prywatnych przedsiębiorstw w budowę infrastruktury turystycznej, w tym również obiektów noclegowych. Bogata i zróżnicowana oferta turystyczna miasta może przyczynić się wówczas do ukształtowania się właściwej wielkości popytu na dobra i usługi turystyczne. W konsekwencji należy spodziewać się wystąpienia różnorodnych korzyści związanych z turystyką, przyczyniających się do rozwoju miasta i poprawy jakości życia jego mieszkańców.

Bibliografia

- Dane za rok 2007 dla Tarnowa w kategorii turystyka*. 2008. Bank Danych Regionalnych [online]. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. [dostęp: 2008-12-29]. Dostępny w Internecie: http://www.stat.gov.pl/bdr_n/app/dane_cechter.
- Gaworecki W. 2003. *Turystyka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1471-5.
- Kowalczyk A. 2001. *Geografia turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-13047-4.
- Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki*. 1998. Warszawa: GUS – Departament Warunków Życia. ISSN 83-7027-172-3.
- Raport o stanie miasta Tarnowa za rok 2007*. 2008. [online]. Tarnów: Urząd Miasta Tarnowa, [dostęp: 2008-12-29]. Dostępny w Internecie: http://www.tarnow.pl/urząd_miasta.
- Sidorkiewicz M. 2008. *Podstawowa terminologia związana z hotelarstwem*. W: A. Panasiuk, D. Szostak (red.) *Hotelarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 978-83-01-15367-0.
- Ustawa [1997] z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych. Tekst jedn. Dz. U. z 2004 r., nr 223, poz. 2268.
- Werner Z., Mikułowski B. 2003. *Baza noclegowa w Polsce i jej wykorzystanie w 2002 roku*. Warszawa: Instytut Turystyki. ISBN 83-88376-41-1.
- Witkowski C. 2002. *Hotelarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej. ISBN 83-86990-27-9.
- Witt S., Moutinho L. 1989. *Tourism. Marketing and Management Handbook*. London: Prentice-Hall International.
- Zasoby bazy noclegowej w 2007 roku – dane ogólne według województw 2008*. [online]. Warszawa: Instytut Turystyki. [dostęp: 2008-12-29]. Dostępny w Internecie: <http://www.intur.com.pl/bazy/obiekty>.

Specification of Accommodation Facilities in Tarnów

Summary: Tourism very often plays a significant role in the social and economic development processes in many towns and cities. Although the primary factor of tourism development is the presence of natural tourist qualities, it would not be possible to gain any benefits for such areas without the appropriately developed accommodation facilities. The dissertation presents the condition of accommodation facilities in Tarnów. In 2007, there were only eight accommodation facilities situated in the city: three hotels; two unclassified facilities; one boarding house; one campsite; and another hotel facility. There were 567 beds available, 37,438 guests used all the accommodation facilities situated within the city. An average tourist stayed in Tarnów for approximately 1.75 days. The low saturation of the city in accommodation facilities is a serious obstacle to tourism development in this area. To change this, numerous actions should be taken aimed at development of the accommodation infrastructure.

Key words: tourism, tourist infrastructure, hotel management, accommodation facilities, Tarnów

KAZIMIERZ MROZOWICZ, JUSTYNA PELC*

Zarządzanie gospodarką turystyczną w kontekście organizacji i legislacji polskiego systemu ochrony przyrody

Słowa kluczowe: zarządzanie gospodarką turystyczną, turystyka zrównoważona

Streszczenie: Przyroda w swej formie ożywionej i nieożywionej jest warunkiem koniecznym istnienia gospodarki turystycznej, w pewnym sensie jest podstawowym składnikiem produktu turystycznego. Dlatego uznano, że warto dokonać analizy mechanizmów legislacyjnych, które warunkują od strony prawnej zabezpieczenie jakości głównych zasobów produkcyjnych gospodarki turystycznej w Polsce. Produktywne zarządzanie, jego efektywność ekonomiczna i organizacyjna, wymagają niejakiej znajomości reguł ustawodawczych w zakresie tworzenia warunków dla rozwoju turystyki zrównoważonej.

1. Wstęp

Autorzy niniejszego opracowania koncentrują się na charakterystyce legislacyjnych uwarunkowań organizacji oraz zarządzania polskim systemem ochrony przyrody. W zakresie przyjętej konwencji metodologicznej dokonano kwerendy oraz analizy materiałów źródłowych. Rozważania mają charakter aplikacyjny i propedeutyczny, dlatego w przedmiocie rozważań uwagę skupiono na kwestiach podstawowych.

* Dr Kazimierz Mrozowicz – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Katedra Zarządzania; wykładowca, PWSZ w Jarosławiu, Instytut Turystyki, konsultant ds. zarządzania zasobami ludzkimi GOPR; Justyna Pelc – studentka zarządzania, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Koło Naukowe Zarządzania „Behemot”.

2. Pojęcie turystyki i gospodarki turystycznej

W polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu funkcjonuje szereg definicji turystyki. Dyskusje na ten temat toczą od dłuższego czasu, lecz w praktyce nadal stosowane są rozmaite definicje tego zjawiska. Coraz częściej miewa się wrażenie, że jednoznaczna definicja turystyki, która satysfakcjonowałaby wszystkich jest wręcz niemożliwa do skonstruowania.

Światowa Organizacja Turystyki opracowała dla celów statystycznych definicję turystyki, którą przyjęto także w Polsce. Według tej definicji „turystyka obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, zawodowych lub innych nie dłużej niż rok (bez przerwy) poza swoim codziennym otoczeniem z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa”.

Z ostatnią częścią tej definicji polemizuje K. Przeclawski stwierdzając, że „wbrew wielu funkcjonującym definicjom nie ma dostatecznych podstaw, aby z turystyki wykluczyć wyjazdy powiązane z działalnością zarobkową” (Przeclawski, 1996, s. 14). Wynika to z faktu korzystania przez uczestników podróży z usług hoteli, obiektów gastronomicznych, środków komunikacji, a często z innych usług oraz atrakcji turystycznych na równi z zachowaniami konsumpcyjnymi typowymi dla uczestników ruchu turystycznego. Nie sposób nie zgodzić się z tą opinią, tym bardziej że zjawisko uczestnictwa osób podróżujących służbowo jest zjawiskiem coraz szerzej opisywanym i coraz lepiej poznanym (Przeclawski, 1996, s. 16).

Dla potrzeb badań naukowych uwzględniane są także inne aspekty dotyczące zjawiska turystyki. Wyrazem tego są dla przykładu definicje podkreślające relacje pomiędzy społecznością odwiedzającą a społecznością odwiedzaną. Przykładem może być definicja wspomnianego autora, w której określił turystykę w szerokim znaczeniu: „jako całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia, oraz wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym” (Przeclawski, 1997, s. 12–21).

Należy dodać, że czynności gospodarcze gwarantujące sprawny rozwój turystyki tworzą pewną całość gospodarczą o wyraźnych powiązaniach wewnętrznych, którą definiuje się od strony ekonomicznej jako „gospodarkę turystyczną” (Łazarrek, 2004, s. 154). Gaworecki określa ją jako „kompleks różnorodnych funkcji gospodarczych bezpośrednio lub pośrednio rozwijanych w celu zaspokojenia wzrastającego zapotrzebowania człowieka na dobra i usługi turystyczne” (Gaworecki, 1998, s. 161).

3. Istota polityki ekologicznej

Polityka ekologiczna ma za zadanie prowadzić do zapewnienia wysokiej jakości życia i zdrowia ludzi poprzez ochronę środowiska. Jest to świadoma oraz celowa

działalność państwa, samorządu terytorialnego oraz podmiotów gospodarczych w zakresie proekologicznego zarządzania środowiskiem, jego walorami i zasobami oraz kształtowaniem i ochroną ekosystemów. Bez wątpienia jest to determinanta atrakcyjności turystycznej i potencjału naturalnego.

Prowadzenie ujednocionej polityki ekologicznej jest obecnie konieczne. Przede wszystkim dlatego, że wiele spośród nieprzeliczonych dóbr środowiska przyrodniczego narażone jest na degradację, dewastację, a często na zwykły wandalizm. Mają one stan prawny dobra publicznego, a jako takie narażone są na niszczycielski syndrom własności wspólnej. W dużej mierze są łatwo dostępne i na ogół nie mają ceny, a to skłania subskrybentów do nadmiernej i niekontrolowanej eksploatacji. Niektóre radykalne ruchy społeczne reprezentujące ortodoksyjny nurt „ekologii głębokiej”, wyrażają pogląd, że przedmiotem polityki ekologicznej powinny stać się zgoła wszelkie formy życia, zaś użytkowanie ich usprawiedliwione, a także dopuszczalne byłoby wyłącznie dla zaspokojenia podstawowych potrzeb ludzkich. Zastosowanie w praktyce tej absurdalnej koncepcji równoznaczne byłoby z odrzuceniem dotychczasowych osiągnięć cywilizacyjnych i co za tym idzie całkowitym zaprzestaniem wszelkiej aktywności cywilizacyjnej oraz podporządkowaniu wszelkich symptomów egzystencji ludzkiej idei ochrony przyrody. To oczywiście non-sens.

W związku z tym, iż przedmiotem polityki ekologicznej są potrzeby społeczne wprowadza się ochronę obiektów, obszarów lub ekosystemów, które stanowią dziedzictwo narodowe albo są miejscem kultu, rekreacji, badań naukowych czy edukacji. Następnym elementem są potrzeby gospodarcze, których zaspokajanie jest regulowane, tak, aby nie ograniczyć możliwości zaspokajania potrzeb biologicznych oraz społecznych, a tym samym równocześnie nie hamować postępu cywilizacyjnego, co spowodowałoby ograniczenie wzrostu dobrobytu społecznego.

Polityka gospodarcza i społeczna jest istotnie powiązana z ekologiczną, ich kształtowaniem i zharmonizowaniem zajmuje się tzw. „polityka zrównoważonego rozwoju”, obejmująca wdrażanie zmian o charakterze cywilizacyjnym w sferze gospodarczej, społecznej i ekologicznej. Polityka tego typu powinna zapewnić zaspokojenie potrzeb współczesnych i przeszłych pokoleń oraz zachowanie dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Warto dodać, że zrównoważony rozwój stanowi konstytucyjną zasadę ustrojową Polski.

W pierwszej dekadzie XXI wieku eksponuje się dziesięć pryncypialnych zasad polityki ekologicznej (Poskrobko, 2007, s. 42–53). Są to:

1) Zasada zrównoważonego rozwoju, której istotą jest równorzędne traktowanie racji społecznych, ekonomicznych oraz ekologicznych, co oznacza konieczność integrowania zagadnień ochrony środowiska z ogólną polityką państwa.

2) Zasada integracji polityki ekologicznej z politykami sektorowymi, co oznacza konieczność uwzględniania w politykach sektorowych celów ekologicznych na równi z celami gospodarczymi i społecznymi.

3) Zasada równego dostępu do środowiska przyrodniczego egzemplifikowana w następujących kategoriach: sprawiedliwości międzypokoleniowej, sprawiedliwości międzyregionalnej i międzygrupowej, równoważenia szans między człowiekiem a przyrodą.

4) Zasada regionalizacji, jako: uznanie prawa samorządów terytorialnych do ustalania regionalnych wymogów ekologicznych wobec jednostek gospodarczych, regionalizowanie i adaptacja ogólnokrajowych narzędzi polityki ekologicznej, skoordynowanie polityki regionalnej z regionalnymi ekosystemami w Europie.

5) Zasada uspołecznienia polityki ekologicznej poprzez zorganizowanie instytucjonalnych, prawnych i materialnych warunków do udziału obywateli, grup społecznych oraz organizacji pozarządowych w procesie kształtowania modelu zrównoważonego rozwoju.

6) Zasada „zanieczyszczający płaci”, która oznacza, że podmiot korzystający ze środowiska jest odpowiedzialny finansowo za przestrzeganie wszystkich wymagań w zakresie jego ochrony oraz za szkody wynikające z prowadzonej działalności, bez względu na to, czy działalność ta jest zgodna z prawem, czy nie.

7) Zasada prewencji dotyczy przestrzegania następującej hierarchii przedsięwzięć ochronnych: zapobiegania powstawaniu zanieczyszczeń i innych uciążliwości; recyklingu, tj. zamykania obiegu materiałów i surowców, odzysku energii, wody oraz surowców ze ścieków i odpadów oraz gospodarczego wykorzystania odpadów zamiast ich składowania, ochrony „końca rury” z zastosowaniem zintegrowanego podejścia do ograniczania i likwidacji odpadów oraz innych zagrożeń.

8) Zasada przezorności zakłada, że wdrażanie nowych rozwiązań, w szczególności w zakresie biotechnologii i modyfikacji organizmów, powinno być podejmowane dopiero wtedy, gdy istnieje naukowo udowodniona pewność bezpieczeństwa efektów i skutków ich wdrażania oraz stosowania.

9) Zasada stosowania optymalnych oraz dostępnych uzasadnionych ekonomicznie technik i technologii.

10) Zasada subsydiarności to umiejscowienie kompetencji i uprawnień decyzyjnych, dotyczących ochrony środowiska na takim szczeblu zarządzania (wojewódzkim, powiatowym, gminnym), który zapewni skuteczne i efektywne podejmowanie decyzji. Konkretny problem należy rozwiązywać na takim poziomie organizacji, który zapewnia jego efektywne rozwiązanie poprzez posiadanie odpowiednich kwalifikacji i kompetencji.

4. Polityka ekologiczna Polski

Opracowanie założeń polityki ekologicznej nastąpiło w pierwszym okresie transformacji ustrojowej, podczas gdy nowe władze stanęły przed koniecznością rozwiązania trudnych problemów środowiskowych. Dążono do dostosowania poli-

tyki ekologicznej do realiów rynkowych i do oparcia jej na zasadzie rozwoju zrównoważonego.

W roku 1990 opracowany został dokument rządowy *Polityka ekologiczna państwa*, zaaprobowany przez Sejm i Senat Rzeczypospolitej Polskiej. W dokumencie tym jednoznacznie określono, że obowiązek ochrony środowiska stanowi żywotny element prawidłowego gospodarowania, a wszelka działalność naruszająca go jest niezgodna z prawem. Każdy przepis prawny odnoszący się do korzystania ze środowiska i jego ochrony, w jednakowym stopniu dotyczy wszystkich podmiotów gospodarczych i musi być ściśle przestrzegany. *Polityka ekologiczna państwa* odegrała ogromną rolę stymulującą wobec wszystkich struktur państwowych w ich działaniach proekologicznych i w istotny sposób przyczyniła się do podniesienia świadomości ekologicznej społeczeństwa. Wzrosły nakłady na inwestycje ochrony środowiska. W roku 1988 wynosiły one 0,5 mld USD, w 1991 roku 0,8 mld USD, by w roku 1998 ukształtować się na poziomie 2,8 mld USD (1,6% PKB) (Stojak, 2007, s. 16).

Przy konstruowaniu dokumentu o nazwie *Druga polityka ekologiczna państwa* na lata 2001–2010 przyjęto kilka fundamentalnych zasad.

Po pierwsze, ochrona środowiska jest istotnym obowiązkiem obywateli i władz publicznych, które poprzez swoją politykę powinny zapewnić bezpieczeństwo ekologiczne współczesnemu i przyszłym pokoleniom (*Konstytucja RP*, 1997, art. 74).

Po wtóre, nadrzędną wartością w polityce państwa jest człowiek. Oznacza to, że zdrowie społeczeństwa jako całości, komfort środowiska, w którym żyją i pracują społeczności lokalne, a także życie i zdrowie każdego obywatela są głównym, niepodważalnym kryterium w realizacji polityki ekologicznej na każdym szczeblu, w miejscu pracy i zamieszkania, na szczeblach lokalnym, regionalnym i krajowym. Człowiek jest integralną częścią systemu przyrody, zaś zachowanie równowagi w tym systemie wymaga spójnego i łącznego zarządzania zarówno dostępem do zasobów środowiska oraz likwidacją i zapobieganiem negatywnych dla środowiska skutków działalności gospodarczej, jak i racjonalnym użytkowaniem zasobów przyrodniczych (Poskrobko, 2007, s. 21–40).

Bezpieczeństwo ekologiczne społeczeństwa oraz gospodarki wymaga nie tylko ochrony przed niekorzystnym oddziaływaniem na środowisko gospodarki prowadzonej na terenie Polski i poza jej granicami, lecz także zapewnienia odpowiednich zasobów dyspozycyjnych wody, zachowania rolniczej przestrzeni produkcyjnej, zwiększenia lesistości kraju oraz zwiększenia powierzchni obszarów chronionych. Trzeba dodać, że Polska zachowała znaczne obszary o bogatej różnorodności biologicznej, stosunkowo korzystny stan populacji różnych gatunków, ich ras, odmian i form występujących w siedliskach otwartych, na obszarach leśnych, rolnych i na nieużytkach (Poskrobko, 2007, s. 21–40).

5. Instytucjonalizacja zarządzania ochroną przyrody w Polsce

Organa ochrony przyrody mają układ hierarchiczny, struktura organizacyjna przypomina strukturę sztabowo-liniową, uznawaną za wystarczająco wydajną (szerzej zob. Koźmiński, Piotrowski, 1999). Pytanie, czy jest nią naprawdę? Otóż silnie zetatyzowana struktura poziomów samorządowych i znaczna liczba komórek oraz stanowisk funkcjonalnych wydaje się nie potwierdzać podobnego stwierdzenia. Tendencja do rozrastania się struktur organizacyjnych jest charakterystyczną cechą biurokracji.

Szczeble zarządzania w ujęciu generalnym tworzą: minister właściwy do spraw środowiska, wojewodowie, starostowie, prezydenci miast, burmistrzowie oraz wójtowie. Zakres zadań, odpowiedzialności oraz kompetencji i strukturę zależności hierarchicznych określa ustawodawstwo z 2004 roku (Ustawa, 2004, rozdz. 5, art. 921–991; Konstytucja RP, 1997, art. 74).

Minister właściwy do spraw środowiska wykonuje zadania organu administracji rządowej w zakresie ochrony przyrody przy pomocy Głównego Konserwatora Przyrody, pełniącego obowiązki sekretarza lub podsekretarza stanu w urzędzie podlegającym temu ministrowi. Głównego Konserwatora Przyrody powołuje oraz odwołuje Prezes Rady Ministrów na wniosek ministra właściwego do spraw środowiska.

Na szczeblu wojewódzkim wojewoda wykonuje zadania organu administracji rządowej w zakresie ochrony przyrody przy pomocy wojewódzkiego konserwatora przyrody. Zadania wojewody w zakresie ochrony przyrody na terenie parku narodowego wykonuje dyrektor tego parku.

Organami opiniodawczo-doradczymi w zakresie ochrony przyrody są:

- a) Państwowa Rada Ochrony Przyrody, działająca przy ministrze właściwym do spraw środowiska.
- b) Wojewódzka rada ochrony przyrody, działająca przy wojewodzie.
- c) Rada naukowa parku narodowego przy dyrektorze parku narodowego.
- d) Rada parku krajobrazowego lub rada zespołu parków krajobrazowych przy dyrektorze parku krajobrazowego lub dyrektorze zespołu parków krajobrazowych.

Członków Państwowej Rady Ochrony Przyrody (40 osób) na kadencję trwającą pięć lat powołuje, w drodze zarządzenia, minister właściwy do spraw środowiska spośród działających na rzecz ochrony przyrody przedstawicieli nauki, praktyki oraz organizacji ekologicznych. Państwowa Rada Ochrony Przyrody wybiera spośród swojego grona przewodniczącego i zastępców oraz uchwała regulamin działania.

Do zadań Państwowej Rady Ochrony Przyrody należy w szczególności:

- a) Ocena realizacji ustawy;
- b) Opiniowanie strategii, planów i programów dotyczących ochrony przyrody;

- c) Ocena realizacji krajowej strategii ochrony i zrównoważonego użytkowania różnorodności biologicznej;
- d) Opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących ochrony przyrody;
- e) Przedstawianie wniosków i opinii w sprawach ochrony przyrody;
- f) Popularyzowanie ochrony przyrody.

Wydatki związane z działalnością Państwowej Rady Ochrony Przyrody są pokrywane z budżetu państwa z części, której dysponentem jest minister właściwy do spraw środowiska.

Członków wojewódzkich rad ochrony przyrody w liczbie od 20 do 30 osób na kadencję trwającą pięć lat powołują, w drodze zarządzenia, wojewodowie spośród działających na rzecz ochrony przyrody przedstawicieli nauki, praktyki, organizacji ekologicznych i Państwowego Gospodarstwa Leśnego Lasy Państwowe, a także sejmiku województwa. Są to jak widać ciała wysoce narażone na upolitycznienie oraz nepotyzm.

Wojewódzka rada ochrony przyrody wybiera spośród siebie przewodniczącego i zastępców oraz uchwała regulamin działania.

Do zadań wojewódzkiej rady ochrony przyrody należy w szczególności:

- a) Ocena realizacji zadań w zakresie ochrony przyrody;
- b) Opiniowanie projektów aktów prawnych w zakresie ochrony przyrody wydawanych przez wojewodę;
- c) Przedstawianie wniosków i opinii w sprawach ochrony przyrody;
- d) Opiniowanie planów rozwoju i strategii wojewódzkich w zakresie ochrony przyrody.

Wydatki związane z działalnością wojewódzkiej rady ochrony przyrody są pokrywane z budżetu państwa z części, której dysponentem jest wojewoda.

Członków rad naukowych parków narodowych (10–20 osób) na kadencję trwającą 5 lat powołuje, w drodze zarządzenia, minister właściwy do spraw środowiska spośród działających na rzecz ochrony przyrody przedstawicieli nauki, praktyki i organizacji ekologicznych oraz właściwych miejscowo samorządów wojewódzkich i samorządów gminnych.

Rada naukowa parku narodowego wybiera ze swojego grona przewodniczącego i zastępcę oraz uchwała regulamin swego działania. Do zadań rady naukowej parku narodowego należy w szczególności:

- a) Ocena stanu zasobów, tworów i składników przyrody;
- b) Opiniowanie projektu planu ochrony i zadań ochronnych;
- c) Ocena realizacji ustaleń planu ochrony, rocznych zadań ochronnych oraz skuteczności zabiegów ochronnych;
- d) Opiniowanie programów badawczych oraz naukowych w zakresie ochrony przyrody;
- e) Przedstawianie wniosków oraz opinii w sprawach ochrony przyrody oraz funkcjonowania parku narodowego.

Wydatki związane z działalnością rady naukowej parku narodowego są pokrywane z budżetu państwa, z części przeznaczanej na działalność parków narodowych.

Członków rady parku krajobrazowego lub rady zespołu parków krajobrazowych w liczbie od 10 do 20 na kadencję trwającą pięć lat powołuje, w drodze zarządzenia, wojewoda spośród działających na rzecz ochrony przyrody przedstawicieli nauki, praktyki i organizacji ekologicznych oraz przedstawicieli właściwych miejscowo samorządów wojewódzkich, samorządów gminnych i organizacji gospodarczych.

Członków rady parku krajobrazowego lub rady zespołu parków krajobrazowych położonych na terenie kilku województw powołuje wojewoda tego województwa, na którego obszarze znajduje się największa część parku lub zespołu parków, w porozumieniu z pozostałymi wojewodami.

Rada parku krajobrazowego lub rada zespołu parków krajobrazowych wybiera ze swojego grona przewodniczącego i zastępców oraz uchwała regulamin działania. Do zadań rady parku krajobrazowego lub rady zespołu parków krajobrazowych należy w szczególności:

- a) Ocena stanu zasobów, tworów i składników przyrody, wartości kulturowych oraz ustaleń programów ochrony przyrody;
- b) Opiniowanie projektu planu ochrony;
- c) Ocena realizacji ustaleń planu ochrony i innych zadań z zakresu ochrony przyrody;
- d) Opiniowanie i ocena realizacji projektów i programów działalności parku krajobrazowego lub zespołu parków krajobrazowych w zakresie ochrony przyrody, edukacji, turystyki i rekreacji.

Wydatki związane z działalnością rady parku krajobrazowego lub rady zespołu parków krajobrazowych są pokrywane z budżetu państwa, z części której dysponentem jest właściwy wojewoda.

5.1. Zarządzanie ochroną przyrody na szczeblu terenów chronionych

Działalnością parku narodowego kieruje dyrektor, którego powołuje minister właściwy do spraw środowiska. Powołanie na to stanowisko na okres pięciu lat odbywa się w trybie konkursu. Do konkursu mogą przystąpić kandydaci posiadający dyplom ukończenia studiów wyższych na jednym z wymienionych kierunków: biologia, geografia, geologia, leśnictwo, ochrona środowiska lub rolnictwo, a także co najmniej dziesięcioletnie kierunkowe doświadczenie zawodowe i trzyletni staż na stanowisku kierowniczym.

Komisja konkursowa powoływana jest przez ministra właściwego do spraw środowiska. W jej skład wchodzi: przedstawiciel marszałka danego województwa,

dwóch przedstawicieli Państwowej Rady Ochrony Przyrody i dwóch pracowników z urzędu ministra właściwego do spraw środowiska.

Dyrektor parku narodowego realizuje plan ochrony, wydaje zarządzenia dotyczące sposobu korzystania z parku w celach edukacyjnych, naukowych oraz turystycznych. Ma on prawo prowadzenia postępowań z zakresu ochrony przyrody oraz udziału w rozprawach sądów powszechnych w charakterze oskarżyciela publicznego.

Służba parku narodowego zajmuje się ochroną mienia parku narodowego oraz zwalczaniem przestępczości. Do zadań służb parku narodowego należy:

- a) Prowadzenie muzeum przyrodniczego i ośrodków informacji oraz edukacji, publikowanie materiałów promocyjnych oraz informacyjnych;
- b) Prowadzenie badań naukowych i rozpoznawanie różnorodności biologicznej, określanie skuteczności, sposobów i metod ochrony przyrody;
- c) Realizacja zadań i planów ochrony;
- d) Udostępnienie parku do celów rekreacyjnych i turystycznych, naukowych oraz sportowych i edukacyjnych;
- e) Utrzymanie infrastruktury technicznej parku w należyłym stanie.

5.2. Formy organizacyjne obszarów chronionych

Parki krajobrazowe wraz z parkami narodowymi, rezerwatami przyrody oraz obszarami chronionego krajobrazu, tworzą system obszarów chronionych, jako układ przestrzenny wzajemnie uzupełniających się form ochrony przyrody, stosownie do krajowej strategii ochrony przyrody.

Utworzenie parku krajobrazowego następuje w drodze wydania rozporządzenia wojewody. Parki krajobrazowe zajmują obecnie powierzchnię 1971,5 tys. ha, co stanowi 6,3% powierzchni kraju. Według stanu na dzień 31 grudnia 1997 r. mamy w Polsce 102 parki krajobrazowe.

Parki narodowe stanowią najbardziej rygorystyczną formę polskiego systemu ochrony przyrody. Park narodowy to chroniony obszar przyrody o powierzchni większej niż 1000 ha, obejmujący jeden lub więcej ekosystemów wcale lub niewiele przekształconych przez człowieka (*Ochrona środowiska*, 1996). Ma on szczególną wartość naukową, przyrodniczą, dydaktyczną, jak też turystyczną. Według stanu na dzień 31 grudnia 1997 roku powierzchnia 22 parków wynosiła 270,1 tys. ha, co stanowi 0,9% powierzchni kraju (zob. tablica 1).

Utworzenie parku narodowego następuje w drodze rozporządzenia Rady Ministrów na podstawie wspomianej już wcześniej ustawy o ochronie przyrody. Rozporządzenie określa nazwę parku, obszary wchodzące w jego skład i strefy tworzące otulinę parku wraz z opisem ograniczeń oraz zakazów (Ustawa, 2004, rozdz. 2, art. 37). Jednostką nadzorującą działalność parku narodowego jest Krajowy Zarząd Parków Narodowych.

Podstawowe rodzaje ochrony stosowane na terenach parków narodowych to: ochrona ścisła – w której całkowicie wyeliminowano ingerencję człowieka oraz ochrona częściowa – dopuszczająca tylko uzasadnioną ingerencję, która ma na celu przywrócenie naturalnego stanu. Warto wspomnieć, że bardziej liberalna forma ochrony jest częściej stosowana w naszym kraju.

Polskie parki narodowe, mimo swojej stosunkowo niewielkiej powierzchni, reprezentują wysokie walory przyrodnicze, którymi dorównują normom światowym. Utworzenie parku narodowego następuje w drodze rozporządzenia Rady Ministrów,

Kolejną formą organizacji ochrony przyrody są rezerwy. Rezerwy przyrody są obszarem obejmującym zachowane w stanie naturalnym lub mało zmienionym ekosystemy, określone gatunki roślin, zwierząt, elementy przyrody nieożywionej, mające istotną wartość ze względów naukowych, przyrodniczych, kulturowych bądź krajobrazowych.

T a b l i c a 1

Wielkość obszarów chronionych w Polsce

Forma ochrony	Liczba obiektów	Powierzchnia (tys. ha)	Udział w ogólnej powierzchni kraju (%)
Parki narodowe	22	270,1	0,9
Parki krajobrazowe	102	1971,5	6,3
Rezerwy przyrody	1122	121,3	0,4
Obszary chronionego krajobrazu	344	5820,9	18,6
Razem	1590	8183,8	26,2

Źródło: *Ochrona środowiska*, 1996.

Rezerwy przyrody tworzone są w drodze rozporządzenia wojewody. Jeżeli obowiązek stworzenia rezerwatu wynika ze zobowiązań międzynarodowych, zaś wojewoda takiego rezerwatu nie utworzy, minister środowiska ma prawo uznać w trybie rozporządzenia za rezerwat przyrody obszar, w granicach którego znajdują się uznane za ginące gatunki roślin, zwierząt, jak też szczególnie wartościowe elementy przyrody nieożywionej o wybitnych cechach naukowo-wychowawczych, przyrodniczych, krajobrazowych lub kulturowych.

W skład spójnego ekologicznie systemu obszarów chronionych wchodzi także obszary chronionego krajobrazu, które stanowią typowe korytarze ekologiczne, umożliwiające ochronę różnorodności biologicznej na obszarze kraju. Według danych (*Rocznik Statystyczny*, 1997) obszary chronionego krajobrazu zajmują powierzchnię 5820,9 tys. ha, tj. 18,6% powierzchni kraju. Obszar chronionego krajobrazu uwzględnia się w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego.

Ochrona gatunków roślin i zwierząt z kolei ma na celu zabezpieczenie dziko występujących roślin, w szczególności gatunków rzadkich lub zagrożonych wyginięciem, jak też zachowania różnorodności gatunkowej oraz genetycznej (Pyłka-Gutowska, 1997, s. 23–41). Ochroną ścisłą objętych jest 111 taksonów różnej rangi spośród drzew, krzewów, krzewinek, roślin zielnych i grzybów (Radecki, 2005, s. 12). Ochroną częściową objętych jest 18 gatunków roślin reprezentujących porosty, krzewy, krzewinki i rośliny zielne oraz pozostałe gatunki grzybów.

Tabela 2

Wykaz parków narodowych w Polsce

Lp.	Nazwa parku	Rok utworzenia	Ogólna powierzchnia w ha
1	Białowiecki	(1932), 1947, 1977*, 1979**	10 502
2	Babiogórski	1955, 1976*	1734
3	Pieniński	(1932), 1954	2346
4	Świętokrzyski	1950	7626
5	Tatrzański	(1937), 1954, 1992*	21 164
6	Ojcowski	1956	1890
7	Wielkopolski	1957	5887
8	Kampinoski	1959	36 538
9	Karkonoski	1959, 1992*	5579
10	Woliński	1960	10 937
11	Słowiński	1967, 1977*	18 619
12	Bieszczadzki	1973, 1992*	27 064
13	Roztoczański	1974	8482
14	Gorczański	1981	6763
15	Wigierski	1989	15 113
16	Drawieński	1990	11 019
17	Poleski	1990	9648
18	Biebrzański	1993	59 223
19	Gór Stołowych	1993	6280
20	Magurski	1995	18 564
21	Bory Tucholskie	1996	4789
22	Narwiański	1996	7350

* powiększenie obszaru

** dalszy rozrost chronionego obszaru

Źródło: *Ochrona środowiska*, 1996.

Efektywność rozwoju przemysłu turystycznego w spektrum działalności oraz strategii wszelkich skali form organizacyjnych: państwa, samorządu lokalnego, podmiotów gospodarczych i wreszcie samych użytkowników produktów i usług turystycznych, zdeterminowana jest jakością oraz standardem innowacyjności w sferze zarządzania gospodarką turystyczną. Wielobarwność oraz heterogeniczność semantyczna tego terminu wraz z jego pojemnością merytoryczną sprawia, że traci się z pola widzenia konstytutywne uwarunkowania organizacyjno-prawne, pod wpływem których kształtują się i toczą procesy społeczne oraz gospodarcze w turystyce. Nowatorskie postrzeganie gospodarki turystycznej powinno opierać się na tym, że należałoby zacząć rozumieć ją jako wielowymiarową oraz sferyczną przestrzeń, zbudowaną z transdyscyplinarnych skorelowanych z sobą dziedzin wiedzy i praktyki: organizacji, polityki, ekonomii, prawa, aksjologii i warunków geospołecznych. Każda z wymienionych dziedzin widziana z osobna i ich łączne oddziaływanie wnoszą nową jakość w rozumienie złożonych procesów społeczno-ekonomicznych w turystyce.

6. Zakończenie

Efektywność rozwoju przemysłu turystycznego w spektrum działalności oraz strategii wszelkich skali form organizacyjnych: państwa, samorządu lokalnego, podmiotów gospodarczych i wreszcie samych użytkowników produktów i usług turystycznych zdeterminowana jest jakością oraz standardem innowacyjności w sferze zarządzania gospodarką turystyczną. Wielobarwność oraz heterogeniczność semantyczna tego terminu wraz z jego pojemnością merytoryczną sprawia, że traci się z pola widzenia konstytutywne uwarunkowania organizacyjno-prawne, pod wpływem których kształtują się i toczą procesy społeczne oraz gospodarcze w turystyce. Nowatorskie postrzeganie gospodarki turystycznej powinno opierać się na tym, że należałoby zacząć rozumieć ją jako wielowymiarową i sferyczną przestrzeń, zbudowaną z interdyscyplinarnych skorelowanych z sobą dziedzin wiedzy i praktyki: organizacji, polityki, ekonomii, prawa, aksjologii i warunków geospołecznych. Każda z wymienionych dziedzin widziana z osobna i ich łączne oddziaływanie wnoszą nową jakość w rozumienie złożonych procesów społeczno-ekonomicznych w turystyce.

Bibliografia

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej* z dnia 2 kwietnia 1997 r. Dz. U. z 1997 r., nr 78, poz. 438.
K o ź m i ń s k i A., P i o t r o w s k i W. 1999. *Zarządzanie: teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-12705-8.
Ochrona Środowiska. 1996. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. ISSN 0867-3217.

- Poskrobko B. 2007. *Środki zarządzania środowiskiem*. W: B. Poskrobko (red.), *Zarządzanie środowiskiem*. Warszawa: PWE. ISBN 978-83-208-1713-3.
- Przećławski K. 1996. *Spoleczne, kulturowe i wychowawcze funkcje turystyki*. W: Kongres Turystyki Polskiej. Warszawa.
- Przećławski K. 1997. *Człowiek a turystyka: zarys socjologii turystyki*. Kraków: Albis. ISBN 83-906452-0-3.
- Pyłka-Gutowska E. 1997. *Ekologia z ochroną środowiska*. Warszawa: Wydawnictwo Oświata. ISBN 83-85394-60-5.
- Radecki W. 2005. *Ochrona gatunkowa grzybów*. „Przyroda Polska” nr 9.
- Rocznik Statystyczny*. 1997. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. ISSN 0079-2780.
- Ustawa [2004] z 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody. Dz. U. z 2004 r., nr 92, poz. 880.

Tourist Economy Management within the Context of Organisation and Legislation of the Polish System of Environmental Protection

Summary: The nature, in its animate and inanimate form is the precondition of the tourist industry, in a sense the former is the basic material for the latter. Therefore we have decided that it is worthwhile executing the analysis of the legislative mechanisms which legally condition the security of the main production resources of the tourist industry in Poland. Productive management, its economic and organisational efficiency require a certain acquaintance with the legislative rules within this scope. The authors of this study are focused on the description of the legal conditionings of organisation and management in the Polish system of environmental protection.

Key words: tourist economy management, ecotourism

TURYSTYKA NA TERENACH WIEJSKICH
I OBSZARACH LEŚNYCH

ŁUKASZ POPŁAWSKI*

Gospodarstwa agroturystyczne, ekoagroturystyczne i ekologiczne jako czynnik rozwoju turystyki na obszarach chronionych województwa świętokrzyskiego

Słowa kluczowe: agroturystyka, ekoturystyka, obszary przyrodniczo cenne, województwo świętokrzyskie

Streszczenie: Rozwój turystyki wiejskiej i gospodarstw ekologicznych w Polsce w ostatnich latach jest bardzo znaczący, co stwarza potrzebę pilnego zajęcia się tą problematyką. Głównym motorem rozwoju agroturystyki jest poszukiwanie przez producentów rolnych dodatkowych źródeł dochodu. Agroturystyka to nie tylko dochód dla samego rolnika świadczącego usługi, ale także rozwój pokrewnych gałęzi z tym związanych, jak: rękodzielnictwo ludowe, przetwórstwo, różnego rodzaju usługi, gastronomia, handel. W konsekwencji prowadzi do urbanizacji zawodowej mieszkańców wsi i wzbogacenia rynku pracy. Gospodarstwa ekologiczne to natomiast naturalne zaplecze dla agroturystyki. Oprócz korzyści społecznych, wyróżnić można korzyści ekonomiczne. Rozwinięcie gospodarki turystycznej w regionach rolniczych stwarza alternatywę dla zatrudnienia pozarolniczego i rozwinięcia produkcji ekologicznej.

1. Wstęp

Szczególony wzrost znaczenia ochrony środowiska nastąpił wraz ze zmianą orientacji rozwoju. W okresie wcześniejszej orientacji zasoby naturalne były uznawane jako nie mające wartości, ze względu na błędną odnośnie do zasobów przyrody teorię wartości, według której zasoby nie będące wytworem pracy ludzkiej nie mają wartości i nie przenoszą pracy przedmiotowej (Górka i in., 1995).

* Dr inż. Łukasz Popłowski – adiunkt, Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Katedra Ekonomii.

Obecnie przyjęta idea rozwoju (koncepcja trwałego i zrównoważonego rozwoju lub trwałego rozwoju) obejmuje wymiar ekologiczny (środowiskowy), ekonomiczny i społeczny (kulturowy, demograficzny, etyczno-aksjologiczny, świadomościowy) (Poskrobko, 1998). Ponadto, trwały rozwój rozumiany jest jako zrównoważony zbiór łańdów: ekologicznego, społeczno-demograficznego, ekonomicznego, przestrzennego i politycznego. Integracja tych łańdów warunkuje realizację rozwoju zrównoważonego (Fiedor (red.), 2002). Sama definicja zrównoważonego i trwałego rozwoju była wielokrotnie dyskutowana w literaturze, a szczegółowo jest omówiona u B. Piontek (2002). W problematyce poruszającej zagadnienia ekorozwoju obszarów chronionych wiele miejsca poświęca się rolnictwu ekologicznemu i turystyce wiejskiej jako kierunkom rozwoju stwarzającym szansę dla tych terenów.

Systematyczny wzrost oraz konieczność pobudzania działalności ekologicznej na obszarach chronionych spowodowały zainteresowanie autora tą tematyką, dlatego celem niniejszej pracy jest przedstawienie roli gospodarstw agroturystycznych i ekologicznych w rozwoju turystyki na obszarach chronionych województwa świętokrzyskiego.

2. Obszary chronione w rozwoju społeczno-gospodarczym – zagadnienia teoretyczne

W Polsce istnieje wiele form ochrony przyrody zgodnie z ustawą z 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz. U. z 2004 r. nr 92 poz. 880, art. 6.1), a w szczególności parki krajobrazowe i obszary chronionego krajobrazu. Przestrzenne formy ochrony przyrody i krajobrazu obejmują 33,1% powierzchni kraju, w tym parki krajobrazowe stanowiące 8,2% (2 552 803,6 km²), tj. 25% obszarów chronionych. Na przestrzeni ostatnich lat następuje wzrost powierzchni obszarów chronionych w całości obszaru Polski od 3,5% w 1980 r. do 33,1% w 1999 r. (*Ochrona Środowiska*, 2003).

Podstawowym celem tworzenia systemu obszarów chronionych jest utrzymanie naturalnych procesów przyrodniczych, stabilności ekosystemów, a w szczególności zachowanie bioróżnorodności. Obszary chronione ze względu na swoją specyfikę podlegają specjalnym przepisom prawnym, które decydują w zależności od stopnia ochrony, o dopuszczalnej działalności człowieka. W Polsce, według obowiązujących przepisów, obszary parków krajobrazowych i chronionego krajobrazu są najbardziej predestynowane do wprowadzania idei zrównoważonego rozwoju. Ujęcie rozwoju obszarów chronionych w teorii ekonomii nie jest łatwe, wynika z różnego postrzegania czynnika ziemi w rozwoju gospodarczym.

3. Przestrzeń turystyczna a jej rozmieszczenie

Mówiąc o przestrzennym zakresie turystyki wyróżniamy w obrębie przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej przestrzeń turystyczną, czyli taką przestrzeń, w której zachodzą zjawiska turystyczne (Kowalczyk, 2000). Według Niezgody (2006) granice wyznaczają zatem pobyty turystów oraz obecność infrastruktury, tym samym oznacza to, że jedynym ograniczeniem jest występowanie walorów i atrakcji turystycznych poszukiwanych przez turystów. Gdyby rozpatrywać rozmieszczenie (odległość) od miasta problem ten jest raczej trudny do uchwycenia, ponieważ względy lokalne czy dziedzictwo kulturowe i krajobraz podlegają ocenie indywidualnej, a z drugiej strony samą atrakcją może być chęć przebywania w gospodarstwie rolnym. Według Machnik (2008) każda działalność agroturystyczna odbywa się w przestrzeni agroturystycznej, którą możemy rozpatrywać wąsko – jako teren gospodarstwa rolnego świadczącego usługi agroturystyczne, naturalnego ukształtowania terenu i zmian wynikających z działalności człowieka. Natomiast rozpatrując tę kwestię ujętą szeroko (przestrzeń agroturystyczną) zwracamy uwagę również na stan środowiska naturalnego – czystość wód i powietrza, hałas itp. Sznajder i Przezbórska (2006) rozróżniają to zagadnienie jeszcze poprzez dominację w pejzażu, gdy jest pierwszoplanowa wsi to mówimy o przestrzeni wiejskiej, przy dominacji rolnictwa – rolniczej.

Każda przestrzeń podlega określonej waloryzacji lub inwentaryzacji. Według Machnik (2008) wyróżnia się sześć czynników, które wpływają na ocenę jej wartości:

- piękno krajobrazu,
- obszary dzikiej natury i pustkowiec,
- materialne dziedzictwo kulturowe i etniczne,
- szczególnie korzystne wartości dla łowiectwa, wędkarstwa, narciarstwa, wędrowników terenowych,
- dobra dostępność dla szerokiego rynku konsumentów,
- efektywna i profesjonalna działalność promocyjna oraz handlowa, a także właściwe zarządzanie.

Spśród tych czynników, pierwszych pięć to czynniki zależne bardziej od warunków naturalnych, choć również można je w pewien sposób kształtować (zarówno wywierając wpływ pozytywny, jak i negatywny). Ostatni czynnik zależy tylko od lokalnej społeczności i innych osób związanych z działalnością agroturystyczną w regionie. Jest to zatem czynnik zmienny, gdy pozostałe traktuje się jako stałe czynniki jakości przestrzeni agroturystycznej (Sznajder, Przezbórska, 2006).

Drzewiecki (1992) zaproponował metodę waloryzacji przestrzeni agroturystycznej, w której kryteria dobrano tak, aby statystycznie odzwierciedlały czynniki ważne dla turystyki wiejskiej. Jest ona oparta na elementach materialnych, gdyż takie zostały przez autora uznane za w miarę stabilne. Przy przeprowadzaniu waloryzacji

bierze się pod uwagę następujące cechy gmin, ze względu na istniejące dane statyczne możliwe do obliczeń wskaźników:

1. gęstość zaludnienia na 1 km² użytków rolnych,
2. udział rolniczej gospodarki nieuspołecznionej w powierzchni użytków rolnych,
3. udział łąk i pastwisk w powierzchni użytków rolnych,
4. udział lasów w powierzchni całkowitej gminy,
5. udział wód w powierzchni całkowitej gminy,
6. typy osadnictwa wiejskiego,
7. udział osób utrzymujących się z działalności pozarolniczej.

W przypadku pierwszego kryterium maksymalny wskaźnik winien wynosić 80 osób, natomiast dla drugiego – być wyższy niż 60%. Ze względów psychologicznych i fitosanitarnych dobrze byłoby, aby trzeci wskaźnik kształtował się na poziomie wyższym niż 30%. Udział powierzchni zajmowanej przez lasy w gminie, dla dowolnego rodzaju turystyki, jest bardzo istotny i wskazane jest, aby zawierał się pomiędzy 30% a 60%. Również udział powierzchni wód ma duże znaczenie dla rozwoju turystyki i minimalnie powinien wynosić 5%. Ponadto udział osób zajmujących się pozarolniczą działalnością przyczynia się do atrakcyjności turystycznej, jeśli stanowi ponad 60%. Natomiast przedostatni wskaźnik – typ zabudowy wiejskiej i stopień rozproszenia zabudowy – bywa różnie oceniany, w zależności od osobistych preferencji.

Gmina mająca szanse w rozwoju turystyki i rekreacji musi spełniać co najmniej trzy kryteria. W Polsce jest około 1400 gmin kwalifikujących się jako atrakcyjne dla rozwoju agroturystyki. Powierzchnia zajmowana przez te gminy wynosi 66% powierzchni Polski (208 000 km²) i jest zamieszkiwana przez ok. 8,7 mln ludności (22% ludności kraju). Gminy atrakcyjne dla rozwoju turystyki są rozłożone nierównomiernie, kumulując się na Mazurach, Podlasiu, Pomorzu oraz na ziemi lubuskiej, w północnej Wielkopolsce, Karpatach, Sudetach i na Roztoczu (Machnik, 2008). Przestrzenny podział ze względu na położenie w regionie przedstawia tablica 1.

4. Gospodarstwa agroturystyczne i ekologiczne w Polsce

Konieczność uwzględnienia aspektów ekologicznych w działalności gospodarczej implikuje koncepcja zrównoważonego rozwoju, która jest uwzględniana we wszystkich strategicznych dokumentach rządowych i jednostek samorządowych. Idea zrównoważonego rozwoju ma szczególne znaczenie wobec przyrodniczych obszarów chronionych, które spełniają różne funkcje, a w szczególności zapewniają ochronę naturalnych wartości przyrodniczych. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich jest jednym z najważniejszych w koncepcji rozwoju w ramach Unii

Tablica 1

Liczba gospodarstw agroturystycznych w 2007 roku

Województwo	Liczba obiektów ogółem	Liczba obiektów całorocznych	liczba obiektów sezonowych	Liczba miejsc noclegowych	Liczba miejsc noclegowych całorocznych	Liczba miejsc noclegowych sezonowych
dolnośląskie	592	562	30	6475	6178	297
kujawsko-pomorskie	333	246	87	3544	2575	969
lubelskie	408	294	114	3445	2463	982
lubuskie	164	123	41	1615	1199	416
łódzkie	167	116	51	1427	1035	392
małopolskie	1590	1230	360	17927	14233	3694
mazowieckie	378	273	105	3322	2561	761
opolskie	112	84	28	1110	858	252
podkarpackie	1074	807	267	8288	6592	1696
podlaskie	929	447	182	5751	3998	1753
pomorskie	770	542	228	7565	5227	2338
śląskie	384	321	63	5296	4439	857
świętokrzyskie	255	274	81	2896	2354	542
warmińsko-mazurskie	869	597	272	8164	5432	2732
wielkopolskie	474	369	105	4703	3702	1001
zachodniopomorskie	491	343	148	5616	3862	1754

Źródło: Instytut Turystyki.

Europejskiej, a więc jego realizacja powinna dokonywać się w ramach szeroko rozumianej idei zrównoważonego rozwoju. Według J. Siekierskiego (2002) istotne znaczenie w zachowaniu równowagi środowiska przyrodniczego na obszarach wiejskich mają te kierunki zagospodarowania, które decydują o prawidłowym funkcjonowaniu środowiska przyrodniczego, tj. kanalizacja i oczyszczanie ścieków, gazyfikacja, składowanie i utylizacja odpadów, oraz promowanie ekologicznych kierunków rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich, a zwłaszcza rolnictwa integrowanego, ekologicznego oraz agroturystyki zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. W problematyce dotyczącej gospodarki rolnej na obszarach chronionych wiele miejsca poświęca się rolnictwu ekologicznemu, jak również turystyce (agroturystyce, ekoturystyce). Turystykę powszechnie uważa się za szansę

dla obszarów wiejskich w ramach wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju, która może być podstawową funkcją pozarolniczą gospodarstw i mieszkańców wsi, zwłaszcza na obszarach chronionych (parkach narodowych i krajobrazowych).

Reakcją na zagrożenie związane z rolnictwem konwencjonalnym, zwłaszcza o intensywnej produkcji (postępująca chemizacja produkcji), jest coraz silniejsze przekonanie, że tylko rolnictwo ekologiczne nie będzie prowadzić do degradacji środowiska przyrodniczego, a wytwarzana żywność będzie odpowiedniej jakości. Argumentem za takim rodzajem rolnictwa jest utrzymanie w środowisku równowagi przyrodniczej, co jest szczególnie ważne na obszarach chronionych. Wzrost popytu na produkty o najwyższej jakości i relatywnie wyższe ceny tych produktów to główne stimulatory powstawania i rozwoju gospodarstw ekologicznych.

Według danych światowej organizacji rolnictwa ekologicznego IFOAM na świecie jest już 26 milionów hektarów upraw ekologicznych, a liczba takich gospodarstw stale wzrasta. Największe przestrzenie uprawy ekologiczne zajmują w Australii i w Argentynie, a w Europie we Włoszech (ok. 1 milion ha), choć największy udział upraw ekologicznych w ogólnej powierzchni użytków rolnych ma miejsce w Austrii (ok. 11%). W Unii Europejskiej w końcu 2004 r. było ok. 5,7 miliona hektarów upraw ekologicznych, co stanowi ok. 3,5% użytków rolnych – liczba gospodarstw ekologicznych wynosiła natomiast ok. 142 tys. W Polsce na koniec 2004 r. było ok. 3,8 tys. gospodarstw ekologicznych, w tym około 2,1 tys. będących w trakcie przestawiania się, co stanowiło około 1,5% gospodarstw (w Polsce 0,2%). W ciągu 2005 r. i 2006 r. sytuacja w tym zakresie zmieniła się bardzo w Polsce – wielu nowych rolników zdecydowało się na przestawianie swoich gospodarstw (*Materiały...*, 2008).

W Polsce w 1991 roku atest posiadało 49 gospodarstw o powierzchni 550 ha, natomiast na koniec 2001 r. było ich 669 o łącznej powierzchni 14 967,4 ha. W Polsce obserwuje się dynamiczny wzrost liczby gospodarstw ekologicznych (certyfikowanych i w trakcie przestawiania), zwłaszcza po wejściu do Unii Europejskiej, i tak: w 2003, rok przed członkostwem, było 2296 gospodarstw, w 2004 r. już 3760 (oznacza to wzrost o ponad 50% w ciągu pierwszego roku członkostwa), w 2005 r. 7183 (to wzrost o blisko 100% w stosunku do roku ubiegłego – rys. 1), a w 2006 r. już 9188 gospodarstw (tempo wzrostu mniejsze – 28%). Nie tylko przybywa gospodarstw ekologicznych, ale też wzrasta liczba certyfikowanych przetwórci artykułów spożywczych, przetwarzających produkty rolnictwa ekologicznego – w 2003 r. było ich tylko 22, w końcu 2004 r. już 55, w końcu 2005 r. – 90, a na końcu 2006 r. już 156. Wyraźnie też buduje się rynek produktów z gospodarstw ekologicznych – w pierwszej połowie 2007 r. działało w Polsce co najmniej 18 hurtowni rozprowadzających taką żywność, a liczba sklepów sprzedających produkty ekologiczne była szacowana na ok. 300 w całej Polsce. Tak więc rośnie podaż tych produktów na rynku, rośnie też i popyt na nie mimo tego, iż produkty takie są przeciętnie o 50% droższe niż inne (niecertyfikowane) – jedzenie takie jest bowiem zdrowsze i smaczniejsze (Popławski, 2009).



Rys. 1. Liczba gospodarstw ekologicznych kontrolowanych w Polsce w latach 1991–2005

Źródło: *Materiały...*, 2008.

Szacuje się, iż w województwie świętokrzyskim istnieją obecnie 932 gospodarstwa prowadzące działalność ekologiczną, lokując tym samym województwo na 4 miejscu w kraju pod względem liczby gospodarstw ekologicznych. Najwięcej gospodarstw ekologicznych w regionie świętokrzyskim znajduje się w powiatach: pińczowskim, kieleckim, starachowickim i ostrowieckim. Dane te oznaczają, że liczba ekologicznych gospodarstw w tym województwie wzrosła od 2005 roku aż o 277. 659 gospodarstw otrzymało certyfikaty ekologicznych gospodarstw rolnych, nadane przez jednostki certyfikujące. Każde gospodarstwo obowiązuje system kontroli, który dotyczy producentów, przetwórców i importerów żywności. Stan gruntów rolnych na terenie województwa świętokrzyskiego jest dość dobry i charakteryzuje się niskim zanieczyszczeniem nawozami i pestycydami, oraz innymi zanieczyszczeniami przemysłowymi. Poza tym w województwie istnieją doskonałe warunki klimatyczne, które także sprzyjają rozwojowi rolnictwa w regionie, głównie rolnictwa ekologicznego. Jednostki certyfikujące, zgodnie z ustawą o rolnictwie ekologicznym (Ustawa, 2004), zostały upoważnione do przeprowadzania kontroli oraz wydawania i cofania certyfikatów zgodności w rolnictwie ekologicznym. Chociaż produkcję żywności metodami ekologicznymi podejmuje coraz więcej rolników, nadal stanowi ona zaledwie 0,6% wszystkich gospodarstw rolnych w Polsce.

5. Gospodarstwa agroturystyczne i ekologiczne w województwie świętokrzyskim

Rolnictwo ekologiczne to system gospodarowania o możliwie zrównoważonej produkcji roślinnej i zwierzęcej w ramach gospodarstwa, bazujący na środkach pochodzenia biologicznego i mineralnego, nieprzetworzonych technologicznie. W systemie tym wyklucza się stosowanie syntetycznych nawozów mineralnych, pestycydów, regulatorów wzrostu i syntetycznych dodatków do pasz. Z definicji tej wynika, że efektywność produkcji w gospodarstwach ekologicznych jest silnie uzależniona od jakości warunków siedliskowych kształtowanych przez czynniki naturalne. Uprawy ekologiczne w województwie świętokrzyskim obejmują obszar powyżej 9600 ha użytków rolnych, z czego 130 ha obejmują uprawy warzywne, a 650 ha uprawy sadownicze. W roku 2007 zaobserwowano trend wzrostu sprzedaży trzody chlewnej produkowanej zgodnie z metodami ekologicznymi, natomiast skup mleka oraz bydła opasowego pozostawał bez zmian, prawdopodobnie z powodu braku odbiorców na te produkty. Firmy skupujące artykuły z gospodarstw ekologicznych coraz częściej, obok jakości, stawiają na zakup większych partii towaru (najmniejsza partia towaru to 25 ton), co gospodarstwom o powierzchni 1 ha (a takie dominują na tym terenie), znacznie utrudnia dostęp do krajowych i zagranicznych rynków zbytu. Dlatego małe gospodarstwa ekologiczne, aby utrzymać się na rynku i by sprostać wymaganiom rynkowym łączą się w grupy producentów i również dzięki temu mogą korzystać z różnych form wsparcia. Okazuje się, że dostęp do rynków zbytu to nie jedyny problem. Istotnym zagadnieniem ograniczającym wzrost sprzedaży produktów wytworzonych w gospodarstwach ekologicznych jest brak dostępu do nasion wytworzonych zgodnie z metodami ekologicznymi, brak odmian roślin odpornych na różnego rodzaju choroby i szkodniki, a także brak ekologicznych środków do zwalczania szkodników.

Wprowadzenie w roku 1999 dotacji do kontroli gospodarstw ekologicznych oraz po wstąpieniu do UE, dotacji do powierzchni użytków rolnych i kosztów kontroli znacznie zdynamizowało proces tworzenia gospodarstw ekologicznych. W województwie świętokrzyskim liczba gospodarstw ekologicznych z certyfikatem wzrosła z 25 w 1997 roku, do 932 w roku 2007 (tabl. 2). W skali kraju, pod względem liczby gospodarstw ekologicznych, region ten zajmuje 4 miejsce. Najwięcej gospodarstw położonych jest w powiatach: pińczowskim, kieleckim, starachowickim i ostrowieckim. Średnio na jedno gospodarstwo ekologiczne w 2006 roku przypadło 6200 złotych dotacji. Największe sumy trafiły do powiatu włoszczowskiego (9418 zł), sandomierskiego (7512 zł) oraz skarżyskiego (6904 zł). Zasadniczym celem rozwoju rolnictwa ekologicznego w województwie świętokrzyskim jest produkcja żywności o jak najwyższej jakości i wartości biologicznej, wolnych od syntetycznych środków ochrony roślin, nawozów syntetycznych, żywności nieskażonej przez GMO. Produkcja ekologiczna jest prowadzona na powierzchni ponad 9000 ha użytków rolnych. Według oceny ŚODR w Modliszewicach około 5% go-

Tablica 2

Liczba gospodarstw ekologicznych w województwie świętokrzyskim

Lp.	Powiat, gmina	Liczba gospodarstw ekologicznych sztuk			w tym								
		2005	2006	2007	2005			2006			2007		
					w okresie przetawia- nia		z cer- tyfi- katem	w okresie przetawia- nia		z cer- tyfi- katem	w okresie przetawia- nia		z cer- tyfi- katem
					I rok	II, III rok		I rok	II, III rok		I rok	II i III rok	
1	Busko Zdrój	51	68	77	25	13	13	17	25	26	10	17	50
2	Jędrzejów	27	29	35	2	9	16	2	2	25	6	2	27
3	Kazimierza Wielka	4	7	11	2	0	2	0	7	0	1	3	7
4	Kielce	86	107	115	30	9	47	21	30	56	8	21	86
5	Końskie	50	67	82	37	13	0	17	37	13	15	17	50
6	Opatów	55	65	76	32	23	0	10	32	23	11	10	55
7	Ostrowiec	68	77	90	34	20	14	9	34	34	13	9	68
8	Pińczów	123	148	157	25	8	90	29	21	98	15	31	111
9	Sandomierz	8	14	18	5	2	1	6	5	3	5	4	9
10	Skarżysko	4	4	8	3	0	1	0	3	1	1	3	4
11	Starachowi- ce	89	102	124	18	0	71	13	18	71	7	15	102
12	Staszów	60	84	97	18	0	42	24	18	42	13	24	60
13	Włoszczo- wa	30	40	42	22	0	8	10	22	8	0	12	30
Razem województwo świętokrzyskie		655	812	932	253	97	305	158	254	400	105	168	659

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ochrona Środowiska*, 2003.

spodarstw ekologicznych specjalizuje się w produkcji warzyw i roślin sadowniczych. Aby sprostać wymaganiom rynku gospodarstwa ekologiczne muszą łączyć się w grupy producenckie. Aktualnie w województwie świętokrzyskim w zakresie rolnictwa ekologicznego działają:

Nadnidziańskie Stowarzyszenie Producentów Rolnictwa Ekologicznego „EKO-NIDA” – ekologiczne warzywa i owoce

Powiatowe Stowarzyszenie Producentów Rolnictwa Ekologicznego „EKOTEL” w Ostrowcu Świętokrzyskim.

Ponadto na etapie rejestracji jest grupa producentów w powiecie koneckim i buskim. Działa także kilka nieformalnych grup producentów warzyw lub owoców: borówki amerykańskiej, porzeczki czarnej, truskawki.

Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego ze swojej strony wspiera i promuje rolnictwo ekologiczne poprzez pomoc organizacyjną i finansową dla gospodarstw i grup producenckich działających w tej branży. W ramach pomocy udzielonej producentom żywności ekologicznej Urząd Marszałkowski organizuje i dofinansowuje udziały tych producentów w targach i wystawach branżowych, takich jak: Międzynarodowe Targi Biotechnologiczne „BioFach” w Norymberdze (Niemcy), Międzynarodowe Targi „Polagra” w Poznaniu, Międzynarodowe Targi Żywności Ekologicznej „Ekogala” w Rzeszowie itp.

Pojęcie agroturystyki jest pojęciem najnowszym, datuje się z przełomu lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Za czynniki najbardziej wpływające na rozwój agroturystyki przyjmuje się (Sznajder, Przezbórska, 2006):

- niskie dochody gospodarstw rolnych,
- urbanizację,
- redystrybucję dochodów ludności miejskiej do gospodarstw agroturystycznych i w konsekwencji na całą ludność wiejską,
- stan infrastruktury wiejskiej i wiążący się z tym poziom jej „urbanizacji” w politykę lokalnych władz samorządowych.

Domeną agroturystyki jest przestrzeń zapewniająca bliskość natury i swobodę poruszania się, ograniczająca kontakt z anonimowym tłumem i stwarzająca możliwość kontaktu z innymi osobami (zarówno mieszkańcami, jak i innymi turystami). Sprzyja ona także uprawianiu sportu i rekreacji na świeżym powietrzu. Charakteryzuje się małą skalą występowania, ułatwiając nawiązywanie wzajemnych więzi, dzięki którym ponowne przyjazdy w przyszłości stają się bardziej prawdopodobne. Jej nagły rozwój był efektem przemian społeczno-gospodarczych, wyzwających poszukiwania nowych sposobów pozyskiwania dochodów. Wówczas też zaczęły powstawać Ośrodki Doradztwa Rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne, programy pomocowe itp. (Wiatrak, 2003).

Wzajemne relacje pomiędzy poszczególnymi formami turystyki związanej z obszarami wiejskimi i pozostałymi formami turystyki przedstawia Machnik (2008).

Korzyści ekonomiczne, wynikające z turystyki wiejskiej, łączą się z rozwojem gospodarstw rolnych, wsi i gminy poprzez dodatkowe dochody gospodarstw rol-

nych oraz samorządów. Rozwój gospodarstw agroturystycznych jest źródłem powstania i rozwoju dodatkowego rynku zbytu na produkty żywnościowe, w tym dla gospodarstw ekologicznych i różnego rodzaju usług miejscowych (rękodzielnictwa, rzeźbiarstwa).

Istniejące związki między gospodarstwami ekologicznymi, agroturystycznymi i ekoagroturystycznymi, jak już wcześniej wspomniano, są bardzo ważne, dlatego w tabelicy 3 przedstawiono liczbę tych gospodarstw w gminach wiejskich o przewadze obszarów chronionych w województwie świętokrzyskim. Liczba tych gospodarstw jest znaczna w różnych gminach.

Tabela 3

Liczba gospodarstw ekologicznych, agroturystycznych i ekoagroturystycznych w województwie świętokrzyskim współpracujących z Świętokrzyskim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach (stan na 1 maja 2008 r.)

Gmina	Gospodarstwa ekologiczne	Gospodarstwa ekoagroturystyczne	Gospodarstwa agroturystyczne		
	Liczba	Liczba	Liczba	Liczba pokoi	Liczba miejsc noclegowych
Baćkowice	9		1	3	6
Bałtów	13	1	7	22	51
Bliżyn	2	1	2	5	11
Bodzechów	4		2	3	7
Bogoria	14		6	21	48
Brody	4		5	10	35
Daleszyce	14	1	16	54	154
Gnojno	5				
Górno	3		8	22	57
Imielno	14				
Iwaniska	54	1	5	14	39
Kije	48	1	1	3	6
Kluczewsko	1		8	25	71
Krasocin	6	1	1	2	5
Łagów	15	4	12	40	120
Łączna	2		4	13	37
Łopuszno	10		5	10	40
Maslów	1		2	11	27

cd. tablicy 3

Michałów	15		2	7	11
Miedziana Góra	2		1	3	8
Mirzec	61	2	4	13	27
Mniów	10				
Nagłowice	1		7	21	48
Nowy Korczyn	28		1	5	10
Oksa	1		2	5	11
Opatowiec	2				
Pacanów	11				
Pawłów	45	1	6	25	71
Piekoszów	3		10	26	67
Pierzchnica	4		4	11	32
Radoszyce	27	2	1	5	15
Raków	6	1	13	48	137
Ruda Maleniecka	8		4	6	19
Sitkówka Nowiny	3				
Skarżysko Kościelne	2		1	4	12
Słupia Jędrzejowska	2		1	3	6
Słupia Konecka	5				
Smyków	8		1	1	6
Sobków	3				
Solec Zdrój	17	1			
Stopnica	3		5	18	42
Strawczyn	17				
Szydłów	8		26	75	216
Tuczępy	2		2	7	16
Waśniów	11	1	3	8	23
Wiślica	6		3	8	16
Wodzisław	1		1	3	5
Zagnańsk	2		5	18	54
Złota	8	1	2	6	12
Razem	541	19	190	584	1578

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Świętokrzyskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach.

6. Podsumowanie

W województwie świętokrzyskim w 2008 r. było 1184 gospodarstw ekologicznych i 362 gospodarstw agroturystycznych z 1166 pokojami, w których znajdowało się 3160 miejsc noclegowych. Znacząca liczba gospodarstw znajdowała się na obszarach chronionych i w istotny sposób pobudzała rozwój turystyki na tych obszarach. Na podstawie dostępnych informacji z gmin i zarządów parków nie stwierdzono negatywnego wpływu turystyki na ochronę przyrody. Problem taki może w dalszej perspektywie czasowej dotyczyć jedynie turystyki w obszarze Góry Św. Anny. Rozwój rolnictwa ekologicznego i agroturystyki jako podstawy turystyki wiejskiej jest niepodważalny i uważany powszechnie jako naturalny dla obszarów chronionych. Niewątpliwie istotne znaczenie dla rozwoju turystyki na obszarach chronionych będą miały te tereny, które w umiejętny sposób wykorzystają wysokie walory środowiskowe (gleba, woda, powietrze), które są tak konieczne dla rozwoju turystyki i do produkcji ekologicznej. Natomiast produkcja ekologiczna sama w sobie poprzez wysokie wymagania w zakresie stanu środowiska (atesty), wpływa korzystnie na walory przyrodnicze obszaru chronionego poprzez właściwe ich wykorzystanie. Dodatkowym czynnikiem sprzyjającym jest możliwość konsumpcji przez agroturystów wysoko ekologicznej żywności, wyprodukowanej w gospodarstwach ekologicznych. Ta współzależność stwarza realne szanse dla rozwoju rolnictwa ekologicznego i agroturystyki na obszarach chronionych.

Bibliografia

- Drzewiecki M. 1992. *Wiejska przestrzeń rekreacyjna*. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Fiedor B. 2002. *Podstawy ekonomii środowiska i zasobów naturalnych*. Warszawa: Wyd. C.H. Beck. ISBN 83-7110-868-0.
- Górka K., Poskrobko B., Radecki W. 1995. *Ochrona środowiska: problemy społeczne, ekonomiczne i prawne*. Wyd. 2. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-0976-2.
- Kowalczyk A. 2000. *Geografia turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-13047-4.
- Machnik A. 2008. *Rozwój działalności agroturystycznej w gospodarstwach rolnych*. Poznań: Dom Wydawniczy Harasimowicz.
- Materiały [2008] dydaktyczne Katedry Ekonomii i Studiów Europejskich MWSE w Tarnowie.
- Niezgoda A. 2006. *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Prace Habilitacyjne nr 24. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej. ISBN 978-83-7417-168-7.
- Ochrona Środowiska*. 2003. Warszawa: GUS. ISSN 0867-3217.
- Piontek B. (red.). 2002. *Koncepcja rozwoju zrównoważonego i trwałego Polski*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-13787-8.
- Popławski Ł. 2009. *Rolnictwo ekologiczne w opinii mieszkańców obszarów chronionych województwa świętokrzyskiego*. Wrocław: Uniwersytet Ekonomiczny, w druku.
- Poskrobko B. 1998. *Zarządzanie środowiskiem*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1162-7.
- Siekierski J. 2002. *Rolnictwo i wieś polska wobec współczesnych wyzwań rozwojowych i integracyjnych*. Tarnów: Wyd. Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej. ISBN 83-917312-0-0.
- Sznajder M., Przezbórska L. 2006. *Agroturystyka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1607-6.

Ustawa [2004] o rolnictwie ekologicznym z dnia 20 kwietnia 2004 r. Dz. U. z 2004 r., nr 93, poz. 898.

Wiątrak A.P. 2003. *Baza agroturystyczna w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju*. Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja, nr 403 z. 90. Kraków: AR.

Tourist, Eco-Tourist and Ecological Farms as a Factor of Tourism Development within the Protected Areas of the Świętokrzyskie Voivodeship

Summary: The development of the farm tourism and ecological farms in Poland has become significant over the past few years, which calls for the necessity to deal with this issue urgently. The main driving force of the farm tourism development is searching for additional sources of income by farm manufacturers. The farm tourism does not only mean income for the farmer himself who provides services, but it also means development of the related areas, such as: folk handicraft, processing, services of different kinds, astronomy, commerce. As a consequence, it will lead to the occupational urbanisation of villagers and labour market enrichment whereas ecological economy is the natural background for the farm tourism. Apart from the social benefits, the economic ones can be distinguished as well. Tourist economy development creates an alternative for extra-farming employment and ecological manufacture development within the agricultural regions.

Key words: farm tourism, eco-farm tourism, naturally precious areas, Świętokrzyskie Voivodeship

JAN SIEKIERSKI, ŁUKASZ POPŁAWSKI*

Usługi turystyczne jako forma przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Słowa kluczowe: rozwój lokalny, obszary wiejskie, turystyka wiejska, agroturystyka

Streszczenie: Rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej ma szczególne znaczenie dla rozwoju obszarów wiejskich. Obecnie, wśród wielu rodzajów działalności gospodarczej, wszystkie formy turystyki na obszarach wiejskich dynamicznie się rozwijają. Rozwój turystyki wiejskiej jest ważny nie tylko dla wielofunkcyjnego rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich, ale także dla zachowania środowiska naturalnego. Zachowanie środowiska naturalnego będzie możliwe tylko przy racjonalnym wykorzystaniu zasobów przyrodniczych w turystyce. Przedstawiono opinie wielu naukowców o turystyce na obszarach wiejskich w zakresie definicyjnym i jako formy przedsiębiorczości na wsi.

1. Wstęp

Ludność zamieszkująca tereny wiejskie i zajmująca się rolnictwem żyje w ciszy i spokoju. Z tego też powodu na przestrzeni wielu lat obszary wiejskie stały się także miejscem, do którego chętnie udają się turyści, aby wypocząć. Związane to jest z przejawem tęsknoty m.in. za rodzinnymi stronami i tradycyjnymi wartościami, a także za naturalnym środowiskiem i czystą przyrodą. Agroturystyka zaczęła się mocno rozwijać, kiedy turystyka stała się zjawiskiem masowym, dostępnym praktycznie dla każdego, a środowisko uległo znaczącej degradacji, nie tylko pod wpływem przemysłu, ale także intensywnego rolnictwa i przeinwestowania miejsc atrakcyjnych turystycznie. Zalety turystyki na obszarach wiejskich spowodowały u turystów zapotrzebowanie na alternatywne sposoby spędzenia urlopu. Ponadto

Prof. dr hab. Jan Siekierski – prof. zwyczajny, kierownik Katedry Ekonomii i Studiów Europejskich, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; dr inż. Łukasz Popławski – Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie.

spadek dochodów z rolnictwa wymusił poszukiwanie przez mieszkańców wsi nowych pomysłów na życie (Siekierski, 2003, s. 198).

W drugiej połowie XX wieku społeczeństwa i rządy wielu krajów przyjęły koncepcje zrównoważonego rozwoju świata. Według polskich przepisów oznacza to taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń (Ustawa *Prawo ochrony środowiska*, Dz. U. z 2001 r. nr 62, poz. 627). W tak rozumianym rozwoju, turystyka jest rozwijana i utrzymywana w obszarze (społeczności, środowisku) w taki sposób i na taką skalę, że jest opłacalna w nieokreślonym czasie i nie powoduje degradacji lub zmian środowiska naturalnego (ludzkiego i fizycznego), w którym istnieje, do takiego stopnia, który uniemożliwia pomyślny rozwój i dobro innych przedsięwzięć i procesów (Butler, 2005). Rdzeniem tak rozumianej turystyki jest ekoturystyka, czyli świadoma podróż do miejsc naturalnych, odznaczająca się troską o środowisko naturalne i lokalną społeczność, dostarczająca jednocześnie środków na jego ochronę i podtrzymanie dobrobytu mieszkańców. Formą bardzo pokrewną, równie zaangażowaną i świadomą, z tym, że koncentrującą się na wsi (z jej specyfiką, środowiskiem, tradycjami itp.) jest agroturystyka. Obok, w tej samej lub szerszej przestrzeni, funkcjonuje także turystyka wiejska i turystyka na obszarach wiejskich, wywodzące się ze wspomnianych już letnisk i tzw. wczasów pod gruszą.

W roku 1997 rozpoczęto wdrażać w Polsce Program Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego, obejmujący tworzenie i promocję wyselekcjonowanych produktów markowych z pięciu obszarów turystyki, a także restrukturyzację i zarządzanie turystyką. Jednym z tych obszarów była turystyka wiejska (Machnik, 2008, s. 4). Tym samym uznana została przez ekspertów za jeden z obszarów priorytetowych rozwoju turystyki polskiej.

Agroturystyka jako element wielofunkcyjny rozwój gospodarstw rolnych oraz wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich jest przedmiotem polityki społecznej oraz gospodarczej i rolnej krajów Unii Europejskiej.

Jak podkreśla A. Machnik rozwój eko- i agroturystyki, a także turystyki zrównoważonej, możliwy jest m.in. dzięki ciągle wzrastającemu zainteresowaniu ludzi stanem środowiska i przyrody, przejawiającego się także wzrostem świadomości ekologicznej społeczeństwa i sfer rządzących (2008, s. 4).

Prawidłowo zorganizowana agroturystyka, podobnie jak ekoturystyka, stwarza wiele możliwości zarówno do podnoszenia poziomu wrażliwości na problemy środowiska, jak i zwiększania stopnia wiedzy przyrodniczej. Agroturystyka bazuje na kontakcie człowieka z przyrodą, tym samym może być skutecznym narzędziem czynnej ochrony przyrody. Wybierając ją spośród wielu innych ofert, turyści sy-

gnalizują swoje zainteresowanie środowiskiem, wyrażając jednocześnie nadzieję, że spędzą czas na wypoczynku w harmonii z naturą.

Wielofunkcyjność działań w gospodarstwie rolnym jest obecnie procesem nasilającym się i popieranym przez Unię Europejską. Znaczący spadek dochodów rolników w ciągu ostatnich lat, we wszystkich obszarach gospodarowania, sprawił, że mieszkańcy wsi poszukują nowych przedsięwzięć do realizacji.

Korzyści ekonomiczne gospodarstw rolnych czerpane z samej produkcji rolnej są na ogół niewystarczające dla utrzymania rodziny rolnika na odpowiednim poziomie. Dotyczy to szczególnie drobnych, małoobszarowych gospodarstw rolniczych, działających na gorszej jakości glebach lub w utrudniających uprawę warunkach topograficznych, co najczęściej ma miejsce na terenach pagórkowatych i w górach. Znajdujące się w takich warunkach gospodarstwa rolne zmuszone są poszukiwać potrzebnych dochodów z innych, alternatywnych źródeł pozarolniczych, jakimi są przetwórstwo, usługi, a przede wszystkim agroturystyka, będąca skuteczną formą zwiększenia dochodowości gospodarstw rolniczych (Kostuch, Lipski, 2002. s. 20–23). Szczególną potrzebę poprawy sytuacji gospodarstw rolnych obserwujemy w Polsce, gdzie rozwijająca się gospodarka rynkowa postawiła mieszkańców w sytuacji znacznego ograniczenia możliwości zbytu produktów rolnych przy niskich i niestabilnych cenach, a równocześnie rosnących kosztach produkcji, relatywnie dużego bezrobocia, ograniczenia szans awansu życiowego młodzieży wiejskiej oraz obniżenia stopy życiowej.

Można wymienić wiele powodów, dla których podejmowana przez rolników pozarolnicza działalność gospodarcza (agroturystyczna) wynika głównie z przydatności gospodarstwa rolnego – duży, zadbanej dom, przystosowany do udzielania noclegów i wydawania posiłków. Prowadzenie zróżnicowanego gospodarstwa udostępnianego obcym ludziom jest dla wielu rolników sporym problemem mentalnościowym, gdyż są oni nastawieni na produkcję żywności i nie przyzwyczajeni do osób obcych.

Do podstawowych elementów wielofunkcyjnego rozwoju zalicza się (Kamiński, 1995):

- rolniczą działalność produkcyjną,
- pozarolniczą działalność, bezpośrednio związaną z rolnictwem (np. zaopatrzenie w materiały i środki produkcji, usługi produkcyjne, skup, magazynowanie i handel produktami rolnymi),
- pozarolniczą działalność niezwiązaną bezpośrednio z rolnictwem (np. agroturystykę, gospodarkę leśną, pielęgnację krajobrazu i ochronę środowiska),
- inną działalność produkcyjną i usługową niezwiązaną z rolnictwem w żadnym stopniu.

W roku 1991 powstały Ośrodki Doradztwa Rolniczego (ODR), których jednym z zadań jest promocja agroturystyki i turystyki wiejskiej oraz wspieranie dywersyfikacji działalności gospodarstw rolnych.

2. Istota agroturystyki

Istotą turystyki jest ruch turystyczny (migracje turystyczne). Według O. Rogalewskiego migracje turystyczne to podróże, jakie ludzie odbywają poza miejsce swego stałego zamieszkania w celach (Rogalewski, 1971):

- wypoczynkowych, dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych,
- poznawczych, dla rozszerzenia i pogłębienia znajomości świata,
- uprawiania zamiłowań, wymagających odpowiednich umiejętności i sprzętu oraz posiadania specjalnych uprawnień formalnych (np. myślistwo, żeglarstwo).

W.W. Gaworecki wśród współczesnych rodzajów turystyki wymienia turystykę (1997, s. 11): krajoznawczą, kwalifikowaną, zdrowotną, motywacyjną, biznesową, alternatywną, religijno-pielgrzymkową, morską, etniczną, polonijną, kulturalną, agroturystykę, weekendową.

W niektórych opracowaniach turystykę wypoczynkową określa się mianem „wypoczynku”, termin „turystyka” odnosząc wyłącznie do turystyki krajoznawczej (wycieczkowej) i specjalistycznej (kwalifikowanej). Innej klasyfikacji turystyki można dokonać, przyjmując za podstawę dwa kryteria: główny cel wyjazdu oraz długość trwania pobytu. Przyjmując powyższe kryteria, ruch turystyczny możemy podzielić na trzy rodzaje (Machnik, 2008):

- pobytowy – związany zazwyczaj z przebywaniem w jednym miejscu,
- wycieczkowy – zróżnicowany czas pobytu w danym miejscu uzależniony od zakresu potrzeb poznawczych, krajoznawczych,
- wypoczynek świąteczny – krótkotrwały, o charakterze rekreacyjnym.

W literaturze przedmiotu bierze się również pod uwagę kryterium podmiotów turystyki, to jest: dzieci, młodzieży, emerytów, mieszkańców miast, wsi, osoby niepełnosprawne itp., a także kryterium okresu wyjazdu – letni i zimowy, sobotnio-niedzielny, posezonalny itp.

3. Definicja agroturystyki i jej rodzaje

Pojęcie agroturystyki pojawiło się w literaturze zarówno światowej, jak i polskiej w ostatni ćwierćwieczu XX wieku. Słowo „agroturystyka” składa się z dwóch członów. Przedrostek „agro” wywodzi się od terminu *agros* oznaczającego rolę i *agronomos* odnoszącego się do zarządzającego majątkiem rolnym, natomiast „turystyka” oznacza formę czynnego wypoczynku poza miejscem zamieszkania, inspirowaną chęcią poznania, wypoczynku, sportu. W literaturze spotyka się szereg definicji agroturystyki. Przykładowo M. Dębniwska i M. Tkaczuk określają agroturystykę jako działalność turystyczną realizowaną w gospodarstwach rolnych lub jako formę turystyki wiejskiej powiązanej bezpośrednio z rolnictwem (Dębniwska, Tkaczuk, 1997, s. 17). E. Tyran przedstawia definicję z pozycji odbiorcy

tej usługi, określając ją jako sposób spędzania wolnego czasu w powiązaniu z działającym gospodarstwem rolnym (2003, s. 18–20).

Agroturystyka adresowana jest głównie do turystów indywidualnych, rodzin lub małych grup turystycznych. Podkreśla się, że nie wymaga rozbudowanej bazy noclegowej, bądź żywieniowej, a może z powodzeniem rozwijać się w oparciu o istniejące zasoby mieszkaniowe. Gospodarstwo rolne i niewykorzystane obiekty inwentarskie oraz przestrzeń rekreacyjna w obrębie gospodarstwa mogą służyć do wypoczynku. Ważne jest, aby uzyskać pożądaną przez turystów standard pobytu zarówno w miejscu zakwaterowania, jak i jego bezpośrednim otoczeniu.

Pojęcie „agroturystyka” rozumiane jest inaczej przez turystów, a nieco inaczej przez świadczących usługi agroturystyczne. Agroturystyka to termin wprowadzony przez przedstawicieli reprezentujących interesy gospodarstw rolnych świadczących usługi turystyczne, tym samym dotyczy pojęcia obejmującego wszelkie rodzaje działalności związane z obsługą turystów, jak i wczasowiczów. Natomiast dla turysty agroturystyka to aktywność turystyczna człowieka zamierzającego odpoczywać w środowisku rolniczym, chcącego poznać produkcję rolniczą. Dla świadczących usługi pojęcie agroturystyki oznacza różne formy hotelarstwa, gastronomii, rekreacji, wypoczynku, sportu, a także lecznictwa i rehabilitacji (Sznajder, Przezbórska, 2006, s. 16). W literaturze przedmiotu spotyka się również, że agroturystyka obejmuje również niektóre usługi świadczone przez zakłady przetwórstwa rolno-spożywczego oraz przez przedsiębiorstwa handlujące produktami rolniczymi. Warto wspomnieć o istotnych cechach charakteryzujących agroturystykę (Stachoń, 2008):

- agroturystyki nie należy utożsamiać z turystyką wiejską, stanowi ona jedynie jej odrębną część,
- istnieje bezpośredni związek agroturystyki z funkcjonującym gospodarstwem rolnym, polegający na wykorzystaniu różnych jego zasobów w procesach zaspokajania potrzeb turystów,
- agroturystyka nie ogranicza się do zakwaterowania turystów, lecz oferuje im cały pakiet usług, w tym różnorodne formy aktywności rekreacyjnej i spędzania wolnego czasu.

Agroturystyka proponuje czynny wypoczynek i jest przeznaczona dla osób poszukujących ciszy, spokoju, bliskiego kontaktu z nieskażoną przyrodą oraz dążących do swobodnego i aktywnego spędzania wolnego czasu, a także poznania nowych ludzi i obyczajów miejscowych, kontaktu z kulturą ludową oraz folklorem. Jest to przeciwieństwo turystyki masowej, gdzie przebywa się w zatłoczonych centrach turystycznych. Obserwowane w Polsce trendy wskazują na wzrastające zainteresowanie agroturystyką, gdzie wieś, las i okoliczne tereny odgrywają coraz większą rolę, a dobrze przygotowana oferta agroturystyczna może stanowić istotną konkurencję dla turystyki masowej.

Trzy główne cechy odróżniają agroturystykę od turystyki konwencjonalnej. Pierwszym wyróżnikiem jest możliwość zaspokojenia potrzeby człowieka związanej z praktycznym uczestnictwem w procesie produkcji żywności, w życiu rodzi-

ny wiejskiej oraz społeczności wiejskiej. Drugą cechą charakterystyczną agroturystyki jest możliwość zaspokojenia poznawczej potrzeby człowieka w zakresie produkcji rolniczej czy etnografii. Agroturystyka stwarza szansę poznania życia ludności wiejskiej, jej kultury i zwyczajów. Trzecim wyróżnikiem agroturystyki jest możliwość zaspokojenia emocjonalnych potrzeb związanych z chęcią bezpośredniego kontaktu ze zwierzętami domowymi, produktami gospodarstwa wiejskiego, zaspokojenie potrzeby przeżycia sielanki wiejskiej związanej z atmosferą wiejskości, ciszą, odgłosami czy nawet zapachami wsi i gospodarstwa (Tyran, 2003, s. 19).

Podstawą idei agroturystyki jest przekonanie, że gospodarstwo rolne jest zasadniczym przedmiotem dostarczającym usługi turystyczne. Posiadając wolne zasoby pracy, taniej żywności czy zakwaterowania, dzięki działalności agroturystycznej może uzupełniać swoje dochody. Gospodarstwa rolne, zwłaszcza te położone na terenach predysponowanych do uprawiania turystyki, niejednokrotnie szybko marginalizują działalność rolniczą na rzecz agroturystycznej (Sznajder, Przezbórska, 2006, s. 16). Na to, co rozumiemy pod pojęciem „agroturystyka” składa się przede wszystkim wynajmowanie pokoi i podanie posiłków. Rolnicy nauczyli się jednak, że to za mało, aby przyciągnąć i zatrzymać turystów na dłużej, starają się więc uatrakcyjnić pobyt wczasowiczów poszerzając ofertę (wakacje w siodle, wypożyczanie rowerów, spływy kajakowe).

Bardzo ciekawą interpretację pojęciową przedstawia A. Machnik. Autorka ta definiuje pojęcia: turystyka wiejska i agroturystyka, których nie można swobodnie stosować zamiennie (Machnik, 2008).

Najszerszym, obejmującym swym zakresem dwa powyższe, jest określenie turystyka na obszarach wiejskich. Turystyka na obszarach wiejskich dotyczy zatem wszystkich form turystyki i sposobów zagospodarowania turystycznego, występujących poza obszarami zainwestowania miejskiego. Obejmuje zarówno turystykę związaną z różnymi formami wypoczynku, krajoznawstwa i turystyki specjalistycznej, korzystającą często z obiektów położonych poza jednostkami osadnictwa wiejskiego, jak i w pensjonatach lub gospodarstwach agroturystycznych, położonych w zabudowie wiejskiej. A zatem turystyka wiejska oznacza wszystkie formy turystyki, które są z życiem wsi bardzo silnie związane i odbywają się w wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej. Nie jest jednak niezbędne, by organizatorem wypoczynku był rolnik lub stały mieszkaniec wsi. Zapewniając uczestnikom ciszę, spokój, czynny odpoczynek w naturalnym środowisku oraz bliski kontakt z ludnością miejscową, proponuje się im rozmaite rodzaje aktywności związane z przyrodą, wędrówkami, turystyką zdrowotną, krajoznawczą, kulturową i etniczną, bezpośrednio wykorzystując zasoby wsi. Jest to pojęcie węższe niż turystyka na obszarach wiejskich. Dotyczy takich form, które nie tylko występują na tych obszarach, ale są silnie związane z życiem wsi, a ich podstawę stanowią miejscowe zasoby przyrodnicze, materialne i ludzkie. Charakteryzuje się niewielką skalą przedsięwzięć, dostosowanych charakterem do środowiska wiejskiego. Agroturystyka natomiast wymaga od turysty także zaangażowania w pewne prace polowe, włączenia się

w rytm życia gospodarstwa itp. (Machnik, 2008). Agroturystykę od turystyki wiejskiej wyróżnia kilka cech:

- przede wszystkim ogranicza się do terenów typowo rolniczych, a nie do terenów wiejskich w znaczeniu administracyjnym,
- wykorzystywane jest budownictwo mieszkaniowe i gospodarcze ludności wiejskiej,
- ważne jest, że wypoczynek odbywa się w otoczeniu przyrodniczym gospodarstwa, a wypoczywający mogą brać udział w czynnościach gospodarskich,
- dochód uzyskany z działalności turystycznej powinien być dochodem dodatkowym.

E. Tyran słusznie zauważa, że największe szanse na zaspokojenie potrzeb turystów ma współdziałanie wielu gospodarstw agroturystycznych, a także osób nie będących rolnikami (2003, s. 28).

Agroturystyka spełnia różnorodne funkcje o dużym znaczeniu zarówno dla ludzi z miast, jak i społeczności wiejskich, a w ujęciu rodzajowym jej funkcje można przedstawić jako (Sznajder, Przezbórska, 2006, s. 20):

- pozyskiwanie dodatkowych źródeł dochodów dla rolników,
- pozyskiwanie dodatkowych dochodów dla gmin, samorządów terytorialnych,
- rozwój lokalnej infrastruktury,
- zwiększenie bazy noclegowej, rozszerzenie asortymentu i podnoszenie jakości oferowanych usług,
- tworzenie dodatkowych miejsc pracy,
- zdobywanie nowych umiejętności i doświadczeń, aktywizacja społeczności wiejskiej,
- przeciwdziałanie masowemu odpływowi ludności z terenów wiejskich,
- większą dbałość o estetykę wsi, domów, ulic,
- możliwości ożywienia wiejskich tradycji, pełniejsze wykorzystanie obiektów na wsi (domy kultury, obiekty sportowe),
- zwiększenie dbałości o środowisko naturalne, ochronę przyrody,
- stworzenie możliwości spotkania innych ludzi, nawiązania kontaktów i więzi społecznych.

Stopniowo, wraz z rozwojem ruchu turystycznego na terenach wiejskich, turystyka staje się elementem jednym z wielu, pobudzającym inicjatywy lokalnych społeczności, przyczyniając się przez to do systematycznej poprawy materialnych warunków bytu rodzin wiejskich. Zaspokajanie różnorodnych potrzeb turystów powoduje potrzebę zespołowych działań społeczności wiejskiej w kreowaniu wszechstronnej oferty turystycznej. Powoduje to w następnej kolejności nabywanie umiejętności i przekonania do współpracy także w innych dziedzinach. W dalszej konsekwencji wywołuje poczucie odpowiedzialności za końcowy efekt działania takiego zespołu i odkrywa lokalnych liderów.

4. Przedsiębiorczość na wsi a turystyka wiejska

Jak już wspomniano, obszary wiejskie Europy, Azji czy obu Ameryk doświadczają wielu problemów, do których zaliczyć należy spadek cen produktów rolnych, opuszczanie terenów wiejskich przez młodzież itp. Wieś zmuszona jest poszukiwać alternatywnych sposobów osiągania dochodów poza działalnością rolniczą, dlatego jedną z ciekawszych szans dla terenów wiejskich uważa się rozwój turystyki, postrzeganej coraz częściej jako źródło dobrobytu. Przez wielu mieszkańców miast obszary wiejskie są postrzegane jako ostoja bezpieczeństwa z piękną przyrodą, gdzie każdy traktowany jest przyjaźnie. Te walory wsi powodują coraz większe zainteresowanie tą nową formą turystyki, jaką jest wypoczynek na wsi. Sprzyjają temu czynniki, takie jak: rosnący poziom wykształcenia, zachęcający do poznania otaczającego środowiska, rosnące zainteresowanie dziedzictwem, tradycją oraz życiem w zgodzie z naturą. Ponadto istnieje świadomość zdrowotna wśród mieszkańców miast zwracająca uwagę na takie wartości, jak: świeże powietrze, czynny i bezstresowy wypoczynek, specjały kulinarne w tradycyjnej kuchni wiejskiej, czy wreszcie poszukiwanie ciszy i spokoju.

Ponadto zaspokajanie różnorodnych potrzeb turystów w zakresie rekreacji i ciekawego spędzania czasu powoduje dalsze możliwości zatrudnienia i dodatkowych dochodów. Usługi w zakresie przewodnictwa wycieczek pieszych, rowerowych czy coraz bardziej popularnych – konnych, organizowanie kuligów i wspólnej zabawy przy ognisku, prezentacja lokalnego folkloru, występy artystyczne, prowadzenie pokazów i nauczanie przyrządzania regionalnych potraw, tradycyjnych sposobów przetwórstwa żywności, lokalnego rzemiosła, to tylko niektóre przykłady nieograniczonych wręcz możliwości przedsiębiorczości mieszkańców wsi poprzez rozwój turystyki na tych obszarach (Stachoń, 2008).

Pobyt turystów na terenach wiejskich powoduje zwiększenie popytu na różnego typu dobra i usługi, który stymuluje rozwój infrastruktury wiejskiej. Wynikiem tego jest powstawanie i reaktywowanie obiektów handlowych i gastronomicznych, komunikacji, usług bankowych i pocztowych. Obiekty, takie jak apteki, stacje benzynowe, stacje obsługi samochodów służą nie tylko turystom, ale także stałym mieszkańcom, przyczyniając się do poprawy jakości życia. Z punktu indywidualnego przedsiębiorcy zapewnia to wyższą rentowność. W dalszej konsekwencji oznaczać to będzie kolejne miejsca pracy i źródła dochodów mieszkańców terenów wiejskich.

Z prawnego punktu widzenia agroturystyka jest formą działalności gospodarczej i podlega ustawie o działalności gospodarczej z 23 grudnia 1988 roku (Dz. U. nr 41, poz. 324 z późniejszymi zmianami) oraz ustawie o usługach agroturystycznych z 29 sierpnia 1997 roku (Dz. U. nr 133, poz. 884). Prawne aspekty działalności agroturystycznej i turystyki wiejskiej dotyczą następujących, podstawowych zagadnień (Sikora, 1999, s. 81):

– obowiązku zgłoszenia do ewidencji nowego rodzaju działalności gospodarczej w świetle przepisów o działalności gospodarczej,

- obowiązku rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych z tytułu osiąganych dochodów z turystyki,
- zmian sposobu obliczania i opłacania podatku od nieruchomości związanego ze zmianą przeznaczenia pomieszczeń i gruntów na cele turystyczne,
- obowiązku w zakresie ubezpieczenia społecznego związanego z podejmowaniem działalności gospodarczej na własny rachunek,
- obowiązku zgłoszenia usług do statystycznego systemu REGON,
- innych obowiązków administracyjnych, wynikających z ustaw szczególnych (dotyczących przepisów sanitarno-higienicznych, przeciwpożarowych, budowlanych, ochrony środowiska itp.).

Ustawodawca zapisał, że osoba fizyczna prowadząca działalność agroturystyczną nie musi dokonać zgłoszenia do ewidencji oraz odprowadzać podatków z tytułu wynajmu pokoi gościnnych w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich, w gospodarstwie rolnym oraz z tytułu wyżywienia tych osób, gdy liczba wynajmowanych pokoi nie przekracza 5. Zwolnienie to przysługuje także w przypadku, gdy osiągane są inne dodatkowe dochody, nie z działalności handlowej.

Gospodarstwa rolne, ażeby zaistnieć na rynku, muszą wykazywać przedsiębiorczość. Czynniki te są również istotne w działalności agroturystycznej. Przedsiębiorcze podejście do agroturystyki wymaga zmiany postawy nie tylko rolnika, ale i nabycia dodatkowych przez niego umiejętności w zakresie zarządzania przedsięwzięciem i sprzedażą, poznania działań marketingowych, oraz myślenia kategoriami klienta. Wymaga to również zmiany w myśleniu i działaniu władz lokalnych, działających tam, gdzie położone są te gospodarstwa oraz w postawach społecznych miejscowej ludności. Agroturystyka jest zjawiskiem silnie zdeterminowanym przez realia społeczno-ekonomiczne wsi, a powodzenie jej rozwoju zależy od przeobrażeń ekonomicznych na wsi, od możliwości finansowych i uzyskania wsparcia kredytowego, poza tym od infrastruktury społeczno-gospodarczej gminy, od świadczonej na jej rzecz pomocy ze strony instytucji samorządowych i doradczych (Popławski, 2006, 845–858).

Rozwijając na obszarach wiejskich różnorodne formy turystyki należy pamiętać o wielofunkcyjnym rozwoju gospodarczym wsi. Rolnictwo, przetwórstwo rolno-spożywcze i leśnictwo, rzemiosło i drobny przemysł, usługi nieturystyczne powinno się wspierać w równej mierze co turystykę, gdyż wszystkie dziedziny aktywności gospodarczej są ze sobą sprzężone i warunkują wzajemnie rozwój.

Zachodzące w naszym kraju przemiany gospodarcze i polityczne zmieniają warunki życia i pracy na wsi. Na tereny wiejskie wprowadza się nowe dziedziny gospodarze, dające zatrudnienie ludności oraz pozwalające na uzyskiwanie w gospodarstwach dodatkowych dochodów. Oprócz poziomu dochodów największy wpływ na warunki życia mieszkańców wsi ma stopień wyposażenia w urządzenia infrastruktury. W ostatnich latach szczególnie duży postęp dokonał się zwłaszcza w zakresie wyposażenia terenów wiejskich w wodociągi, telefony i gaz przewodowy,

nastąpił także znaczący rozwój placówek handlowych i usługowych. Czynnikiem sprzyjającymi pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich są: niższa cena ziemi, tańsza siła robocza, stosunkowo dobry stan środowiska przyrodniczego, niższy poziom przestępczości, naturalne predyspozycje terenu do realizacji niektórych form działalności gospodarczej, w tym agroturystyki. Problemami na tych terenach są na pewno pogłębiające się różnice w dziedzinie ochrony zdrowia, oświaty i kultury.

Wymieniając liczne korzyści, jakie dla obszarów wiejskich przynosi rozwój turystyki, należy zwrócić również uwagę na mogące powstać zagrożenia środowiska naturalnego, zwłaszcza w przypadku dużych koncentracji ruchu turystycznego. Podobnie jak nadmierna ilość turystów szkodzić może środowisku przyrodniczemu, tak też ich pobyt na terenach wiejskich może destabilizować lokalne środowisko społeczno-kulturowe oraz zakłócać wiejski rytm życia i pracy, rodzić konflikty, wskutek przenoszenia na wieś miejskiego stylu życia i innego systemu wartości. Oczywiście wymienionym zagrożeniom można skutecznie zapobiegać poprzez umiejętne zarządzanie turystyką i przestrzeganie zasad jej zrównoważonego rozwoju (Strzembicki, 2000).

Z agroturystyki wynikają korzyści socjopsychologiczne i ekonomiczne. Korzyści socjopsychologiczne dotyczą aspektu mentalnościowego, to jest zwiększenia szacunku dla pracy rolnika, oraz wzajemnego przenikania się kultury miejscowej i osób przyjezdnych. Korzyści ekonomiczne agroturystyki łączą się z rozwojem gospodarstw rolnych, wsi i gminy poprzez dodatkowe dochody gospodarstw rolnych oraz samorządów. Agroturystyka jest źródłem powstania i rozwoju dodatkowego rynku zbytu na produkty żywnościowe i różnego rodzaju usługi miejscowe (rękodzielnictwo, rzeźbiarstwo). Równocześnie jest szansą rozwoju infrastruktury społeczno-ekonomicznej i technicznej gminy (drog, oczyszczalni ścieków), a przez to wpływa na podwyższenie poziomu życia ich mieszkańców, oraz na dodatkowe zatrudnienie bezrobotnych (Popławski, 2006).

5. Podsumowanie

Pomimo licznych możliwości rozwoju agroturystyki związanych m.in. z dużą atrakcyjnością przyrodniczo-krajobrazową Polski, ta forma nie osiągnęła jeszcze swoich możliwości rozwojowych. Głównym powodem jest sezonowość polskiego produktu turystycznego, a istniejące już gospodarstwa spełniają w większości jedynie podstawowe funkcje, czyli zapewnienie miejsc noclegowych i gastronomicznych. Ważnym zagadnieniem wydaje się więc zagwarantowanie turystom bogatej oferty, umożliwiającej skorzystanie z różnorodnych form aktywności ruchowej, takich jak: wycieczki piesze, rowerowe, konne, kajakowe oraz możliwości poznania nowych, ciekawych miejsc, kontaktu z przyrodą, kulturą ludową itp. Agroturystyka i turystyka wiejska, mimo długich tradycji, wciąż są nowym wyzwaniem dla rolni-

ków i turystów. Nieporozumienia, które narosły wokół definicji, trudności finansowe polskiego rolnictwa, obawy natury psychologicznej oraz brak cech przedsiębiorczych u osób na wsi nie ułatwiają podjęcia decyzji o przekształcaniu gospodarstwa w agroturystyczne. Znaczna część turystów wciąż jest bardziej zainteresowana wyjazdami zagranicznymi niż poznawaniem specyfiki wsi, jej tradycji, krajobrazu, obszarów przyrodniczych i zabytków. Z roku na rok jednak wrasta liczba gospodarstw agroturystycznych. Należy zaznaczyć, że rośnie popyt na usługi agroturystyczne, ale te profesjonalne, wyspecjalizowane, przemyślane, o wysokim standardzie. Podkreśla się, że dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze polskich obszarów wiejskich jest bogate, wyróżniające się w Europie i wciąż atrakcyjne dla turystów, dlatego istnieją dalsze szanse rozwoju tej formy turystyki w Polsce.

Bibliografia

- Butler R. 2005. *Problemy miejsc recepcji turystycznej ze zrównoważonym rozwojem*. W: R. Wiśniarski, W. Alejski (red.). *Turystyka w badaniach naukowych*. Kraków: Wyd. AWF; Rzeszów: WSiIZ. ISBN 83-89121-02-6, 83-89121-12-3.
- Dębniwska M., Tkaczuk M. 1997. *Agroturystyka – koszty, ceny, efekty*. Warszawa: Poltext. ISBN 83-86890-32-0.
- Gaworecki W.W. 1997. *Turystyka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1075-2.
- Kamiński W. 1995. *Warianty wielofunkcyjnego rozwoju wsi – uwarunkowania przestrzenne*. W: *Wielofunkcyjny rozwój wsi w aspekcie przewyższenia przeludnienia agrarnego*. Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja, nr 295, z. 43. Kraków: AR.
- Kostuch R., Lipski C. 2002. *Agroturystyka jako dodatkowe źródło dochodu w gospodarstwie rolnym*. „Wieś i Doradztwo” nr 1.
- Machnik A. 2008. *Rozwój działalności agroturystycznej w gospodarstwach rolnych*. Poznań: Dom Wydawniczy Harasimowicz.
- Popławski Ł. 2006. *Bariery i szanse rozwoju turystyki na obszarach chronionych w opinii mieszkańców województwa świętokrzyskiego*. W: *Uwarunkowania przedsiębiorczości – aspekty ekonomiczne i antropologiczno-społeczne*. Pod red. nauk. K. Jaremczuka. Monografie PWSZ. Tarnobrzeg: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa. ISBN 83-89639-20-3.
- Rogalewski O. 1971. *Podstawy zagospodarowania turystycznego Polski*. „Ruch Turystyczny” nr 1–2.
- Siekierski J. 2003. *Ważniejsze tendencje rozwojowe turystyki wiejskiej na przełomie wieków*. W: *Turystyka w Polsce w warunkach integracji europejskiej i globalizacji rynku światowego*. Pod red. I. Jędrzejczyk i W. Mynarskiego. Katowice: Wyd. AWF.
- Sikora J. 1999. *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*. Warszawa: WSiP. ISBN 83-02-07310-5.
- Stachoń W. 2008. *Perspektywy rozwoju agroturystyki w Polsce na przykładzie wybranych gmin powiatu tarnowskiego*. Praca magisterska pod kierunkiem Ł. Popławskiego. Maszynopis niepublikowany. Katedra Ekonomii i Studiów Europejskich MWSE w Tarnowie.
- Strzembicki L. [2000]. *Uwarunkowania rozwoju agroturystyki i usług towarzyszących na obszarach wiejskich*. [online, dostęp 2009-10-14]. Dokument dostępny na stronie internetowej Regionalnego Centrum Informacji Europejskiej w Łodzi: <http://www.rcie.lodz.pl/tematy.html>.
- Sznajder M., Przezbórska L. 2006. *Agroturystyka*. Warszawa: PWE. ISBN 83-208-1607-6.
- Tyran E. 2003. *Agroturystyka, czyli Mieszczuchy na wsi*. „Aura” nr 4.

Tourist Services as a Form of Enterprise in Rural Areas

S u m m a r y: The development of agro-tourism in Poland in recent years has been significant, which creates the urgent need of dealing with that issue. The main development force of the agro-tourism is the search for the additional income sources of farmers.

The agricultural tourism means not only the income source for a farmer alone, but also for related areas such as: handcraft, gastronomy, food processing, trade and other services. As a consequence it will lead to the professional specialization of country dwellers and n improvement in the labour market. Beside the social advantages one can also mention economic ones. The tourism stimulates the development of transport infrastructure and its backup.

The development of the tourist industry in rural areas creates an alternative for non-farming employment.

K e y w o r d s: local development, rural areas, agro-tourism, agricultural tourism

LESZEK KOZIOŁ, ZENON MUSZYŃSKI*

Determinanty rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski

Słowa kluczowe: sylwaturystyka, produkt turystyczny, determinanty rozwoju, infrastruktura

Streszczenie: W artykule został omówiony problem determinantów rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski. Zwrócono szczególną uwagę na ważniejsze walory i produkty turystyczne w leśnictwie na tle ich ogólnej charakterystyki. Omówiono również zagadnienia związane z infrastrukturą dla potrzeb turystyki w lasach, w szczególności w Małopolsce, w tym w regionie Tarnowa. Celem artykułu jest między innymi przybliżenie czytelnikowi zagadnień dotyczących atrakcyjnych aspektów turystyki na obszarach leśnych Małopolski.

1. Wprowadzenie

W minionych dekadach, zwłaszcza tych, które następowały po II wojnie światowej, obserwowano znaczący rozwój turystyki i hotelarstwa, szczególnie w krajach zamożnych, wysoko rozwiniętych. Znamiennymi determinantami tego rozwoju były i pozostają nadal: rozwój gospodarczy, poziom zamożności społeczeństwa, umiędzynarodowienie ruchu turystycznego w wyniku liberalizacji wymiany osobowej, postęp w dziedzinie obsługi ruchu turystycznego, standaryzacja, ale również dywersyfikacja produktów turystycznych, czy wreszcie podnoszenie się poziomu wykształcenia społeczeństwa i zwiększenie czasu wolnego ludności (Kozioł, Sala 2004, s. 245 i 246). Znaczącym czynnikiem rozwoju turystyki było również przyspieszenie procesów tworzenia nowych form organizacyjnych przedsiębiorstw turystycznych, a w hotelarstwie w szczególności. Krótko mówiąc rozwój ten nastę-

* Prof. dr hab. Leszek Kozioł – profesor zwyczajny, kierownik Katedry Zarządzania, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; prof. dr hab. Zenon Muszyński – profesor zwyczajny, rektor Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie.

pował w dużej mierze przez integrację, a więc tworzenie koncernów turystycznych, grup, łańcuchów, sieci hoteli itp. Korporacje te penetrują duże rynki, na których znajdują się atrakcyjne destynacje, tj. obszary recepcji turystycznej¹. Dysponując dużymi, unikalnymi zasobami, konsorcja te osiągają na rynku przewagę konkurencyjną nad innymi firmami, która w szczególności polega na (Gee, 1994, s. 176):

- uzyskiwaniu korzyści ze skali działania,
- wykorzystywaniu siły przetargowej umożliwiającej im dokonywanie zakupów produktów po niższych cenach,
- oferowaniu standaryzowanych i zarazem wysokiej jakości produktów,
- przyciąganiu wysoko wykwalifikowanego personelu, nadto mogą one samodzielnie kształtować potencjał pracy personelu,
- racjonalizowaniu nakładów na realizację tych funkcji, np. marketingu, finansów, księgowości, jak również sfery B + R dzięki centralizacji zarządzania obszarów funkcjonalnych.

W tej sytuacji małe firmy turystyczne mogą przetrwać dzięki obsłudze nisz rynkowych, rynków lokalnych niebędących przedmiotem zainteresowania dużych korporacji. Mogą one, w wyniku własnej działalności innowacyjnej, kreować nowe produkty turystyczne, a nawet oddziaływać na kształt produktu destynacji turystycznej.

Zdaniem badaczy zajmujących się tym zagadnieniem produkt turystyczny w szerokim znaczeniu zawiera odpowiednio dobrany zestaw dóbr materialnych i usług umożliwiających turystyce przybycie do miejsca występowania atrakcji turystycznych, pobyt i skorzystanie z tych atrakcji (Olesiuk, 2007, s. 6). Zdaniem V.T.C. Middletona (1996, s. 89) tak pojmowany produkt turystyczny tworzą następujące składniki: przede wszystkim atrakcje turystyczne oraz środowisko docelowego miejsca podróży, infrastruktura i usługi miejsca docelowego, dostępność komunikacyjna miejsca odwiedzin, wizerunek i postrzeganie miejsca docelowego, cena oferowanych produktów. Jak można zauważyć produkt turystyczny stanowi element większej całości, jaką jest produkt destynacji turystycznej. Warto dodać, że w literaturze, jak również w praktyce wyróżnia się wiele typów destynacji, które mogą przybierać formę makrodestynacji i mikrodestynacji. Jedną z ważniejszych są obszary naturalnej, często dzikiej przyrody, na których znajdują się specyficzne gatunki flory i fauny, np. Tatry i inne pasma gór, jeziora mazurskie, Puszcza Białowieska, a nawet obszary leśne przypisane do poszczególnych nadleśnictw.

¹ Obszar recepcji turystycznej oznacza miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny (Dziedzic, 1998, s. 9). W literaturze anglojęzycznej zagadnienie to określa się mianem *destination* – definiowane jako miejsce, fragment przestrzeni, określone przez faktyczne lub umowne granice (Hudson, 2008, s. 390). Destynacje składają się z licznych, odpowiednio skomponowanych elementów, przyciągających odwiedzających do pozostania w nich na dzień lub dłużej; najważniejsze z nich to atrakcje turystyczne, infrastruktura turystyczna wsparta przez podaż usług świadczonych przez różne podmioty sektora publicznego i prywatnego, determinanty wynikające z dziedzictwa historycznego i kulturowego, gościnności mieszkańców, atmosfery itp. (Hudson, 2008, s. 391).

Specyficznym rodzajem aktywności turystycznej, wyróżnionym ze względu na miejsce docelowe jest turystyka na obszarach leśnych, którą można określić mianem sylwaturystyki. Uwzględniając inne elementy składowe podróży, sylwaturystyka obejmuje ruch pobytowy i ruch wycieczkowy, jak też inne rodzaje ruchu turystycznego, których miejscem są obszary leśne.

Wracając jednak do instytucjonalnych kwestii rozwoju turystyki należy podkreślić, że mniejsze firmy, zwłaszcza lokalne biura podróży, mogłyby w szerszym niż dotąd stopniu organizować imprezy turystyczne w obszarach leśnych. W porozumieniu z zarządcami lasów możliwe jest przygotowanie oferty produktów turystycznych w postaci np. wędrówek, pikników, warsztatów, zbiorów płodów runa leśnego, wyjazdów edukacyjnych dzieci i młodzieży w okresie letnim, czy narciarstwa biegowego zimą. Wymaga to jednak promocji tych obszarów, reklamy oferowanych produktów, poprawy zagospodarowania i większej dostępności komunikacyjnej, w tym również dla turystów zmotoryzowanych, a więc podjęcia szeroko zakrojonych działań i współpracy między nadleśnictwami, władzą publiczną, organizacjami turystycznymi oraz firmami turystycznymi. Krótko mówiąc rozwój sylwaturystyki wymaga współdziałania, partnerstwa prywatno-publicznego. Dla przykładu można podać, że w Stanach Zjednoczonych na poziomie lokalnym, czy miejskim istnieje ponad 50 tysięcy organizacji odpowiadających za marketing destynacji i reklamę jego produktów. Funkcjonują one pod nazwą Convention and Visitor Bureaus – CVB (Hudson, 2008 s. 399).

2. Lesistość w Polsce i Małopolsce

Województwo małopolskie pod względem turystycznym, w rankingu nie tylko społeczeństwa naszego kraju, jest zaliczane do najatrakcyjniejszych regionów Europy. Świadczy o tym, wzrastająca z każdym rokiem liczba osób odwiedzających ten region, zarówno ze względu na atrakcyjność licznych obiektów muzealnych, jak również unikalny w skali światowej charakter zabytków historycznych oraz fascynujące i zarazem niepowtarzalne piękno lasów z ich arcyciekawą florą i fauną, a także z jedynymi w swoim kształcie utworami skalnymi.

Powszechnie wiadomo, że las pełni wielorakie funkcje gospodarcze i w wielu przypadkach pozaprodukcyjne, w tym również turystyczne i rekreacyjne.

Lesistość w Małopolsce kształtując się na poziomie średniej krajowej wynosi około 28,9%, i jest dość silnie zróżnicowana, w poszczególnych powiatach oscylując w granicach od 1,5% w powiecie proszowickim do 48,3% w powiecie suskim. Również od wielu lat przeciętna ogólna powierzchnia lasów przypadająca na jednego statystycznego mieszkańca w Małopolsce nie jest jednakowa i wynosi od 0,01 ha/1osobę w powiecie proszowickim do 0,40 ha/1 osobę w powiecie suskim. W Polsce powyższy wskaźnik kształtuje się na poziomie 0,23 ha/1 osobę, przy

czym przeciętna jego wielkość w Małopolsce jest znacznie niższa, ponieważ dochodzi do około 0,14 ha/1 osobę (tabl. 1).

Należy również zauważyć, że w Polsce lasy niestanowiące własności Skarbu Państwa wynoszą w przybliżeniu 18% ich ogólnego areалу, natomiast w województwie małopolskim ich udział powierzchniowy jest zbliżony do 50%, przy czym charakteryzują się dużym rozdrobnieniem, ponieważ średnio na jednego statystycznego właściciela przypada około 1 ha lasów. Najwięcej lasów prywatnych nadzorowanych przez krakowską RDLP znajduje się na terenie Nadleśnictw: Nowy Targ 26,5 tys. ha, Myślenice 25,6 tys. ha i Limanowa 20,0 tys. ha. Miasto Tarnów bezpośrednio jest związane z Nadleśnictwami: Gromnik o powierzchni lasów państwowych około 8 tys. ha, Dębica o powierzchni w przybliżeniu 11 tys. ha, Dąbrowa Tarnowska o powierzchni ponad 14 tys. ha, oraz Brzesko o powierzchni około 6,8 tys. ha. Należy zauważyć, że w powyższych Nadleśnictwach powierzchnie lasów nie stanowią większych kompleksów i są stosunkowo silnie rozrzucone (rys. 1).



Rys. 1. Mapa Nadleśnictw Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Krakowie

Źródło: *Lasy i gospodarka leśna RDLP w Krakowie*. Kraków 1997.

Tabela 1

Ważniejsze dane o leśnictwie w Małopolsce

Wyszczególnienie	Powierzchnia gleb leśnych				Lesistość
	Ogółem		Własność Skarbu Państwa		
	ha	ha/1 osobę	ha	ha/1 osobę	%
Województwo	436927,6	0,14	237817,5	0,07	28,5
Podregion					
krakowsko-tarnowski	137865,3	0,10	90089,7	0,06	18,4
Powiat					
bocheński	18784,2	0,19	11101,7	0,11	28,4
brzeski	11068,6	0,12	5392,5	0,06	18,6
chrzanowski	14082,2	0,11	12486,2	0,10	37,0
dąbrowski	5527,9	0,10	3126,7	0,05	11,1
krakowski	15321,2	0,06	11725,8	0,05	12,0
miechowski	8090,7	0,16	7150,2	0,14	11,8
olkuski	22286,2	0,20	16667,3	0,15	35,3
oświęcimski	4084,9	0,03	2914,1	0,02	9,9
proszowicki	622,6	0,01	384,0	0,01	1,5
tarnowski	30722,4	0,16	13643,2	0,07	21,5
wielicki	6579,7	0,06	5376,1	0,05	15,1
Podregion					
nowosądecki	297559,5	0,27	147418,3	0,13	39,5
Powiat					
gorlicki	42205,7	0,39	34632,9	0,32	43,2
limanowski	36928,4	0,32	13981,8	0,11	38,6
myślenicki	23962,7	0,20	6725,4	0,06	35,5
nowosądecki	66021,0	0,33	40055,4	0,20	43,3
nowotarski	54557,3	0,30	16152,3	0,09	36,8
suski	33403,3	0,40	14355,1	0,17	48,3
tatrzański	22586,9	0,35	13796,2	0,21	47,4
wadowicki	15238,2	0,11	7635,5	0,06	23,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Województwo Małopolskie*, 2008, s. 268–278.

Problem udostępnienia dla potrzeb turystyki i rekreacji występuje nie tylko w odniesieniu do obszarów lasów prywatnych, ale oczywiście również, z innego punktu widzenia np. w Parkach Narodowych, gdzie w znacznie większym zakresie zwraca się uwagę na ochronę unikalnych walorów przyrodniczych.

3. Produkty sylwaturystyczne i rekreacyjne

Stosownie do podstawowych założeń i idei lasu wielofunkcyjnego, realizowane są przez Lasy Państwowe działania dotyczące ich udostępniania, w dziedzinie rozwoju turystyki i rekreacji na tych obszarach, gdzie to jest przede wszystkim celowe, atrakcyjne i możliwe oraz zgodne z potrzebami ludności.

Do najważniejszych aktów prawnych regulujących możliwość oraz zakres i sposób realizowanej sylwaturystyki i rekreacji w lasach, zalicza się Ustawę o Lasach z roku 1991, z późniejszymi zmianami, według której wstęp do lasów publicznych oraz zbiór płodów runa leśnego, tj. roślin, owoców i grzybów, jest powszechnie udostępniony, z wyjątkiem tych obszarów, które są przede wszystkim ze względów ochronnych, objęte stałym względnie okresowym zakazem wstępu.

Produktem turystycznym i rekreacyjnym jest charakteryzujące się odpowiednią specyfiką środowisko, które wabi turystów i rekreantów, między innymi bioróżnorodnością oraz różnorodnością swych specyficznych oraz jedynych i niepowtarzalnych w poszczególnych miejscach uroków.

Środowisko leśne w sposób istotny wpływa na rozwój kulturalny człowieka i jest także synonimem trudnego do opisania piękna natury oraz źródłem pobudzającym do natchnienia i stanowi niewyczerpany temat do inspiracji twórczej, a nade wszystko wpływa korzystnie na poprawę, jakże często nadwątlonego stanu naszego zdrowia. W lesie znajdujemy miejsce do właściwego relaksu, odprężenia fizycznego i psychicznego oraz do odpoczynku po ogólnym zmęczeniu i codziennych trudach związanych zwłaszcza z uciążliwością pracy, przede wszystkim wykonywaną z dużym napięciem nerwowym, zarówno podczas obciążeń statycznych, jak i dynamicznych, a szczególnie związaną z zatrudnianiem w warunkach szkodliwych i niebezpiecznych dla zdrowia, a w ekstremalnych warunkach nawet dla życia (Muszyński, 2006).

Zazwyczaj przebywamy chętnie w środowisku leśnym w celach odpoczynkowych, w swoistym mikroklimacie, w harmonijnie zestawionej i systematycznie zmieniającej się barwie drzew, w czystym powietrzu nasyconym olejkami eterycznymi, korzystnie wpływającymi na nasze zdrowie. W lesie odzyskujemy również utraconą sprawność psychofizyczną oraz dobre samopoczucie, a także zdrowie. W zmiennych i zróżnicowanych kształtach drzew lasotwórczych dostrzega się ogromną, a zarazem tajemniczą i w wielu przypadkach dotychczas nierozpoznaną moc natury.

Niektórzy bioenergoterapeuci, nawiązując do niekonwencjonalnego leczenia, według tak zwanej medycyny ludowej, sugerują, że bezpośredni kontakt z niektórymi drzewami lasotwórczymi, może między innymi poprawić nasze nadwątlone samopoczucie, a także wpływać na wzmocnienie naszej psychiki.

Produkty turystyczne w leśnictwie ściśle nawiązują między innymi do następujących rodzajów: poznawczej, zdrowotnej, wypoczynkowej, religijnej, kwalifikowanej, indywidualnej, zbiorowej, pieszej, rowerowej, konnej, etc.

4. Infrastruktura w lasach dla potrzeb turystyki i rekreacji

Lasy państwowe są w Polsce powszechnie udostępnione, stąd też są popularnym miejscem wypoczynku. Infrastruktura dla potrzeb turystyki i rekreacji jest w sposób ciągły uzupełniana i dostosowywana do potrzeb społeczeństwa, które obecnie może podczas pobytu w lasach szczególnie atrakcyjnych na terenie całego kraju, korzystać z 2240 miejsc noclegowych w ośrodkach wypoczynkowych, z 673 pokoi gościnnych i z 957 kwater myśliwskich. Utworzone są tysiące kilometrów szlaków pieszych, rowerowych i konnych. W celu bardziej dogodnego dostępu do lasu i obiektów wypoczynkowych, niektóre drogi leśne udostępniono dla ruchu publicznego (Rutkowski, 2008).

W celu podnieszonego poziomu i jakości świadczonych usług oraz atrakcyjności i komfortu podczas pobytu, w lasach turyści mogą korzystać z:

- ośrodków turystyczno-wypoczynkowych;
- ścieżek (szlaków) dydaktycznych (przyrodniczych), spacerowych, rowerowych, konnych, etc., wyposażonych w różnego rodzaju ławki, stoły, wiaty, zadane schrony przeciwdeszczowe (rys. 2 i 3);
- miejsc do biwakowania, pól namiotowych;
- platform i wież widokowych;
- nartostrad oraz innych obiektów wykonywanych zgodnie z potrzebami ludności.



Rys. 2. Różnego rodzaju ławki oraz stoły ustawiane wzdłuż ścieżek dydaktycznych

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 3. Wiaty ustawiane wzdłuż ścieżek dydaktycznych oraz na polach namiotowych, kempingach i innych obiektach w lasach

Źródło: opracowanie własne.

Wszystkie obiekty przeznaczane dla turystów są przede wszystkim funkcjonalne, dostosowywane do potrzeb i wymagań turystów, a ze względów estetycznych i architektonicznych są w sposób harmonijny wkomponowane w miejscowy krajobraz oraz tło otaczającego drzewostanu i charakterystycznego dla danego regionu stylu budownictwa.

Wzdłuż ścieżek dydaktycznych usytuowane są w wielu przypadkach kapliczki, obeliski, czy też pomniki (rys. 4 i 5). W systemie rozwoju sylwaturystyki, jej atrakcyjność podnoszą również szlaki turystyczne dotyczące istotnych wydarzeń związanych z historią naszego kraju.

Ważną rolę w turystyce leśnej odgrywa edukacja przyrodnicza, w której uczestniczyło w roku 2008 około 2 mln osób, a jej celem jest upowszechnienie wiedzy o środowisku leśnym, wielofunkcyjnej i zrównoważonej gospodarce leśnej.

5. Wnioski

Na podstawie analizy determinantów powszechnego rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski można sformułować następujące wnioski:

1. Atrakcyjności turystyki i rekreacji w lasach nie zagraża zapaść, ponieważ ta forma odpoczynku nadal niezmiennie cieszy się dużą popularnością.



Rys. 4. Miejsce upamiętniające męczeńską śmierć bł. Karoliny Kózkówny nieopodal Tarnowa, w Leśnictwie Wał Ruda

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Pomnik upamiętniający Akcję „III Most”, związaną z lądowaniem samolotu Dakota w 1944 r., który w brawurowej akcji zabral na pokład, przejęty przez AK, niemiecki pocisk V-2

Źródło: opracowanie własne.

2. Między atrakcyjnością sylwaturystyki oraz rekreacji, a ograniczoną dopuszczalną dostępnością do leśnych ośrodków istnieje odpowiednie sprzężenie. Im teren leśny jest bardziej interesujący, tym większy jest w jego obrębie ruch turystyczny.

3. Przebywanie w miejscach udostępnionych dla sylwaturystyki i rekreacji nie powinno stanowić żadnego zagrożenia dla środowiska naturalnego. Turysty i rekreanci przebywający na terenie lasu muszą bezwzględnie przestrzegać ustalonych przez administrację lasów państwowych zaleceń dotyczących odpowiedniego korzystania ze środowiska leśnego.

4. Lasy państwowe z myślą o turystach, a także w pełni doceniając rolę oraz znaczenie pozaprodukcyjne lasów, poprzez nadzór i odpowiednią infrastrukturę dążą do możliwie dogodnego dla ludności ich udostępnienia, zabezpieczając je zarówno z punktu widzenia trwałości ekologicznej, jak i ochrony środowiska.

5. Do najbardziej poszukiwanych i najlepiej ocenianych przez społeczeństwo produktów sylwaturystyki powszechnie zalicza się turystykę: zdrowotną, wypoczynkową i poznawczą, a inne produkty są zazwyczaj w różnym stopniu i zakresie bezpośrednio lub pośrednio z nimi związane.

6. Specyfika atrakcyjnych produktów turystyki leśnej, uwzględniająca w większości przypadków psychofizyczne preferencje zróżnicowanych potrzeb i wymagań ludności, stanowi szczególnie istotną motywację nawet w niejednokrotnie żywiołowej oraz niezorganizowanej, powszechnie dostrzegalnej presji ruchu turystycznego w lasach.

7. Praktyczna realizacja koncepcji destynacji turystycznej prowadzi do zorganizowania uczestników rynku turystycznego, producentów dóbr materialnych i usług, a nawet urzędów dla rozwoju produktu turystycznego destynacji, jak również jego promocji.

Bibliografia

- Gee Ch. Y. 1994. *International Hotels. Development and Management*. East Lansing, Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Hudson S. 2008. *Tourism and Hospitality Marketing*. London: SAGE Publications Ltd. ISBN 978-1412946872.
- Koziół L., Sala J. 2004. *Wpływ globalizacji na rozwój polskiego rynku turystycznego*. "Annali della Facolta di Economia dell'Universita di Messina" – Supplemento – Anno 2004.
- Lasy i gospodarka leśna RDLP w Krakowie*. 1997. Kraków.
- Middleton V.T.C. 1996. *Marketing w turystyce*. Warszawa: Polska Agencja Promocji Turystyki. ISBN 83-8680-025-9.
- Muszyński Z. 2006. *Dynamika waloryzacji turystyki w Małopolsce*. „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie” nr 1(9) 2006, s. 245–258.
- Olesiuk A. 2007. *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Difin. ISBN 978-83-7251-696-1.
- Rutkowski A. 2008. *Turystyka w LP*. [online]. Dostępny w Internecie: <http://www.lp.gov.pl/turystyka>.
- Ustawa [1991] z 28 września 1991 r. o lasach. Tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. nr 45, poz. 435.

Determinants of Tourism Development in the Małopolska Region Forests Sites

Summary: The article discusses the determinants of development of sylvan tourism in Lesser Poland. Special attention was drawn towards major advantages of sylvan tourism and its products in the context of their general characteristic. Issues related to required infrastructure were also covered, especially those concerning forests in Lesser Poland, among others in the region of Tarnow. The aim of the article is most of all to familiarize the reader with issues regarding attractive aspects of sylvan tourism.

Key words: sylvan tourism, tourism product, development determinants, infrastructure

REKREACJA I EDUKACJA ZDROWOTNA

BOGDAN CIUĆMAŃSKI, LUCYNA STANEK*

Podstawowe metody, formy i środki dydaktyczne stosowane w metodyce rekreacji ruchowej

Słowa kluczowe: rekreacja ruchowa, metodyka rekreacji, rekreacyjne formy dydaktyczne, metody dydaktyczne, środki dydaktyczne

Streszczenie: Racjonalizm działalności w sferze czasu wolnego człowieka winien być oparty na wyraźnie sprecyzowanych celach oraz stosowaniu skutecznych metod ich osiągnięcia. Istotne sposoby realizacji wolnoczasowych potrzeb rekreacyjnych obejmuje metodyka rekreacji, będąca niejako naukowym systemem. Bardzo ważnym ogniwem w działalności rekreacyjnej jest osoba organizatora a jednocześnie realizatora zajęć. Od poziomu m.in. jego wiedzy metodycznej oraz umiejętności przyjętych sposobów realizacji zadań dydaktycznych zależy efektywność i atrakcyjność ich prowadzenia. Niezbędne jest więc posiadanie przez organizatora dokładnej znajomości dydaktycznych form, metod i środków stosowanych w procesie działalności rekreacyjnej. Stąd też treść pracy stanowi opis wybranych, istotnych składowych metodyki rekreacji fizycznej.

1. Wstęp

Słowo „rekreacja” wywodzi się od łacińskiego czasownika *recreo*, składającego się z prefiksu *re*, oznaczającego powrót do pierwotnego stanu, oraz rdzenia *creo* – czynności tworzenia (Kopaliński, 1989). Inaczej, łacińska etymologia tego terminu oznacza w rozumieniu dosłownym – stworzenie na nowo, przywrócenie do życia, wzmocnienie. Przyjmując, że pojęcie „rekreacja” ma charakter raczej abstrakcyjny, to pojęcie „aktywność rekreacyjna” oznacza rzeczywiste zjawisko społeczne o spe-

* Dr Bogdan Ciućmański – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji; starszy wykładowca Akademia Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie, Katedra Teorii i Metodyki Gier Sportowych i Rekreacyjnych; dr Lucyna Stanek – adiunkt, Akademia Wychowania Fizycznego im. B. Czecha w Krakowie, Katedra Teorii i Metodyki Gier Sportowych i Rekreacyjnych.

cyficznych cechach. W potocznym rozumieniu rekreację rozważa się w kategorii czynności, działania, czy też aktywności. Jednakże, zgodnie z najczęściej obecnie wykorzystywaną definicją Wolańskiej (1997, s. 59), rekreację rozumie się jako „[...] różnego rodzaju zajęcia, podejmowane w czasie wolnym, dobrowolnie, dla przyjemności, autoekspresji, formacji własnej osobowości, odnowy i pomnażania sił psychofizycznych”. Jak wynika z definicji, rekreację należy rozważać mając na względzie pojęcie czasu wolnego (to czas, który pozostaje po wykonaniu tzw. czynności koniecznych, związanych z pracą zawodową, życiem rodzinnym i społecznym). Oba pojęcia występują bowiem zawsze razem. Jest to jeden z koniecznych warunków, aby zajęcia uważać za rekreacyjne. Spectrum zaś tych zajęć jest tak szerokie, jaka jest mnogość ludzkich potrzeb i zainteresowań.

Generalnie, w literaturze przedmiotu (Kiełbasiewicz-Drozdowska, Siwiński, 2001), przyjmuje się następujący podział rekreacji:

- Rekreacja ruchowa (fizyczna) – obejmująca wszelkie formy działalności rekreacyjnej – fizycznej (np. ćwiczenia ruchowe, gry i zabawy sportowe, itp.);
- Rekreacja twórcza – kształtująca osobowość i wpływająca na sferę emocjonalną człowieka (jej formy to m.in. działalność plastyczna, fotograficzna, teatralna, muzyczna, itp.);
- Rekreacja kulturalno-rozrywkowa – obejmująca takie formy, jak gry towarzyskie, rozrywkę umysłową, czytelnictwo, koła naukowe, itp.;
- Rekreacja poprzez działalność społeczną – są to działania dobrowolne, podejmowane w czasie wolnym na rzecz innych ludzi.

2. Rekreacja ruchowa (fizyczna)

Pojęcie to odnosi się do zespołu czynności związanych z ruchem i wysiłkiem fizycznym, mających za zadanie zapewnienie biologicznej sprawności organizmu, przy jednoczesnej poprawie funkcjonowania psychicznego i w sferze działalności społecznej. Można je traktować instrumentalnie, jako środek dbałości o zdrowie, sylwetkę, sprawność i kondycję fizyczną. Stąd głównymi celami rekreacji fizycznej są:

- zaspokojenie potrzeb ruchu niezbędnego dla zdrowia,
- poprawa, utrzymywanie i budowanie sprawności i wydolności fizycznej,
- równoważenie dobowego bilansu energetycznego organizmu człowieka,
- osiągnięcie przyjemności i zadowolenia z wysiłku fizycznego.

Rekreacja ruchowa jest więc działalnością celową, ukierunkowaną na podnoszenie sprawności fizycznej, często przybierającą postać walki z samym sobą lub z innymi, zawierającą pierwiastek zabawy oraz niejednokrotnie ujętą w pewne reguły. W powszechnym użyciu sport tego typu nazywa się sportem rekreacyjnym, bądź też określany jest mianem sportu dla wszystkich. W tym ro-

zumieniu ma to miejsce wtedy, gdy spontaniczna i systematyczna aktywność motoryczna jest z jednej strony zabawą, z drugiej zaś swoistą grą, w której dominuje swoboda, mimo określonego stopnia zorganizowania. Można powiedzieć, iż sport dla wszystkich posiada cechy tzw. sportu nieklasyfikowanego (osiągane podczas współzawodnictwa wyniki interesują jedynie uczestnika), w odróżnieniu od sportu kwalifikowanego (Toczek-Werner, 2007). Wartościami oczekiwanymi sportu dla wszystkich jest nie tylko utrzymywanie zdrowia, doskonalenie osobowości, hamowanie inwolucji sprawności fizycznej oraz regeneracja sił psychofizycznych przez wykorzystywanie form ćwiczebnych i form współzawodnictwa w różnych dyscyplinach sportu, ale coraz częściej uzyskiwanie jak najbardziej trwałych dyspozycji psychicznych i fizycznych, a także motorycznych jednostki.

3. Wybrane zagadnienia metodyki rekreacji ruchowej

Metoda (od greckiego: *methodos*), to droga, sposób postępowania. Nie każdy jednak sposób postępowania można nazwać metodą. W ogólnym znaczeniu jest to świadomy i powtarzalny wybór działania. Metodyka rekreacji ukazuje najskuteczniejsze sposoby osiągnięcia wyznaczonych celów na drodze właściwego stosowania form, metod i środków – składowych procesu działalności rekreacyjnej. Należy dodać, iż metodyka rekreacji w znacznym stopniu korzysta z metodyki innych dziedzin kultury fizycznej, przede wszystkim z metodyki wychowania fizycznego i sportu. Jednakże na jej odmienność w stosunku do wymienionych wpływają specyficzne cele stawiane przed rekreacją ruchową (m.in. dobrowolność uczestnictwa i działanie w sferze czasu wolnego). Wydaje się, iż najbardziej pełną definicję metodyki rekreacji prezentuje Oździński, według którego „[...] jest to droga postępowania oparta na zbiorze praktycznych wskazówek, co do zasad diagnozowania i prognozowania potrzeb oraz sposobów kierowania procesem rekreacji z wykorzystaniem form, środków i metod pozwalających na uzyskanie optymalnego wykorzystania czasu wolnego dla utrzymania zdrowia, wypoczynku, rozrywki i samo-realizacji” (2001, s. 225).

3.1. Metody dydaktyczne stosowane w rekreacji ruchowej

Metody dydaktyczne w rekreacji są to sposoby nauczania, za pomocą których uczestnicy zajęć przyswajają przekazywaną im wiedzę, umiejętności i nawyki ruchowe, przy optymalnym wykorzystaniu form i środków dydaktycznych.

Pośród istotnych metod, dotyczących fizycznej sfery potencjalnych odbiorców propozycji rekreacyjnych, można wyróżnić:

- metody nauczania czynności ruchowych,
- metody kształtowania zdolności motorycznych,

- metody organizowania i prowadzenia zajęć ruchowych,
- w metodyce działalności rekreacyjnej wymienia się również tzw. socjotechniczne metody upowszechniania rekreacji (animacja i upowszechnianie). Jednak z uwagi na przyjęty kontekst artykułu, zostały one celowo pominięte.

Metody nauczania czynności ruchowych:

– Metody niespecyficzne – bazujące na wykorzystywaniu instrukcji słowno-pokazowej (zwięzły i logiczny opis werbalny zadania ruchowego, uzupełniony jego odpowiednią prezentacją), mające na celu zrozumienie i wywołanie wyobrażenia danego aktu ruchowego u ćwiczącego. Są to:

- metody słowne – służące przekazywaniu ustnej informacji o danej formie aktywności i jej sposobach wykonania. Są podstawowym środkiem porozumiewania się z rekreantem, a jednocześnie wytwarzają u niego umysłowy program wykonywania kolejnych czynności;

- metody oglądowe – oparte na pokazie czynności ruchowej „na żywo”, lub z wykorzystaniem środków audio-video. Metody te, poprzez bezpośrednią lub pośrednią obserwację, ułatwiają poznanie poprawnego sposobu wykonania zadania ruchowego, angażując percepcję wzrokowo-ruchową ćwiczącego;

- metody działania praktycznego – polegające na praktycznym wykonywaniu czynności ruchowych, co pozwala na szybkie, prawidłowe ich opanowanie. Metody te przygotowują do odpowiedniego zastosowania wyuczonych już aktów ruchowych w zmiennych sytuacjach bodźcowych, bądź życiowych;

- metody oddziaływania sensorycznego – pozwalające na nauczanie czynności ruchowych za pomocą m.in. dotyku i słuchu. Stosowane są w nauczaniu osób z zaburzeniami układu ruchu, bądź też funkcjonowaniem niektórych zmysłów;

- Metody specyficzne – uwzględniające możliwość wyboru i zastosowania szerokiej gamy środków treningowych, w dużej mierze usprawniających i przyspieszających proces nauczania:

- metoda analityczna (cząstkowa) – nauczanie jednorodnej czynności ruchowej elementami, inaczej, podział jej na części składowe i nauczanie ich każdej z osobna. Dopiero w końcowej fazie wiąże się je w całość i tworzy pełną strukturę zadania ruchowego. Metoda stosowana w nauczaniu osób o niskich uzdolnieniach ruchowych, bądź w nauczaniu trudnych i złożonych czynności ruchowych;

- metoda syntetyczna (całościowa) – nauczanie całości danego ruchu lub ćwiczenia, bez naruszania jego zasadniczej struktury. Metoda umożliwiająca szybkie zrozumienie istoty ruchu oraz jego związków z techniką lub taktyką wybranej dyscypliny. Stosowana w nauczaniu osób sprawnych ruchowo i koordynacyjnie;

- metoda kompleksowa (analityczno-syntetyczna) – połączenie obu powyższych metod z zaakcentowaniem jednej z nich. Łatwiejsze elementy zadania ruchowego uczy się metodą syntetyczną, trudniejsze analityczną. Metoda stosowana często w nauczaniu złożonych, o dużej skali trudności, zadaniach ruchowych.

Metody kształtowania zdolności motorycznych

Jest to grupa metod treningowych stosowana przede wszystkim w kształtowaniu podstawowych zdolności motorycznych (siły, szybkości, wytrzymałości i koordynacji ruchowej). Z uwagi na zróżnicowany charakter wysiłku, wśród metod tych wyróżnia się:

- Metodę krótkotrwałych maksymalnych wysiłków (zwaną również metodą ciężkoatletyczną). Stosowana w kształtowaniu siły. Przy odpowiednim doborze parametrów treningu (liczby serii, powtórzeń, czasu przerw wypoczynkowych), istotne jest dozowanie oporu (ciężaru). W metodzie tej, minimalny ciężar stanowi 60% maksymalnych możliwości wysiłkowych ćwiczącego. I tak, w tempie wolnym winno się wykonywać ćwiczenia przy obciążeniu 60–100% ciężaru maksymalnego, w tempie średnim przy 60–90% maksymalnego oporu, zaś w szybkim przy 60–80%. Najlepsze rezultaty przynosi stosowanie oporów w zakresie 90–100% ciężaru maksymalnego. Możliwe jest wówczas wykonanie 1, 2 lub 3 powtórzeń w jednej serii (3–5 serii w treningu), ale za to z pełną koncentracją i maksymalnym wysiłkiem. Metoda ta rzadko wykorzystywana jest w rekreacji fizycznej, wręcz nie zaleca się takiego sposobu pracy przy kształtowaniu siły w procesie rekreacji ruchowej;

- Metodę wielokrotnych wysiłków – wykorzystywaną również w kształtowaniu siły fizycznej, gdzie ćwiczenia wykonywane są aż do osiągnięcia pełnego zmęczenia (przy zastosowaniu odpowiednio dobranych parametrów treningu). Metoda ta stosowana jest w kilku wariantach. Przykładem takiej metody jest „body building system”, w której stosuje się ćwiczenia z oporem 50–60% oporu maksymalnego. Celem metody jest wszechstronny rozwój najważniejszych grup mięśniowych;

- Metody ciągłe – stosowane głównie w kształtowaniu wytrzymałości ogólnej (np. biegowej, czy w pływaniu dystansowym). Jest to długotrwały wysiłek, praktycznie ze stałą intensywnością, przy stosunkowo niewielkim obciążeniu. Mając na uwadze czas trwania wysiłku i jego intensywność, metody te dzielą się na:

- jednostajne – umiarkowana i stała intensywność, przy stosunkowo długim czasie pracy – HR 150–160 sk./min.,

- zmienne – powtarzanie ćwiczeń o zmiennej intensywności i zróżnicowanym ich czasie, przy zachowaniu optymalnych przerw wypoczynkowych – HR 130–140 sk./min., a w fazach przyśpieszenia HR ok. 170 sk./min., np. w „fartleku”;

- Metody przerywane – mające zastosowanie w kształtowaniu wytrzymałości krótkiego czasu, polegające na wykonywaniu wysiłków oddzielonych od siebie przerwami, których długość nie pozwala na pełny wypoczynek. Nadto, ściśle określone winny być – intensywność ćwiczeń, czas ich trwania oraz długość przerw wypoczynkowych. Metody przerywane mogą stosować przede wszystkim zaawansowani, charakteryzujący się stosunkowo wysoką wydolnością fizyczną ćwiczący. Metody te dzielą się na:

- powtórzeniowe – charakteryzujące się powtarzaniem ćwiczeń o podobnej intensywności, zmiennej liczbie powtórzeń oraz optymalnym czasem przerw wypoczynkowych,
- interwałowe – których istotą jest dzielenie zasadniczego dystansu na krótsze odcinki wielokrotnie pokonywane z przerwami, których czas trwania jest ustalony w taki sposób, aby kolejne ćwiczenie było wykonywane w warunkach zmęczenia (przy niepełnym wypoczynku). Z pewnym przybliżeniem można stwierdzić, że obciążeniom w treningu interwałowym towarzyszy reakcja tętna w obrębie 180–200 uderzeń na minutę, a przerwa wypoczynkowa między ćwiczeniami winna trwać do momentu, aż częstotliwość tętna spadnie do 120–140 ud./min. Często spotykane są podziały metod interwałowych, np. na interwały krótkie (czas pracy 20–25 sek.), średnie (30–45 sek.), oraz długie (ok. 1 min.);
- Metoda startowa – coraz częściej mająca zastosowanie w rekreacji ruchowej, polegająca na kształtowaniu zdolności motorycznych, poprzez regularne uczestnictwo w grach rekreacyjnych, zawodach, turniejach itp.

Metody organizowania i prowadzenia zajęć ruchowych

Mają istotne zadania dydaktyczne w rekreacji fizycznej. Ich dobór zależy od wybranej formy rekreacji, środowiska, w której ona zachodzi, jak również od uwarunkowań osobniczych jej uczestników. Niemniej jednak, sprawna realizacja procesu dydaktycznego wymaga od prowadzącego zajęcia odpowiedniego przygotowania organizacyjno-metodycznego. Obejmuje to przede wszystkim wybór właściwego toku zajęć ruchowych oraz przygotowania osnowy i konspektu.

To k, to bardzo elastyczny ramowy schemat różnego rodzaju rozwiązań jednostek dydaktycznych (nie oznaczający jednak całkowitej dowolności interpretacyjnych). Analizując różne propozycje toków, najczęściej spotyka się takie, które dzielą zajęcia na 3 części, a każda z nich przyjmuje różne proporcje czasowe:

- Część wstępna – obejmuje ok. 10–20 minut i ma na celu:
 - zorganizowanie grupy,
 - określenie celu i zadań zajęć,
 - przygotowanie organizmu do zwiększonej aktywności ruchowej w części głównej zajęć (ćwiczenia rozgrzewające i kształtujące);
- Część główna – w której ma miejsce realizacja najistotniejszych, zaplanowanych zadań. Uważana jest za najtrudniejszą. Charakteryzuje ją różnorodność działania, specyficzna dla poszczególnych typów zajęć. Nauczając, bądź doskonaląc umiejętności ruchowe (użyteczne, sportowe, czy rekreacyjne), korzysta się tu z szerokiej gamy ćwiczeń i gier. W metodyce rekreacji wydziela się różne rodzaje toków, zależnych od form rekreacji, np. tok zajęć gimnastycznych, gier zespołowych, gier ruchowych, narciarstwa zjazdowego, pływania i innych. Wysiłek w tej części zajęć powinien utrzymywać się na stosunkowo wysokim poziomie. Przeciętny czas trwania części głównej zajęć, to 30–60 minut;
- Część końcowa – mająca na celu doprowadzenie organizmu ćwiczącego do względniego stanu uspokojenia, a także przeprowadzenie czynności porządkowych,

związanych z zakończeniem zajęć oraz ich podsumowaniem. Z reguły trwa 3–5 minut.

O s n o w a – opracowuje się ją w oparciu o tok zajęć. Jest to konkretny plan realizacji tematyki zajęć zbudowany na jego schemacie. Inaczej, to kolejność zadań ruchowych, która stanowi treść prowadzonych zajęć, zgodnych z założonym celem (tematem), przystosowanych do warunków wewnętrznych i zewnętrznych, posiadanych przyborów i przyrządów, bazy oraz rodzaju grupy. W konstruowaniu osnowy stosowane są najczęściej następujące schematy:

Schemat a:

- osnowa nr
- zadania główne
- zadanie szczegółowe
- data i miejsce
- pomoce dydaktyczne
- liczba uczestników
- czas trwania

Schemat b:

- data zajęć
- zadanie zajęć
- umiejętności
- sprawność
- wiadomości
- liczba ćwiczących
- miejsce
- przybory i przyrządy
- czas trwania zajęć

Przy opracowywaniu osnów winno się uwzględnić podstawowe zasady budowy rekreacyjnej jednostki dydaktycznej:

- stosowanie racjonalnego natężenia wysiłku,
- przemienność pracy mięśniowej,
- wszechstronne oddziaływanie na organizm ćwiczącego.

K o n s p e k t – to najbardziej szczegółowy sposób (w formie zapisu) przygotowania się instruktora do zajęć rekreacyjnych. Jest niejako uszczegółowieniem osnowy zajęć dydaktycznych. Oprócz treści wymienionych w osnowie zawiera:

- nazwę i opis poszczególnych ćwiczeń,
- czas ich dozowania, bądź liczbę powtórzeń każdego ćwiczenia, uwagi organizacyjno-metodyczne dotyczące ich realizacji.

3.2. Formy rekreacji

Formy rekreacji są to sposoby organizacji i prowadzenia działalności rekreacyjnej. Rekreacyjne formy aktywności ruchowej są bardzo zróżnicowane, uwarunkowane są bowiem zainteresowaniami i potrzebami ludzkimi. Jednakże, istnieje wśród nich pewna współzależność, stąd żadna klasyfikacja i podziały nie mogą być dokładne i do końca wyczerpujące zagadnienie. W literaturze przedmiotu rekreacyjne formy aktywności ruchowej klasyfikuje się w różnorodny sposób. Między innymi z uwagi na:

- Intensywność wysiłku:
 - relaksacyjne (np. spacer, wędkowanie),
 - średnio intensywne (np. żeglowanie),
 - intensywne (np. pływanie dystansowe, aerobic, biegi terenowe);
- Stopień trudności, inaczej złożoności technicznej:
 - łatwe (np. bieganie, jazda na rowerze),
 - średnio trudne (np. jazda na łyżwach, gra w siatkówkę plażową),
 - trudne (np. jazda na nartach);
- Porę roku:
 - letnie (np. nurkowanie),
 - zimowe (np. snowboard, jazda na nartach),
 - całoroczne;
- Miejsce realizacji:
 - plenerowe (np. nad wodą, w górach),
 - „pod dachem” (np. kręglarstwo, ćwiczenia kulturowe),
 - boiskowe (np. gry sportowe).

Jednakże, bardziej obiektywny jest podział form rekreacyjnych na trzy podstawowe, samodzielne elementy składowe (Oździński, 2001):

- organizacyjne struktury aktywności ruchowej,
- uwarunkowania czasoprzestrzenne,
- dydaktyczne formy prowadzenia zajęć rekreacyjnych.

Organizacyjne struktury aktywności ruchowej:

a. Indywidualne formy rekreacji ruchowej:

- formy o dominancie somatycznej (np. gry i zabawy rekreacyjne, sporty rekreacyjne itp.),
- formy o dominancie psychicznej (np. ćwiczenia relaksacyjne, wschodnie systemy samorealizacji itp.),
- formy rekreacji twórczej (np. zajęcia plastyczne, muzyczne, modelarskie fotograficzne itp.),
- formy kulturalno-rozrywkowe (np. gry i zabawy świetlicowe, czytelnictwo, rozrywki umysłowe, teatr, imprezy kulturalne i artystyczne itp.);

b. Zespołowe formy aktywności ruchowej – w których zespół ćwiczący jest podstawową jednostką metodyczno-organizacyjną, w ramach której odbywa się zorganizowane i systematyczne uprawianie rekreacji ruchowej. Dokonując klasyfikacji zespołowych form i ich rodzajów, można posłużyć się kilkoma odrębnymi kryteriami. A to, ze względu na:

- dominujący typ kontaktów społecznych:
 - formalne,
 - nieformalne,
- czas działalności:
 - stałe (całoroczne),

- sezonowe,
- okazjonalne,
- charakter zaawansowania:
 - kwalifikowane,
 - popularne,
- uprawianą dyscyplinę:
 - formy gimnastyczne (np. aerobic, callanetics, gimnastyka w wodzie itp.),
 - gry sportowe (np. piłka siatkowa, koszykówka, piłka nożna, piłka wodna itp.),
 - gry rekreacyjno-ruchowe (np. tenis ziemny, tenis stołowy, kręglarstwo itp.),
 - rekreacyjne ćwiczenia terenowe (np. marszobieg, ścieżki zdrowia, atletyka terenowa, biegi na orientację itp.),
 - wschodnie systemy samodoskonalenia (np. aikido, hapkido, kung-fu, kendo, ju-jitsu, karate i inne),
 - formy profilaktyczno-usprawniające (np. ćwiczenia dla osób z nadwagą, ćwiczenia dla kobiet po porodach, ćwiczenia zapobiegające schorzeniom zawodowym itp.),
 - sporty wodne (np. pływanie, żeglarstwo, kajakarstwo i inne),
 - sporty zimowe (narcciarstwo biegowe i zjazdowe, łyżwiarstwo, snowbord itp.),
 - małe formy turystyki (np. jeździectwo, wędkarstwo itp.),
 - inne (np. gry i zabawy świetlicowe – szachy, brydż, taniec itp.);
- c. Formy rekreacji rodzinnej – obejmujące różnorodną aktywność ruchową rodziców z dziećmi w domu, na terenie obiektów sportowo-rekreacyjnych, czy też w plenerze;
- d. Formy masowe – mające na względzie duże imprezy i festyny rekreacyjne, a także pokazy i widowiska sportowo-rekreacyjne.

Uwarunkowania czasoprzestrzenne – tworzące nie tylko ramy działalności rekreacyjnej, ale także wyznaczające zadania metodyczne dla organizatorów i realizatorów działalności rekreacyjnej. Są to kryteria czasowe i przestrzenne.

- a. Kryterium czasowe, obejmujące:
 - rekreacyjne formy okresowe (organizowane i przeprowadzane jednorazowo, bądź cyklicznie):
 - akcje masowe,
 - imprezy sportowo-rekreacyjne, festyny rekreacyjne, spartakiady, rajdy, sputy itp.,
 - wczasy sportowo-rekreacyjne,
 - obozy, kursy i szkolenia,
 - zawody i turnieje sportowe,
 - letnie i zimowe formy rekreacji uprawiane doraźnie,
 - aktywne formy wypoczynku weekendowego,

– systematyczne zajęcia, w których uczestnicy zajęć sukcesywnie i świadomie zmierzają do uzyskania określonych efektów rekreacyjnych, m.in. ogólnej sprawności fizycznej, kształtowania poszczególnych zdolności motorycznych, poprawy stanu zdrowia itp. W tym przypadku niezbędnym ogniwem realizacji zadań jest dysponujący wiedzą specjalistyczną i wysokim poziomem zaawansowania ruchowego, doświadczony instruktor. Pośród tego typu form rekreacji można wyróżnić:

- stałe zespoły ćwiczebne,
- kluby zainteresowań,
- punkty poradnictwa i animacji,
- ćwiczenia w czasie przerw w pracy itp.,
- inne;

b. Kryterium przestrzenne – uwzględniające elementy terenowe i środowiska w stosowaniu rekreacji:

- uwarunkowania terenowe:
 - organizowanie rekreacji ruchowej w miejscu zamieszkania,
 - organizowanie rekreacji ruchowej w szkole,
 - organizowanie rekreacji ruchowej w zakładzie pracy,
 - organizowanie rekreacji ruchowej w ośrodku wypoczynkowym,
- uwarunkowania środowiskowe:
 - środowisko przyrodnicze (uksztaltowanie terenu, las, jeziora, góry, itp.),
 - środowisko sztuczne (parki, stadiony, ścieżki zdrowia, sale gimnastyczne, pływalnie, itp.).

Dydaktyczne formy prowadzenia zajęć rekreacyjnych – w głównej mierze dotyczą sfery organizacyjnej, w niewielkim zakresie zaś nauczania określonych czynności ruchowych. Są to:

– Formy zabawowe (cieszące się sporym powodzeniem nie tylko pośród dzieci i młodzieży, ale również wśród osób dorosłych):

- klasyczne (zabawy ze śpiewem, orientacyjno-porządkowe, rzutne, bieżne, skoczne, z mocowaniem i inne),
- naśladowcze (odtworzenie znanych zjawisk związanych z przyrodą, np. poruszania się zwierząt),
- opowieści ruchowej, inaczej ilustracji (przyjęcie wątku tematycznego, bądź też snucie opowieści stymulujących charakter oraz intensywność zabawy);

– Forma problemowo-zadaniowa – postawienie zadania ruchowego przez instruktora jako problem do rozwiązania przez rekreanta, forma istotnie aktywizująca ćwiczących;

– Forma ścisła, w której czynności ruchowe są precyzyjnie określone przez instruktora, zaś zadaniem ćwiczącego jest dokładne ich odtworzenie, forma ta nie pozostawia żadnej dowolności interpretacji sposobu wykonania zadania ruchowego;

– Forma zajęć obwodowa – niejednokrotnie błędnie utożsamiana z formą stacijną, faktycznie jednak różniące się od siebie strukturą i organizacją. Obwód ma tutaj znaczenie porządkowo-organizacyjne. Istotą formy obwodowej jest wykony-

wanie następujących po sobie ćwiczeń, po obwodzie sali treningowej lub boiska. Głównym celem ćwiczeń stosowanych w tej formie jest wszechstronny rozwój organizmu, kształtowanie ciała i korzystne wpływanie na układy wewnętrzne. W organizacji treningu obwodowego istotne jest spełnienie takich warunków, jak:

- obciążenie wyjściowe w zajęciach dla ćwiczącego (po właściwej rozgrzewce), winno stanowić 50% maksymalnych jego możliwości w odniesieniu do poszczególnych ćwiczeń. Dozowanie zaś obciążenia następuje poprzez zwiększanie liczby powtórzeń pojedynczego ćwiczenia, skracanie czasu pokonywania zestawu ćwiczeń (na obwodzie), bądź też przez skracanie przerw wypoczynkowych między obwodami,
- trening składający się zwykle z trzykrotnego pokonania obwodu z ćwiczeniami, w którym jest 6–12 ćwiczeń. Po pokonaniu każdego z obwodów stosuje się bierny lub czynny, 3–5-minutowy wypoczynek,
- ćwiczenia w obwodzie, każde z nich nie powinno trwać dłużej niż 1 minutę, a liczba jego powtórzeń nie powinna przekraczać 20x,
- tempo wykonywania ćwiczeń winno być szybkie, a ich dobór bardzo starannie przemyślany i dostosowany do potrzeb i możliwości ćwiczących;
- Forma zajęć stacyjna – często mylnie nazywana formą obwodu stacyjnego, lub obwodowo-stacijną. Polega ona na wykonywaniu odpowiednio dobranego zestawu ćwiczeń na z góry określonych stacjach (stanowiskach rozmieszczonych w sali gimnastycznej lub na boisku). Rozmieszczenie stacji, to strona organizacyjna zajęć (istotne jest, aby ćwiczący pamiętali kierunek zmian kolejnych stacji). Ćwiczenia na stacjach wykonywane są z reguły w ściśle określonym czasie (rzadko wyznaczana jest liczba powtórzeń ćwiczenia), po upływie którego następuje relatywny wypoczynek przed podjęciem następnego wysiłku, na kolejnej stacji. Układ kolejnych stacji powinien zapewniać zmienność pracy, wszechstronność ćwiczeń, atrakcyjność i bezpieczeństwo;
- Forma toru przeszkód – to takie rozwiązanie, w którym ćwiczący na określonym terenie muszą pokonać w sposób dowolny lub ustalony, wyznaczone przeszkody. Istnieją tory otwarte, gdzie linia startu jest oddalona od mety, oraz zamknięte z linią startu i mety w jednym punkcie. W praktyce znane są różne odmiany torów przeszkód:
 - tory stałe (zainstalowane na boisku lub w terenie),
 - tory improwizowane (budowane w trakcie zajęć),
 - tory równoległe o jednakowej budowie (służące często współzawodnictwu),
 - tory równoległe – różne (o zróżnicowanym charakterze, np. zwinnościowe, koordynacyjne);
- Forma improwizacji ruchowej – polegająca na aktywnym wykorzystaniu przyborów lub wykonywaniu dowolnych ruchów, przy odpowiednio dobranym podkładzie muzycznym. Czynności ruchowe w tej formie mają charakter kreatywny, pozwalają wyrażać emocje, wyzwalać inwencję i wzbogacać przeżycia. Zasto-

sowanie w niej mają różne formy ruchu np. inscenizacja, pantomima, taniec, opowieści ruchowe itp.;

- Forma współzawodnictwa – wprowadzająca rywalizację do zajęć rekreacyjnych (wyzwalanie pozytywnych emocji), będącej czynnikiem mobilizującym i stymulującym, poprzez dawanie możliwości porównywania się z innymi ćwiczącymi. W zależności od wybranej formy rekreacji, przejawia się w różnorodnych konkursach, zawodach, turniejach i mistrzostwach;

- Forma gier – coraz częstsza forma współzawodnictwa, stosowana w różnych warunkach, np. piłka siatkowa na plaży, czy też gra w koszykówkę na placach, boiskach przyszkolnych itp. Wyróżnia się formy gier:

- uproszczoną – stosowaną przy dużym uproszczeniu przepisów, m.in. dla zachowania płynności samej gry dla tych, którzy nie znają w pełni wszystkich przepisów danej gry zespołowej,

- szkolną (od: szkolenia) – gdzie instruktor ustala warunki gry, może w dowolnym momencie ją przerwać, omówić błędy i wskazać prawidłowe rozwiązania,

- właściwą – odpowiadającą wszystkim wymogom, jakie stawiają oficjalne zawody;

- Istnieją nadto takie formy, jak: forma fragmentów gry, forma strumieniowa i inne, jednakże stosowane są rzadko w rekreacji fizycznej, częściej zaś w wychowaniu fizycznym i sporcie kwalifikowanym.

3.3. Środki dydaktyczne stosowane w rekreacji ruchowej

Najogólniej, są to obiekty, urządzenia, przyrządy, przybory oraz pomoce naukowe świadomie wykorzystywane do osiągania celów rekreacyjnych. W literaturze przedmiotu spotyka się różne podziały środków dydaktycznych wykorzystywanych w rekreacji ruchowej. Według Ożdzińskiego (2001), przystępując do ich charakterystyki winno się uwzględnić ich rodzaje:

- Urządzenia oraz obiekty plenerowe i kryte – są podstawowym zapleczem terenowym decydującym o atrakcyjności zajęć rekreacyjnych. To m.in. boiska do gier, urządzenia do ćwiczeń, tory rowerowe i rolkowe, korty tenisowe itd. Zaś obiekty kryte to: siłownie, sale gimnastyczne, baseny itp.;

- Urządzenia stałe na salach gimnastycznych – bramki, drabinki przyścienne, żerdzie, liny, tablice i inne konstrukcje do gier sportowych;

- Przybory i przyrządy:

- przyrządy – to urządzenia przenośne do ćwiczeń, np. stoły do tenisa stołowego, trenażery do nauki i doskonalenia techniki gier zespołowych, zestawy do ćwiczeń gimnastycznych – poręczce, batut itp.,

- przybory – to różnego rodzaju piłki do gier, obręczce, skakanki, piłki lekarskie, szarfy itd.,

- Środki pomiarowe – np. taśmy miernicze, stopery, wagi lekarskie, spirometry, cykloergometry, sport-testery, sprzęt komputerowy itp.;
- Środki do przekazu informacji – podręczniki i poradniki o tematyce sportowej i rekreacyjnej, szkoleniowe kasyety video, sprzęt audiowizualny itp.;
- Inne – np. naturalne przeszkody terenowe, specjalistyczne nawierzchnie bieżni, boisk i sal gimnastycznych, a także śnieg, lód, woda itd.

4. Podsumowanie

Najbardziej masową formą kultywowania i pomnażania wartości przyswojonych w szkolnym procesie wychowania fizycznego jest rekreacja fizyczna. W przeciwieństwie do innych form rekreacji, mieszczących się w ramach społecznie pożądanych, rekreacja fizyczna staje się coraz częściej powinnością współczesnego człowieka, zarówno względem siebie, jak i społeczeństwa. Liczne badania dowodzą, że nawet krótkotrwałe ograniczenia aktywności ruchowej prowadzą do daleko idących zmian morfologicznych, funkcjonalnych i dynamicznych w organizmie ludzkim (np. atrofia mięśni, spadek tolerancji wysiłkowej, wydłużenie czasu reakcji, obniżenie się poziomu koordynacji). Stąd wydaje się, iż znaczenie rekreacji ruchowej wraz z postępem cywilizacji i w obliczu mnogości chorób cywilizacyjnych będzie stale rosło, a wylansowany przed laty przez ekspertów UNESCO slogan *learning to be*, wymagał istotnego i szybkiego uzupełnienia hasłem *moving to be*. Aktywność ruchowa bowiem staje się we współczesnym świecie równie istotnym warunkiem egzystencji człowieka, jak i jego ustawiczna edukacja. Jednakże, aktywność ta winna być oparta na podstawach metodycznego postępowania w zakresie rekreacji fizycznej (te zaś, w dużej mierze oparte są na metodyce innych dziedzin kultury fizycznej – wychowania fizycznego i sportu). W pracy przedstawiono opis form, metod i środków dydaktycznych stosowanych w działalności rekreacyjnej. Doskonała znajomość i umiejętność doboru podstawowych sposobów realizacji programu rekreacyjnego ma bowiem olbrzymie znaczenie w praktycznym funkcjonowaniu, nie tylko chętnych do uprawiania różnych przejawów rekreacji fizycznej, ale przede wszystkim animatorów i instruktorów. Z jednej strony są niejako niezbędnym warunkiem sprawności nauczania i doskonalenia przez nich zadań ruchowych, z drugiej zaś istotnie weryfikują ich zawodowe kompetencje.

Bibliografia

- Kiełbasiewicz-Drozdowska I., Siwiński W. 2001. *Teoria i metodyka rekreacji – zagadnienia podstawowe*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego. ISBN 83-86336-89-7.
- Kopaliński W. 1989. *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo „Wiedza Powszechna”. ISBN 83-214-0570-3.

- Oździński J. 2001. *Wybrane zagadnienia metodyki rekreacji ruchowej*. W: I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Siwiński (red.); *Teoria i metodyka rekreacji – zagadnienia podstawowe*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego. ISBN 83-86336-89-7.
- Toczek-Werner S. 2007. *Podstawy rekreacji i turystyki*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego. ISBN 978-83-89156-64-8.
- Winiarski R. W. 1989. *Wstęp do teorii rekreacji ze szczególnym uwzględnieniem rekreacji fizycznej*. Wydawnictwo Skryptowe nr 100. Kraków: Akademia Wychowania Fizycznego im. B. Czecha. ISSN 0239-8125.
- Wolańska T. 1997. *Leksykon. Sport dla wszystkich – rekreacja ruchowa*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.

The Basic Methods, Forms and Teaching Aids Applied in the Active Recreation Methodology

S u m m a r y: The rationalism of activities in the field of people's free time should be based on clearly stated goals or practicing effective methods of their achievement. The essential ways of performing leisure activities include the methods of recreation which is a scientific system. A very important link in the activity of recreation is the person who both organizes and performs the activities. The effectiveness and attractiveness of the didactic activities depend on the level of the person's methodical knowledge or skillfully accepted ways of doing these activities. It is essential for the person to have a detailed knowledge of the didactic forms, methods and ways which are applied in process of the recreation activities. Thus, the content of the work is a description of the selected, essential components of the methods of physical recreation.

Key words: physical recreation, methodology of recreation, recreational didactic forms, didactic methods, didactic aids

MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARCIN ŻMIGRODZKI,
MICHAŁ ŻAK, ANNA MAJCHRZAK*

Sprawność fizyczna i motywacja kobiet wybierających aerobik jako formę rekreacji ruchowej

Słowa kluczowe: aerobik, sprawność fizyczna, motywacja

Streszczenie: Prezentowane opracowanie ma na celu określenie motywacji oraz sprawności fizycznej kobiet uczęszczających na zajęcia aerobowe. W tym celu zankietowano 60 kobiet w przedziale wiekowym 20–60 lat regularnie uczęszczających na zajęcia. Pytania zadane respondentkom dotyczyły głównie określenia postaw wobec aktywności ruchowej, świadomości prozdrowotnej podejmowanych działań oraz samooceny jej wyników, która przekłada się bezpośrednio na motywację. Warto podkreślić, że coraz więcej kobiet w średnim wieku podejmuje aktywność ruchową. Jest to tym bardziej cenne, że dla większości ankietowanych głównym powodem podejmowania zajęć ruchowych jest potrzeba ruchu, co wskazuje na rosnącą świadomość społeczną prozdrowotnych aspektów sprawności fizycznej. Zdecydowana większość (75%) badanych kobiet deklaruwała zadowolenie z zajęć ruchowych. Wszystkie ankietowane polecałyby tę formę zajęć, wysoko oceniając własną sprawność fizyczną.

1. Wstęp

Aktywność ruchowa odgrywa bardzo duże znaczenie bez względu na okres ontogenezy. Powszechnie wiadomo, że ruch sprzyja prawidłowemu rozwojowi, poprawia funkcjonowanie poszczególnych układów organizmu, zapobiega nasileniu

* Dr Małgorzata Żychowska – adiunkt, kierownik Zakładu Rekreacji i Odnowy Psychosomatycznej, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; mgr Marcin Żmigrodzki – asystent, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji; mgr Michał Żak – asystent, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji; lic. Anna Majchrzak – studentka I roku studiów II stopnia AWF Warszawa.

się zmian inwolucyjnych. Stąd dbałość o zdrowie, jak również potrzeba przedłużenia sprawności organizmu stała się ważnym problemem zarówno społecznym, jak i ekonomicznym. Jednak wciąż trudno ukształtować taką potrzebę ruchu, która pozwoliłaby w harmonogramie codziennym na stałe wygospodarować czas na zajęcia ruchowe. Duże znaczenie w aktywnym stylu życia ma motywacja, która warunkuje większość podejmowanych przez człowieka działań.

W ostatnim okresie w Polsce bardzo dynamicznie rozwija się aerobik, o czym świadczy coraz większe zainteresowanie kobiet w różnym wieku podejmowaniem tego typu aktywności ruchowej.

Ćwiczenia aerobowe są jedną z form ruchu zmuszającą człowieka do wysiłku fizycznego. Aktywność ruchowa jest skutecznym czynnikiem przeciwdziałającym chorobom cywilizacyjnym i wpływającym na właściwe funkcjonowanie wszystkich narządów naszego organizmu. W dużym uproszczeniu można stwierdzić, że wysiłek fizyczny kontynuowany w rozwoju ontogenetycznym jest stymulatorem zdrowia.

Badaniami dotyczącymi aerobiku jako formy rekreacji ruchowej zajmowało się wielu badaczy, m.in. Ambroży i Pilch (2007), Klocek i Spieszny (2005), Borysiuk (2004), Makris i Górecka (1999) i in. Doniesienia te dotyczyły głównie sprawności fizycznej kobiet korzystających z tego typu zajęć, profilu wysiłkowego czy poziomu koordynacji. Nie wynika z nich jednoznacznie, że ta forma ruchu gwarantuje poprawę wydolności. Przyczyna tego tkwi najprawdopodobniej w braku indywidualizacji obciążeń i systematyczności ćwiczeń. Stąd warto poznać stanowiska samych zainteresowanych, ich własną ocenę przydatności zajęć i motywację do podejmowania aktywności ruchowej.

2. Sprawność fizyczna i główne założenia koncepcji health-related-fitness

Potrzeba kształtowania sprawności fizycznej nie podlega dyskusji, w przeciwieństwie do efektywności poszczególnych metod jej kształtowania. Z badań efektów treningowych prowadzonych m.in. przez jednego ze współautorów tego opracowania (dane niepublikowane) wynika, że podczas zajęć aerobowych można zaobserwować różny kierunek zmian wydolności tlenowej. W badanej grupie połowa wykazała progres po 3-miesięcznym treningu, a druga połowa regres. W przypadku osób, u których odnotowano regres, ten trzymiesięczny okres należy uznać za stracony z punktu widzenia idei aerobiku.

Coraz więcej uwagi poświęca się ostatnio badaniom sprawności fizycznej w kontekście zdrowia. Lansowana koncepcja HRF (health-related-fitness) zakłada poszukiwanie dla jednostki o określonym genotypie, żyjącej w danym środowisku, optymalnego poziomu sprawności fizycznej. Ten optymalny poziom jest rozpatrywany w kontekście zdrowia i odpowiada bardziej pojęciu jakości życia w każdym

wieku. Wspomniana koncepcja zakłada występowanie komponentów: morfologicznych, mięśniowych, motorycznych, krążeniowo-oddechowych oraz metabolicznych, których odpowiedni poziom bezpośrednio przekłada się na zdrowie (Osiński, 2003). Sprawność funkcjonowania układu krążenia w każdym okresie życia przekłada się bezpośrednio na sprawność fizyczną, wydajność w pracy zawodowej czy też w późniejszym okresie na niezmiernie ważną jakość życia, związaną z normalną aktywnością dnia codziennego (Bouchard i Shephard, 1993).

Negatywne zmiany inwolucyjne dotyczą również istotnego parametru, a mianowicie VO_{2max} (maksymalny pobór tlenu, wyrażany zwykle w ml/kg/min.). Obniżanie się jego wartości z wiekiem jest udowodnione, podobnie jak zahamowanie tych zmian poprzez każdego rodzaju trening aerobowy. Stąd tym większe znaczenie tego rodzaju ćwiczeń dla utrzymania sprawności, zwłaszcza układu oddecho-krążeniowego. Należy również podkreślić, że trening o charakterze wytrzymałościowym wymaga dłuższego czasu trwania i systematyczności, gdyż wytrzymałość stosunkowo łatwo wytrenować i podobnie stracić – detrening (Szopa i wsp., 1996). Stąd niezwykle ważne znaczenie ma motywacja, która zresztą w strukturze motoryczności (Szopa i wsp., 1996) stanowi istotną predyspozycję składającą się właśnie na zdolności motoryczne wytrzymałościowe.

3. Motywacja i jej znaczenie dla podejmowania zajęć ruchowych

Odpowiednia motywacja powinna odnosić się zarówno do instruktora, jak i uczestników zajęć, ponieważ ich poziom motywacji jest ważnym determinantem efektywności całego procesu treningowego. Zależność jest prosta: im wyższy poziom motywacji ćwiczących i instruktora, tym większe zaangażowanie w ćwiczenia, a im większe osobiste zaangażowanie w ćwiczenia, tym lepsze efekty treningowe, przy założeniu przestrzegania podstawowych prawidłowości fizjologicznych i zasad treningu. Zwykle rozróżnia się dwa rodzaje motywacji: wewnętrzną i zewnętrzną. Motywacja wewnętrzna odnosi się do zrozumienia samego siebie i poznania własnych zainteresowań i potrzeb. Kluczowe znaczenie ma tutaj przede wszystkim akceptacja własnej osobowości i wiedza o aktywności, jaką się podejmuje.

Bardzo dobrą motywacją do ćwiczeń jest autorytet instruktora. Wówczas często aerobik staje się dla ćwiczących pasją i sprawia im przyjemność, dlatego uczestniczą w zajęciach. Między uczestnikami a instruktorem rodzi się swego rodzaju więź, dlatego zajęcia, choć czasem bardzo wyczerpujące, traktują jako zabawę.

Motywacja zewnętrzna wynika z chęci osiągnięcia obranego celu, do którego zdobycia niezbędna jest aktywność fizyczna. Motywacja zewnętrzna jest bardzo silnym bodźcem do działania, jednak jest ograniczona do końcowego efektu działalności.

4. Materiał i metodyka badań

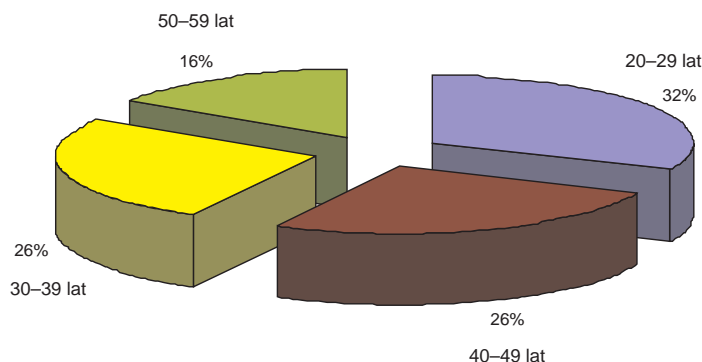
Podstawowym celem niniejszej pracy jest przedstawienie motywów uprawiania aerobiku przez kobiety oraz samooceny sprawności fizycznej uzyskanej w trakcie zajęć.

Główny problem badawczy dotyczy powodów podejmowania aktywności fizycznej, której skutkiem powinno być podniesienie ogólnej sprawności organizmu. Rozważając ten problem postawiono pytania:

1. Jakie są postawy kobiet wobec sprawności fizycznej?
2. Czy świadomość pozytywnego wpływu ruchu na organizm, znajduje odzwierciedlenie w aktywnej postawie wobec sprawności fizycznej?
3. Jakie są główne motywy uprawiania aerobiku wśród kobiet?

Zastosowano jedną z wielu metod badawczych wykorzystywanych przez pedagogów prowadzących badania w zakresie kultury fizycznej, a mianowicie ankietę, którą przeprowadzono wśród 60 kobiet w przedziale wiekowym od 20 do 53 lat, uczęszczających na zajęcia aerobowe. Zebrany materiał stanowił podstawę do opracowania odpowiedzi na postawione pytania badawcze, dotyczące dwóch głównych zagadnień: samooceny sprawności ruchowej oraz motywów podejmowania przez kobiety takiej formy rekreacji ruchowej, jaką jest aerobik.

Rysunek 1 przedstawia charakterystykę ankietowanej grupy kobiet pod względem wieku.



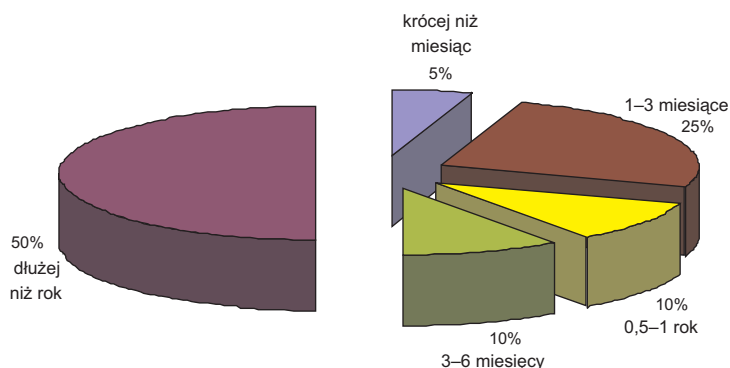
Rys. 1. Wiek kobiet uczęszczających na aerobik (% respondentek)

Źródło: opracowanie własne.

5. Omówienie wyników ankiety

Poniżej przedstawiono analizę odpowiedzi na postawione w ankiecie pytania dotyczące sprawności fizycznej oraz motywacji kobiet uczęszczających na zajęcia typu aerobik. Analizę wyników w tekście przedstawiono na rysunkach.

W uprawianiu aerobiku ważna jest wytrwałość. Ogromne znaczenie ma okres, w którym uczęszcza się na zajęcia. Szczegółowe dane dotyczące respondek przedstawiono na rysunku 2.

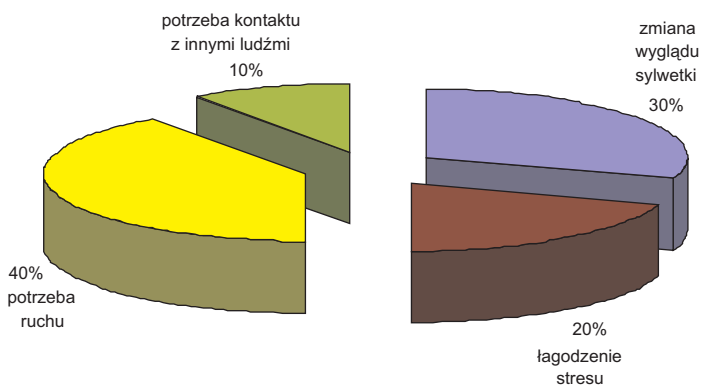


Rys. 2. Okres uczęszczania na zajęcia aerobiku (% respondek)

Źródło: opracowanie własne.

Z przeprowadzonej analizy wypowiedzi respondek wynika, że 50% badanych (30 osób) uczęszcza na zajęcia aerobiku dłużej niż rok, 25% badanych (15 osób) korzysta z tego typu zajęć przez 1-3 miesiące. Uczestnictwo przez 3-6 miesięcy, jak i 6-12 miesięcy zadeklarowało po 10% respondek. 5% badanych uczestniczyło w zajęciach krócej niż miesiąc, stanowiły więc grupę początkujących.

Następne pytanie z tej grupy tematycznej dotyczyło wskazania powodu uczęszczania na zajęcia aerobiku. Opinie badanych przedstawiono na rysunku 3.



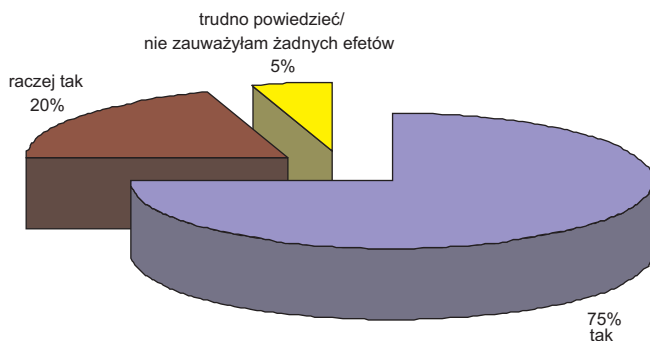
Rys. 3. Powody uczęszczania na zajęcia aerobiku (% respondek)

Źródło: opracowanie własne.

Bardzo pozytywnie należy traktować fakt, że najważniejszym powodem uczęszczania na zajęcia aerobowe okazała się potrzeba ruchu (24 osoby – 40%). Obecnie coraz więcej uwagi przywiązuje się do prawidłowej masy ciała, gdyż zbyt wysoka

stanowi jeden z najważniejszych czynników ryzyka tzw. nadumieralności, stąd jako drugi z powodów kobiety deklarowały chęć poprawy sylwetki (18 kobiet, co stanowi 30% ogółu badanych). Powód ten może być zdecydowanie bardziej prozaiczny, związany z chęcią podobańcia się. Pozytywny efekt ćwiczeń w stosunku do łagodzenia stresu zadeklarowało 20% ankietowanych a chęć kontaktu z ludźmi 10% (6 ankietowanych osób).

Kolejne pytanie dotyczyło własnej oceny skuteczności podjętych działań ruchowych (rys. 4).



Rys. 4. Samoocena skuteczności ćwiczeń (% respondentek)

Źródło: opracowanie własne.

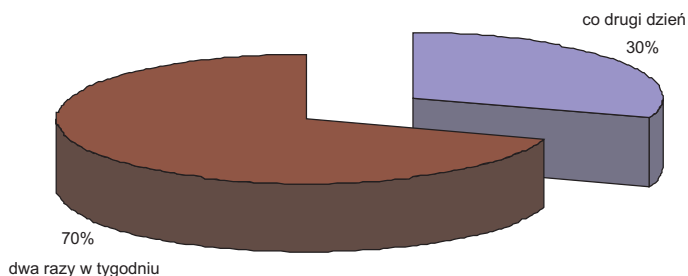
Aż 75% ankietowanych zadeklarowało zadowolenie z zajęć aerobiku. Warto jednak zwrócić uwagę na pozostałe 25% (15 osób), które najwidoczniej nie osiągnęły planowanego celu. Może to być związane z brakiem indywidualizacji ćwiczeń, zbyt małym lub dużym obciążeniem itp. Poprawa organizacji i uwzględnianie parametrów fizjologicznych poszczególnych kobiet może spowodować większą regularność podjętych działań ruchowych.

Na rysunku 5 zestawiono częstotliwość uczęszczania respondentek na zajęcia ruchowe, która z pewnością ma kluczowe znaczenie w uzyskiwaniu zamierzonego celu.

Zdecydowana większość respondentek uczęszcza na zajęcia dwa razy w tygodniu. Częstotliwość taka jest zbyt mała, żeby potraktować je jako osoby trenujące, stąd może nie wszystkie są zadowolone z efektów ćwiczeń. 18 kobiet deklaruje uczęszczanie na zajęcia co drugi dzień. Z punktu widzenia zasad treningu taka częstotliwość jest wystarczająca dla uzyskania efektów treningowych, głównie poprawy wytrzymałości.

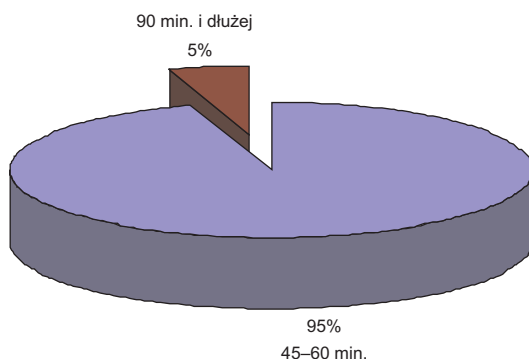
Kolejno, zanalizowano odpowiedzi dotyczące czasu, jaki poświęcają ankietowane na zajęcia ruchowe.

W tej kwestii wystąpiła jednogłośnie wyrażanych opinii respondentów. Większość stanowią kobiety (57 osób – 95%), które przeznaczają na ćwiczenia od 45 do 60 minut, czyli czas trwania zajęć prowadzonych przez instruktora. Tylko 3 osoby poświęcały ćwiczeniom 90 minut i dłużej.



Rys. 5. Częstotliwość uczęszczania na zajęcia (% respondentek)

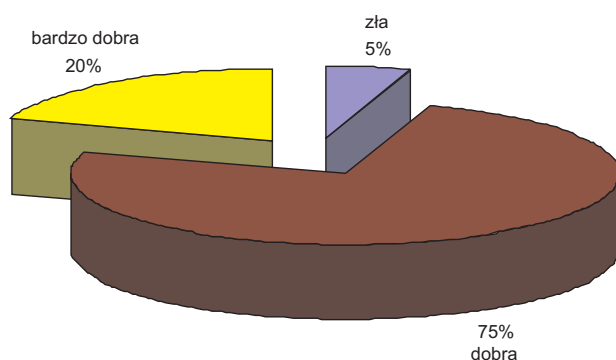
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Czas poświęcany przez ankietowane na zajęcia aerobowe (% respondentek)

Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 7 zamieszczono wyniki samooceny sprawności fizycznej.



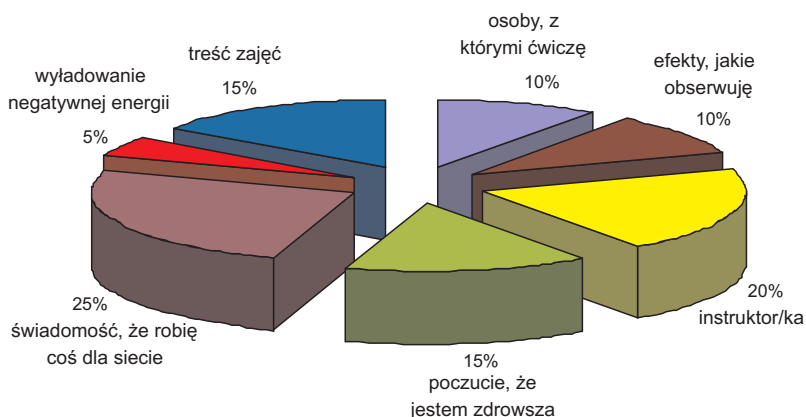
Rys. 7. Samoocena sprawności fizycznej (% respondentek)

Źródło: opracowanie własne.

Większość ankietowanych (aż 75%) ocenia swoją sprawność fizyczną jako dobrą. Jednak wśród badanej grupy są osoby, które uważają się za bardzo sprawne

(20%) oraz niesprawne (5%). Z danych indywidualnych wynika, że samoocena ma ścisły związek z częstotliwością uczęszczania na zajęcia, tzn. kobiety uczęszczające regularnie oceniają się wyżej. Z oceny sprawności motorycznej (próby z testu Eurofit – dane nieopublikowane) wynika, że samoocena ta jest zawyżona, większość badanych (80%) wykazała przeciętny poziom sprawności.

Kolejne pytanie miało na celu określenie źródła satysfakcji z podejmowanej aktywności fizycznej. Największą liczbę respondentów (15 osób – 25%) stanowią osoby, którym satysfakcję płynącą z uczęszczania na zajęcia aerobiku przynosiła świadomość, że robią coś dla siebie (rys. 8). Niewiele mniej (12 osób – 20%) stanowią kobiety, które są usatysfakcjonowane postawą instruktora/ki. Po 9 kobiet, stanowiących łącznie 30% wszystkich badanych, wyraża swoją satysfakcję wynikającą z treści zajęć oraz poczucia, że są w lepszej kondycji. Następną grupę stanowią osoby, które są usatysfakcjonowane towarzystwem w jakim wykonują ćwiczenia, takiej odpowiedzi udzieliło 6 osób, tj. 10%. Taka sama liczba kobiet zadeklarowała, że motywem regularnego uczęszczania na zajęcia są efekty, jakie obserwują. Natomiast tylko 3 kobiety (5%) stwierdziły, że dla nich zasadniczą zaletą zajęć jest wyładowanie negatywnej energii.

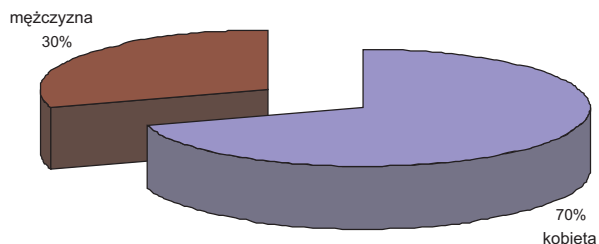


Rys. 8. Źródło satysfakcji z zajęć ruchowych

Źródło: opracowanie własne.

W następnym pytaniu poproszono respondentki o wyrażenie swojej opinii na temat osoby prowadzącej zajęcia aerobiku, czy ma być to kobieta czy mężczyzna? Szczegółowe dane na ten temat zamieszczono na rysunku 9.

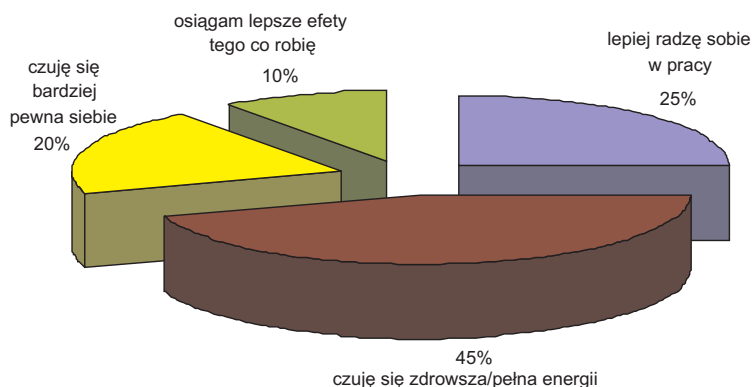
Z przeprowadzonej analizy wynika, że 42 kobiety, tj. 70% respondentek, wolałyby, aby zajęcia aerobiku były prowadzone przez kobietę. Swoją opinię umotywowały tym, że w towarzystwie instruktorki odczuwałyby większą swobodę w wykonywaniu ćwiczeń, jak również tym, że kobieta lepiej rozumie potrzeby innych kobiet. Pozostałe osoby (18 osób – 30%) stwierdziły, że lepiej byłoby, aby tę funkcję pełnił mężczyzna.



Rys. 9. Procentowy rozkład zwolenniczek kobiety lub mężczyzny jako instruktora

Źródło: opracowanie własne.

Prawie połowa kobiet (rys. 10) zadeklarowała lepsze samopoczucie, wynikające z uczęszczania na zajęcia ruchowe. Jednak 25% największą różnicę zaobserwowała w wydajności w pracy zawodowej, co świadczyłoby o podwyższeniu się pułapu tlenowego. Potwierdza to fakt, że wydolność aerobowa warunkuje wydajność w pracy. Część ankieterowanych kobiet zwróciła uwagę na pozytywny wpływ ruchu na pewność siebie i osiąganie lepszych efektów podejmowanych działań.



Rys. 10. Samoocena zmian w samopoczuciu ankieterowanych kobiet pod wpływem zajęć ruchowych (%)

Źródło: opracowanie własne.

Z odpowiedzi na dwa ostatnie pytania, a mianowicie, czy polecałyby znajomym tego typu zajęcia i czy dają one satysfakcję 100% kobiet wypowiedziało się na tak. Wynika z tego, że ta forma zajęć – niezależnie od poziomu osiąganych efektów – jest bardzo popularna wśród kobiet. Coraz większa staje się również potrzeba ruchu w naszym społeczeństwie, co dobrze rokuje w aspekcie prozdrowotnym.

6. Podsumowanie

Coraz częściej z zajęć aerobowych korzystają kobiety w różnym wieku. Aerobik do niedawna był traktowany jako dobra forma ruchu wyłącznie dla młodych kobiet. Z przeprowadzonej ankiety wynika, że 58% respondentek to kobiety w okresie ontogenetycznym wieku dorosłego, a 42% wieku dojrzalego. Większość respondentek podejmuje aktywność ruchową regularnie, a jako główny powód podaje potrzebę ruchu. Świadczy to o coraz większej świadomości społecznej, dotyczącej zdrowotnych aspektów sprawności fizycznej. Spowolnienie zmian inwolucyjnych przekłada się na jakość życia, wydajność w pracy oraz ma niewątpliwie aspekt ekonomiczny. Przeciętnie ankietowane kobiety podejmują zajęcia dwa razy w tygodniu przez 45 minut, co odpowiada jednej jednostce lekcyjnej. Może to być zbyt małe obciążenie dla uzyskania określonej poprawy i korzystnych zmian fizjologicznych. Aż 95% badanych ocenia swoją sprawność fizyczną jako dobrą lub bardzo dobrą. Co prawda, procentowo najliczniejsza grupa satysfakcję czerpie z poczucia, że są zdrowsze lub z faktu, że robią coś dla siebie, to jednak 20% badanych wskazuje na rolę instruktora ćwiczeń. To zagadnienie zdaje się być bardzo istotne z punktu widzenia dalszego propagowania aerobiku. Wiele osób przestaje uczęszczać na aerobik właśnie ze względu na błędy popełniane przez prowadzącego. Dotyczy to zwłaszcza złego doboru obciążeń, które w efekcie skutkują brakiem poprawy lub nawet bólem związanym z urazami mięśniowymi. Ponadto brak indywidualizacji ćwiczeń i podziału na grupy pod względem zaawansowania prowadzi do przekształcenia aerobiku (ćwiczenia aerobowe) w anaerobik (ćwiczenia siłowo-szybkościowe). Stąd konieczna wydaje się poprawa poziomu kształcenia instruktorów rekreacji ruchowej. Bez względu na odpowiedzi na inne zadawane pytania wszystkie respondentki polecają podejmowanie tego typu zajęć ruchowych innym, uważając, że są one satysfakcjonujące. Niestety, nie ma publikowanych doniesień, jaki procent kobiet rezygnuje z tego typu zajęć. Pomimo że wyniki tej ankiety są obiecujące w kontekście propagowania rekreacji ruchowej, to należy podchodzić do nich z pewną ostrożnością. Respondentkami bowiem były osoby, które wytrwale i stosunkowo regularnie uczęszczają na aerobik.

Bibliografia

- Ambroży D., Pilch W. 2007. *Wpływ 7-miesięcznych ćwiczeń fizycznych wykonywanych podczas aerobiku na poprawę wydolności fizycznej, zmianę masy i składu ciała młodych kobiet*. „Medicina Sportiva Practica” 8, nr 1, s. 1–4.
- Borysiuk Z. 2004. *Profil wysiłkowy grupy kobiet uprawiających aerobik*. „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia” vol. 59, suppl. 14, s. 42.
- Bouchard C., Shephard R. 1993: *Physical activity, fitness, and health: the model and key concept*. In: C. Bouchard, R.J. Shephard, T. Stephens (eds.). *Physical activity, fitness, and health: consensus statement*. Champaign, H: Human Kinetics Publishers, pp. 11–20.

- Kłoczek T., Kłoczek E., Spieszny M. 2005. *Poziom koordynacji ruchowej i wydolności fizycznej w aspekcie umiejętności ruchowych kobiet uczestniczących w rekreacyjnych zajęciach aerobiku*. „*Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*” vol. 60, suppl. 16, s. 208.
- Makris M., Górecka B. 1999. *Sprawność fizyczna kobiet uprawiających aerobik*. „*Nowa Medycyna*” nr 6, s. 51–53.
- Osiński W. 2003. *Antropomotoryka*. Poznań: AWF. ISBN 83-88923-22-6.
- Szopa J., Mleczko E., Żak S. 1998 *Podstawy antropomotoryki*. Warszawa – Kraków: Wydawnictwo Naukowe PWN. ISBN 83-01-11946-2.

Physical Fitness and Motivation of Women Choosing Aerobics as a Form of Physical Recreation

Summary: The following study aims to define the motivation and physical fitness of women attending aerobics classes. For this reason 60 women ranging from 20 to 60 years of age, regularly attending the classes were polled. The questions asked to the respondents concerned mainly defining their attitudes towards physical fitness, pro-health consciousness of the undertaken activities and self-assessment of their results, which translated directly into motivation. It is worth stressing the fact that increasingly more middle-aged women are undertaking physical activities. It is even more valuable due to the act that the main reason to undertake physical activities is the need of movement for the majority of the polled, which testifies to the growing social consciousness of the pro-health aspects of physical fitness. The definite majority (75%) of women being polled declared satisfaction with physical classes. All the polled women would recommend this form of activities, assessing their own physical fitness very well.

Key words: aerobics, physical fitness, motivation

WOJCIECH MACIEJOWSKI, MAŁGORZATA WIŚNIEWSKA*

Gabinety odnowy biologicznej w Tarnowie, ich lokalizacja oraz oferta

Słowa kluczowe: odnowa biologiczna, masaż, sauna, grotła solna, solarium, Tarnów

Streszczenie: Publikacja przedstawia rozmieszczenie gabinetów odnowy biologicznej w granicach miasta Tarnowa oraz zróżnicowanie oferty ich zabiegów (m.in. masaże, sauna, grotty solne, hydroterapia, solaria). Na wybranych przykładach omawia też wady i zalety korzystania z nich na tle ogólnych zasad właściwego stosowania środków odnowy biologicznej. Zasadnicze wnioski, wynikające z pracy to stwierdzenie, iż w końcu 2008 r. działało w Tarnowie 56 obiektów oferujących zabiegi odnowy biologicznej. Z tej liczby 18 ośrodków oferowało masaże lecznicze, 7 saunę, 2 korzystanie z grot solnych oraz 30 z solarium, a w 12 ośrodkach można było skorzystać z zabiegów fizykoterapeutycznych, takich jak: światłolecznictwo, elektroterapia, ultradźwięki, magnetoterapia i laseroterapia. Punkty zabiegowe rozmieszczone są głównie w centrum miasta, a dzielnice peryferyjne mają zdecydowanie słabszą ofertę.

1. Wprowadzenie

Odnowa biologiczna jest dziś pojęciem powszechnie używanym. Za odnowę biologiczną najczęściej uznaje się szereg czynności wpływających na przyspieszenie naturalnych procesów regeneracji. Tak rozumiana definicja jest jednak mocno zawężona. W szerszym rozumieniu określenie odnowa biologiczna to świadome oddziaływanie na organizm za pomocą różnorodnych środków (naturalnych i sztucznych) oraz warunków środowiskowych w celu przyspieszenia fizjologicznych procesów wypoczynkowych (Magiera, Walaszek, 2008). Odnowę biologiczną definiuje się też jako proces przyspieszający powrót zdolności wysiłkowych do poziomu wyjściowego po dużych obciążeniach fizycznych (Eberhardt, 2007).

* Dr Wojciech Maciejowski – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji, kontakt e-mail: w.maciejowski@geo.uj.edu.pl; lic. Małgorzata Wiśniewska – absolwentka Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie.

W sferze ogólnospołecznych potrzeb wypoczynku termin odnowy biologicznej zastępowany jest pojęciem bioregeneracji. W tym zakresie znajduje się również hartowanie i uodparnianie organizmu na wpływ czynników zewnątrzśrodowiskowych i eliminację negatywnych skutków tego wpływu. Podstawowe metody stosowane w odnowie biologicznej w istotny sposób skracają okres wypoczynku, a także wspomagają proces regeneracji sił ustroju (Gieremek, Dec, 2007). Odnowa biologiczna, stosowana najczęściej u sportowców wyczynowych, może być jednak doskonałym rozwiązaniem dla wszystkich, którzy uprawiają sport dla przyjemności lub są obciążeni codzienną pracą.

Od wielu lat na świecie, a w ostatnich kilkunastu latach także i w Polsce, zapotrzebowanie na zabiegi odnowy biologicznej zdecydowanie wzrosło. Powodem dużego powodzenia takich zabiegów jest lepsze samopoczucie i relaks, jakiego doznaje się podczas i po skorzystaniu z nich, szczególnie, kiedy tempo życia wymaga od nas doskonałej formy, zarówno w pracy zawodowej, jak i w życiu prywatnym. Człowiek wypoczęty to z jednej strony człowiek zadowolony z życia, a z drugiej jednocześnie bardziej wydajny. Prawda ta uwidacznia się szczególnie w prywatnych firmach, gdzie od pracownika wymagana jest pomysłowość, inwencja czy dobra forma fizyczna, ale z drugiej strony znaczna część pracodawców zapewnia możliwość darmowej lub objętej zniżką regeneracji sił, właśnie przy wykorzystaniu tego typu środków. Zresztą zabiegi sprzyjające utrzymaniu formy nie są wymysłem naszych czasów, gdyż masaż czy sauna (kąpiel parowa), znane były już w czasach antycznych.

2. Cel i metody pracy

Celem pracy jest ukazanie różnorodności środków odnowy biologicznej stosowanych w gabinetach odnowy w granicach miasta Tarnowa, w tym również przedstawienie przestrzennego rozmieszczenia tych gabinetów.

Pod względem zastosowanych metod badawczych pracę podzielono na dwa etapy. W etapie przygotowawczym miała miejsce kwerenda biblioteczna, której założeniem było zebranie jak największej i najpełniejszej literatury problemu. Drugi etap, czyli badania terenowe zostały przeprowadzone na przełomie października i listopada 2008 r. Polegały one na zebraniu pełnej oferty zabiegów w gabinetach odnowy biologicznej, wraz z ich lokalizacją w granicach miasta. Najważniejsze obiekty zajmujące się odnową biologiczną były przez autorów sprawdzone na miejscu. Zwracano uwagę na różnorodność oferty wykonywanych zabiegów, jakość wybranych zabiegów, jak i możliwości skorzystania z porady personelu przy właściwym doborze zabiegów przez klienta, w aspekcie właściwego stosowania środków odnowy biologicznej. Z całego szeregu zasad stosowania środków odnowy biologicznej (Kasperczyk, Fenczyn, 1996) w szczególności zwracano uwagę na zasady:

- indywidualnego doboru środków odnowy,
- stopniowania intensywności środków odnowy,
- kompleksowego stosowania środków odnowy.

W kilkunastu gabinetach stosowano metodę wywiadu poprzez rozmowę z ich personelem, jak również z klientami-użytkownikami. Niestety, ze względu na częstą odmowę lub nawet zakaz ankietowania, nie udało się pozyskać reprezentatywnych danych i informacji, pozwalających na uogólnienie pewnych zagadnień (np. dotyczących wykorzystywania istniejącej bazy przez mieszkańców czy też popularności określonych zabiegów).

Obszar badań stanowiły granice administracyjne miasta Tarnowa, którego powierzchnia wynosi 72,4 km², a zamieszkiwana jest przez 116 tys. mieszkańców (*Ludność Polski*, 2008).

3. Obiekty odnowy biologicznej w Tarnowie

3.1. Gabinety masażu

Masaż jest jednym z najbardziej popularnych zabiegów odnowy biologicznej na terenie miasta Tarnowa. Z zabiegów masażu można skorzystać w 18 obiektach (rys. 1), które stanowią głównie gabinety rehabilitacji, ale także niezależne gabinety masażu.

Zdecydowanie największym powodzeniem cieszy się masaż leczniczy, z którego można skorzystać w zasadzie w każdym gabinecie. Do rodzajów masażu leczniczego, spotykanych w tarnowskich gabinetach, należą: masaż klasyczny, masaż segmentarny, masaż relaksacyjny oraz drenaż limfatyczny. Przeważającą część pacjentów, korzystających z masażu leczniczego w Tarnowie, stanowią osoby cierpiące na bóle kręgosłupa.

Szczególne uwagę klientów zwracają gabinety masażu, które oferują nie tylko masaż leczniczy, ale i masaże przystosowane do indywidualnych potrzeb klienta.

Gabinet masażu leczniczego „Amal”, oprócz masażu leczniczego, oferuje również masaż modelujący sylwetkę dla pań (obejmuje on masaż brzucha, łydek, ud z przodu i tyłu), a także endodermomasaż radialny (RDT), czyli terapię zmian podskórnych przy wykorzystaniu słabego podciśnienia dla odblokowania krwi i tlenu w obszarach objętych cellulitem.

Gabinet rehabilitacyjny „Optimal” proponuje również masaże bańką chińską, urządzeniem Aquavibron i specyficzne, orientalne masaże SPA: masaż relaksacyjny z elementami masażu polinezyjskiego, masaż dźwiękiem mis tybetańskich, ajurwedyjski masaż głowy i uniwersalny masaż rozciągający szalem. Masaże wykonywane są na specjalnym materacu z łuski gorczycy, który ma pozytywny wpływ na układy kostny i nerwowy. Dodatkowo zachowana jest atmosfera relaksu i odprężenia, dzięki zastosowaniu palonych świec, olejków zapachowych i kadzideł.



Rys. 1. Rozmieszczenie gabinetów oferujących masaż

Źródło: opracowanie własne.

Leczenie bańkami (w tym bańką chińską) stanowi odmianę terapii podciśnieniowej. Polega na wytworzeniu podciśnienia we wnętrzu bańki, zassania skóry i tkanki podskórnej do jej wnętrza. Podciśnienie wytworzone w bańce w sposób mechaniczny podrażnia znajdujące się w skórze receptory oraz wpływa na naczynia krwionośne (Kasperczyk, Mucha 2006).

Aparat Aquavibron to urządzenie do suchego masażu leczniczego oraz kosmetycznego, gdzie wykorzystywanym źródłem energii jest woda pod ciśnieniem. Osoba korzystająca z masażu nie ma jednak bezpośredniego kontaktu z wodą, gdyż sam masaż odbywa się poprzez drgania membrany masującej (Mucha, 2006).

Masaż dźwiękiem mis tybetańskich wykazuje działanie relaksujące, lecznicze oraz psychoterapeutyczne. Jego zadaniem jest usuwanie bólu, chorób, strachu, depresji i niepewności. Dźwięki mis tybetańskich wnikają w ciało, powodując powstawanie uzdrawiających wibracji, dzięki którym rozpoczyna się regeneracyjne pobudzenie komórek. Precyzyjnie dobrany dźwięk dodaje energii komórkom zdrowym, natomiast komórki chore są niszczone (Mandle i in., 2008).

Relaksacyjny masaż z wykorzystaniem elementów masażu polinezyjskiego to delikatny masaż ciała oparty na technice masażu polinezyjskiego (*ma-uri, lomi lomi nui*). Stosowane są płynne, bardzo delikatne ruchy masujące ciało od głowy do stóp bez odrywania rąk. Masaż ma na celu przywrócenie prawidłowej energii ciała, wprowadzenie w głęboki relaks oraz regenerację po fizycznym i psychicznym wysiłku (Kasprzak, Mańkowska, 2008).

Ajurwerdyjski masaż głowy nazywany *shiroabhyanga* (masaż twarzy, szyi i karku) to masaż o działaniu odmładzającym. Poprawia on ukrwienie skóry, odżywia tkanki i wprowadza w stan relaksu (Kasprzak, Mańkowska, 2008). Jego zadaniem jest też poprawa ujędrnienia skóry i tkanek podskórnych, ponadto masaż ten likwiduje stres, usuwa migreny i pomaga w bezsenności.

Uniwersalny masaż rozciągający szalem to masaż o działaniu relaksacyjnym wykonywany w ubraniu, przy wykorzystaniu bawełnianego szala. Jego celem jest rozciągnięcie i rozluźnienie mięśni bez ich napinania.

Gabinet masażu i fizjoterapii „Beauty & SPA” ma w swojej ofercie masaż relaksacyjny gorącymi kamieniami, próżniowy masaż odchudzający i antycellulitowy. Masaż relaksacyjny gorącymi kamieniami łączy w sobie zalety masażu ze szczególnymi właściwościami wulkanicznych kamieni bazaltowych (Kasprzak Mańkowska, 2008). Nagrzane kamienie działają na termoreceptory znajdujące się w skórze pacjenta, podnosząc temperaturę okolic masowanych. Powoduje to ogólne rozluźnienie ciała, duże przekrwienie miejscowe, przyspieszenie procesów przemiany materii, ogólne oczyszczenie organizmu i pobudzenie procesów wymiany tkankowej.

3.2. Sauny

W Tarnowie z zabiegu sauny można skorzystać na terenie ośmiu ośrodków o charakterze rekreacyjnym (rys. 2). Możliwe jest jednak skorzystanie wyłącznie z sauny suchej. Na terenie miasta brak jest ofert sauny mokrej lub ziołowo-paro-



Rys. 2. Rozmieszczenie gabinetów oferujących saunę, grotę solną lub zabiegi hydroterapeutyczne

Źródło: opracowanie własne.

wej. Tarnowskie fińskie sauny rozmieszczone są głównie przy popularnych klubach fitness, większych siłowniach oraz hotelach. Pod względem wyposażenia nie różnią się między sobą. Komory są zbudowane z drewna, wewnątrz znajdują się drewniane ławy na jednej lub dwóch wysokościach.

„Forma – fitness klub” (rys. 3) posiada dwie niezależne sauny fińskie dla pań i panów. Miejsca w saunie udostępniane są wszystkim klientom klubu nieodpłatnie, co jak podkreślają sami pracownicy klubu, powinno zachęcić zmęczonych po zajęciach fitness do odpoczynku i regeneracji. Niestety, w tym klubie nie sprawdza się najlepiej zasada kompleksowego stosowania środków odnowy. Niewskazane jest bowiem korzystanie z sauny zarówno po wyczerpującym wysiłku fizycznym, jak i tuż przed nim (Walaszek, 2006). Należy odczekać przynajmniej 3–4 godziny, aby zabieg sauny przyniósł oczekiwane przez organizm korzyści. W sumie więc jest to niezręczna propozycja, która miała mieć charakter „wspaniałomyślniej” oferty klubu, dotyczącej nieodpłatnej sauny dla wszystkich jego klientów. Podobną ofertę zabiegu sauny można znaleźć w siłowniach „Hard Body” i „Power live fitness”.



Rys. 3. Budynek Forma-fitness klub, oferujący masaże, saunę i solarium (fot. M. Wiśniowska)

Zdecydowanie lepiej sytuacja przedstawia się w propozycji gabinetu odnowy biologicznej „Bio Studio”, który znajduje się przy pływalni TOSiR (rys. 4). Do

dyspozycji klientów jest sauna fińska dla maksymalnie czterech osób. Użytkownicy sauny w „Bio Studio” chwala sobie dyspozycyjność całego pomieszczenia na własne potrzeby oraz czystość prysznic, który jest priorytetem w prawidłowym użytkowaniu sauny. Ujemny punkt stanowi techniczne rozwiązanie przejść między sauną a innymi miejscami (np. solarium) na terenie samego obiektu.



Rys. 4. Pływalnia TOSiR i gabinet odnowy biologicznej Bio Studio w Tarnobrzegu (fot. M. Wiśniowska)

Hotel „Cristal Park” oferuje korzystanie z sauny w połączeniu z jacuzzi. Oba obiekty znajdują się bowiem w jednym pomieszczeniu i mogą zostać wynajęte na wyłączność. W tym samym pomieszczeniu znajduje się również prysznic, którego kabina tworzy beczkę o głębokości około 80 cm, do której wchodzi się po dwóch drewnianych stopniach, choć – jak wiadomo – po skorzystaniu z sauny najbardziej zalecana jest kąpiel w wannie lub basenie. W Hotelu „Cristal Park” można skorzystać z jacuzzi, które znajduje się obok komory sauny, następnie odpocząć na leżakach, które są do dyspozycji klientów. Dodatkowymi atutami są cisza, spokój i prywatność w użytkowaniu udostępnionego pomieszczenia. Jest to jedyny obiekt w Tarnobrzegu, który w pełni umożliwia skorzystanie z zabiegu sauny zgodnie z dotyczącymi go zaleceniami.

3.3. Groty solne

Grota solna to pomieszczenie, które niemal w każdym miejscu może zastąpić lecznicze wykorzystanie naturalnych przestrzeni podziemnych, takich jak: jaskinie, grotty i kopalnie, stanowiąc w ten sposób substytut subterranoterapii¹. Uznany czynnikiem leczniczym jest tu wybitnie czyste, pozbawione zanieczyszczeń powietrze o specyficznej, dużej wilgotności i stosunkowo niskiej temperaturze.

Na terenie miasta Tarnowa w Centrum Zdrowia „Margo-Med” i we wspomnianym wcześniej Hotelu „Cristal Park” istnieje możliwość skorzystania właśnie z grot solnych (rys. 2). Obie grotty wyłożone są blokami solnymi, pochodzącymi z Morza Martwego. Z sufitu zwisają długie sople zwane stalaktytami, a pod stopami chrzęszczą kryształki soli. Temperatura panująca w grotach wynosi około 20°C. System klimatyzacji i wentylacji zapewnia stałą wymianę powietrza na ujemnie zjonizowane. Naturalna sól morska zawiera wiele cennych pierwiastków, niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu. W grotach solnych wdycha się szereg mikroelementów, między innymi jod, wapń, magnez, potas, żelazo, selen i brom. Pacjentom przebywającym w grocie towarzyszy relaksująca muzyka, a także efekty świetlne. Grota solna jest więc połączeniem muzykoterapii z chromoterapią². Komory solne są doskonałym miejscem odprężenia i relaksu w warunkach czystego i wilgotnego powietrza.

Grota solna w „Margo-Med” posiada system specjalnych promienników o różnych częstotliwościach w czterech kolorach: niebieskim, czerwonym, pomarańczowym oraz zielonym. Barwa czerwona przyspiesza akcję serca i przemianę materii w komórkach, podnosi ciśnienie i oczyszcza krew, jak też poprawia funkcjonowanie układu trawiennego, likwiduje zmęczenie (Stapór, 2000). Pomarańczowe światło wspomaga procesy trawienne i układ oddechowy, ponadto podnosi pewność siebie i wprowadza w dobry nastrój. Zielone światło ma za zadanie z jednej strony likwidować toksyny w organizmie, a z drugiej dodawać energii i likwidować zmęczenie. Światło niebieskie wycisza system nerwowy, uspokaja i likwiduje napięcie mięśni, ułatwia zasypianie, a także łagodzi schorzenia dróg oddechowych (Stapór, 2000). Seans w gabinecie „Margo-Med” trwa 50 minut.

3.4. Obiekty oferujące zabiegi z wykorzystaniem wody (hydroterapia)

Pływalnia kryta Tarnowskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji oraz Hotel „Cristal Park” stanowią w Tarnowie jedyne obiekty oferujące usługi profilaktycznego masażu wodnego w formie jacuzzi i biczów wodnych (rys. 2).

¹ Subterranoterapia – kuracja chorych (głównie na choroby układu oddechowego) przy wykorzystaniu naturalnie lub sztucznie ukształtowanych warunków mikroklimatycznych przestrzeni podziemnych, m.in. grot, jaskiń, sztucznych sztolni i komór kopalnianych (Straburzyński, Straburzyńska-Lupa, 2000).

² Chromoterapia – kuracja przy wykorzystywaniu wpływu na organizm człowieka różnych właściwości i efektów światła i koloru (Stapór, 2000).

Wspomniany Hotel „Cristal Park” oferuje jacuzzi w połączeniu z sauną na wyłączność, po wcześniejszym wynajęciu pomieszczenia. Jest to dużą zaletą dla osób, które w ciszy i spokoju chcą skorzystać z sauny i jacuzzi. Inaczej jest na terenie pływalni krytej TOSiR. Jacuzzi, a także bieżnie wodne stanowią dodatek do basenu rekreacyjnego oraz pływackiego i można z nich korzystać bez dodatkowych opłat. Atutem pływalni jest również jej dostępność, otwarta jest bowiem 7 dni w tygodniu, do godziny 22:00. Niedogodnością jest bez wątpienia hałas towarzyszący pływalni i duża liczba osób oczekujących w kolejce na swoje miejsce w jacuzzi.

3.5. Solaria

W Tarnowie liczba gabinetów oferujących łóżko do opalania (powszechnie zwane solarium) aktualnie wynosi 30. Położone są one przede wszystkim w samym centrum miasta, a także w pobliżu dużych osiedli mieszkaniowych jego północno-zachodniej części (rys. 5). W Tarnowie łóżka opalające stanowią jednak przede wszystkim uzupełnienie (20 przypadków) gabinetów kosmetycznych lub fryzjerskich, nie zajmują bowiem wiele miejsca i nie angażują personelu danego punktu. Mniejsze gabinety w swojej ofercie mają zwykle dwa rodzaje kabin: stojące i leżące.



Rys. 5. Rozmieszczenie gabinetów oferujących solarium

Źródło: opracowanie własne.

Jedną trzecią wszystkich ośrodków stanowią salony, oferujące wyłącznie korzystanie z solarium. Ich oferta jest szersza i różni się znacznie od pozostałych gabinetów. Do wyboru jest więcej kabin (od pięciu do sześciu), różniących się między sobą przede wszystkim ceną (od 1 do 2 PLN za minutę), ale również dodatkowymi funkcjami (klimatyzacja, bryza, aroma, lampy brązujące), które zapewniają lepszy komfort opalania. Bryza to delikatna i odświeżająca mgiełka, która rozpylana jest przez specjalne dysze, zamontowane w urządzeniu. Do wytworzenia mgiełki używa się specjalnych płynów do tego przeznaczonych. Aroma to skrót od aromaterapii, czyli formy oddziaływania opierającej się na subiektywnych odczuciach pacjenta, na którego skórę i drogi oddechowe działają substancje zapachowe (Kasprzak, Mańkowska, 2008). W czasie opalania rozpylane są relaksujące olejki eteryczne, które pozytywnie stymulują ciało i umysł. Odmianę lamp solaryjnych stanowią lampy brązujące, które dzięki zwiększonemu udziałowi halogenów są od nich nieco mocniejsze. Ich moc wiąże się ze zwiększonym natężeniem promieni pasma UVA na rzecz ograniczenia promieni pasma UVB. Lampy brązujące są dzięki temu bezpieczniejsze od zwykłych lamp, jeżeli chodzi o prawdopodobieństwo powstawania poparzeń słonecznych, powodują jednakże większe wysuszenie skóry i przyspieszają jej starzenie.

W standardzie wszystkie kabiny wyposażone są w systemy audio, umożliwiające słuchanie muzyki. Istnieje również możliwość oglądania telewizji podczas opalania (kabina Ergoline MultiVision Excelence 800 w Solarium „Magic Sun”). Solaria konkurują między sobą, reklamując swoje salony jako np. numer 1 w Małopolsce (Solarium „Golden Brown”) lub oferując karnety, dzięki którym np. co dziesiąte opalenie jest gratis (Solarium „Magic Sun”). Klient w zależności od preferencji sam decyduje o wyborze łóżka opalającego i niestety też, to on najczęściej podejmuje decyzję o czasie opalania. Personel nie jest w stanie zawsze doradzić w wyborze odpowiedniej kabiny i zaplanować w sposób profesjonalny liczbę sesji niezbędnych do uzyskania efektu, pożądanego przez klienta. Brak bowiem w Tarnowie salonów mających urządzenia do pomiaru skóry Skin Control. To innowacyjne urządzenie służy określeniu indywidualnego, aktualnego fototypu skóry wykorzystując metodę pomiaru światłem UV. Skin Control na podstawie pomiaru ilości komórek produkujących pigment określa chwilową odporność skóry na działanie promieni ultrafioletowych. Otrzymana informacja wyjściowa pozwala dokładnie obliczyć bezpieczny i zarazem maksymalny czas opalania każdego klienta (zob. Komputerowe określanie..., 2009).

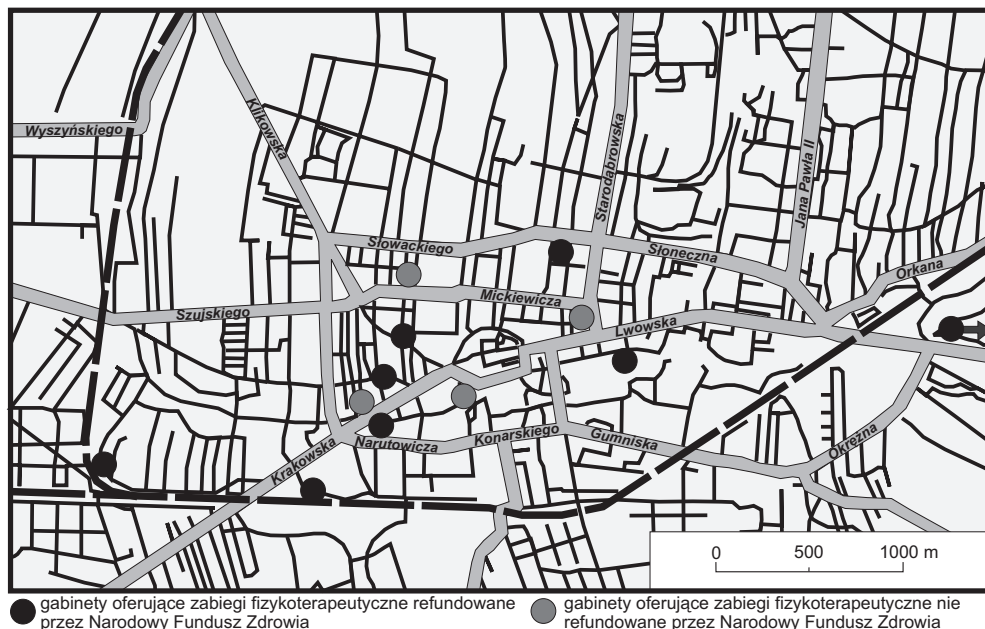
Obserwując personel tarnowskich salonów solaryjnych, wśród którego przeważają młode kobiety z bardzo mocną, niezdrowo wyglądającą opalenizną, nasuwa się pytanie czy solarium powinno się traktować jako zabieg odnowy biologicznej? Odpowiedź jest pozytywna, gdyż opalanie to nie tylko brązowy kolor skóry. Opalać powinno się w pierwszej kolejności dla zdrowia. Promienie UV zwiększają wydolność organizmu, pomagają przy leczeniu niektórych chorób skóry, łagodzą objawy łuszczycy oraz działają przeciwzapalnie, poprawiają funkcjonowanie układu krążenia, wzmacniają naturalne siły odpornościowe organizmu, podnoszą odpor-

ność skóry i podwyższają zdolności do przyjmowania kolejnych dawek UV. Jednakże nieprzemysłane i częste opalanie się w solarium zwiększa ryzyko zachorowania na nowotwory skóry, zmniejsza elastyczność kolagenu, który uznawany jest za czynnik przyspieszający starzenie skóry.

Przepisy unijne w wielu krajach zabraniają osobom poniżej 18 roku życia korzystania z naświetlań promieniowania nadfioletowego. Niestety, w Tarnowie nawet 15-latkowie mogą bez żadnych przeciwwskazań personelu opaść się w solarium.

3.6. Pozostałe obiekty

Zabiegi z zakresu światłolecznictwa, krioterapii, elektroterapii, ultradźwięków, magnetoterapii, laseroterapii stosowane są leczniczo przez fizjoterapeutów i wyłącznie na zlecenie lekarza. Mają one na celu minimalizację skutków chorób powstałych w wyniku przeciążeń występujących w sporcie lub ciężkiej pracy. Narodowy Fundusz Zdrowia refunduje powyższe zabiegi w wybranych przez siebie ośmiu placówkach na terenie miasta Tarnowa (rys. 6). Niestety, pacjenci muszą czekać na nie niekiedy nawet kilka miesięcy, dlatego decydują się na korzystanie z czterech dostępnych prywatnych gabinetów fizjoterapeutycznych (rys. 6), gdzie za te świadczenia trzeba zapłacić.



Rys. 6. Rozmieszczenie gabinetów oferujących lecznicze zabiegi fizjoterapeutyczne

Źródło: opracowanie własne.

4. Wnioski

Na podstawie powyższych rozważań można wysnuć następujące wnioski:

1. Miasto Tarnów oferuje swoim mieszkańcom dość bogatą i różnorodną ofertę odnowy biologicznej.

2. W połowie listopada 2008 roku działało w Tarnowie 18 gabinetów masażu, 7 saun, 2 grotty solne i 30 salonów solaryjnych, a także 12 ośrodków oferujących lecznicze zabiegi fizykoterapeutyczne, takie jak: światłolecznictwo, elektroterapia, ultradźwięki, magnetoterapia i laseroterapia.

3. Punkty zabiegowe rozmieszczone są głównie w centrum miasta, zdecydowanie słabszą ofertę mają mieszkańcy peryferyjnych dzielnic miasta.

4. Tarnowskie gabinety masażu oferują głównie masaże lecznicze, natomiast istnieje potrzeba zwiększenia oferty na inne rodzaje masaży.

5. Na siedem ośrodków oferujących sauny, tylko jeden daje możliwość skorzystania z niej zgodnie z wszystkimi zaleceniami.

6. Dość duża liczba salonów solaryjnych na terenie miasta oferuje korzystanie z wielu kabin opalających, niestety żaden z nich nie posiada urządzenia do pomiaru skóry gwarantującego zdrowe i bezpieczne opalanie.

7. Daje się zauważyć wyraźny brak oferty szeregu zabiegów odnowy biologicznej, takich, jak np. leczenie polem magnetycznym czy biosauną (ozon).

8. Nie wszystkie salony odnowy biologicznej posiadają wykształconą i kompetentną obsługę, co uniemożliwia grupie klientów skorzystanie z fachowej informacji i obsługi.

Bibliografia

- Eberhardt A. 2007. *Fizjologiczne podstawy rekreacji ruchowej*. Warszawa: DrukTur. ISBN 978-83-60197-46-2.
- Gieremek K., Dec L. 2007. *Zmęczenie i regeneracja sił. Odnowa biologiczna*. Katowice: AWF. ISBN 83-903277-0-8.
- Kasperczyk T., Fenczyn J. 1996. *Podręcznik odnowy psychosomatycznej*. Warszawa: Wyd. Lekarskie PZWL. ISBN 83-200-1962-1.
- Kasperczyk T., Mucha D. 2006. *Refleksoterapia*. W: R. Walaszek (red.). *Masaż z elementami rehabilitacji*. Kraków: Rehmed. ISBN 83-910434-0-1
- Kasprzak W., Mańkowska A. 2008. *Fizykoterapia, medycyna uzdrowiskowa i SPA*. Warszawa: Wyd. Lekarskie PZWL. ISBN 978-83-200-3577-3.
- Komputerowe określanie fototypu skóry. 2009. [dostęp: 2009-05-28] Dostępny w Internecie: www.skincontrol.solarium.pl/pomiar_skory/.
- Ludność Polski. 2008. Warszawa: GUS.
- Magiera L., Walaszek R. 2008. *Masaż sportowy z elementami odnowy biologicznej*. Kraków: BIOSPORT. ISBN 978-83-917610-0-7.
- Mandle D., Ashana, Biehl M., Reames J. 2008. *The Healing Power of Singing Bowls*. „Light of Consciousness” vol. 20, no. 1, p. 46–51.

- Mucha D. 2006. *Masaż przyrządowy*. W: R. Walaszek (red.). *Masaż z elementami rehabilitacji*. Kraków: Rehmed. ISBN 83-910434-0-1.
- Stąpór T. 2000. *Chromoterapia – leczenie kolorem*. Wrocław: Astrum. ISBN 83-7277-213-4.
- Straburzyński G., Straburzyńska-Lupa A. 2000. *Medycyna fizykalna*. Warszawa: Wyd. Lekarskie PZWL. ISBN 978-83-200-2472-2.
- Walaszek R. 2006. *Fizykoterapia wspomagająca masaż*. W: R. Walaszek (red.) *Masaż z elementami rehabilitacji*. Kraków: Rehmed, ISBN 83-910434-0-1.

Beauty Regeneration Parlours in Tarnów, Their Location and Offer Diversity

Summary: The paper presents the location of health and fitness centers in Tarnów and the diversity of their offers (e.g. massages, sauna, salt caves, hydrotherapy, solaria). It also describes their benefits and flaws on beneficiaries regarding the main rules of the connected use of health and fitness means. The conclusion shows that until the year 2008 in Tarnow there had been 56 active fitness and health centers. The number included 18 centers offering curative massages, 7 – sauna centers, 2 – salt caves, 30 – solaria and 12 – physiotherapy rooms as: phototherapy, electrotherapy, ultrasounds, magneto therapy and laser therapy. The centers are mainly located in the city center and inhabitants of peripheral quarters have a less attractive offer.

Key words: fitness, massage, sauna, salt cave, solarium, Tarnów

WIESŁAW WOJTANOWSKI*

Formy edukacji zdrowotnej w działalności Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie

Słowa kluczowe: rekreacja, turystyka, upośledzenie umysłowe

Streszczenie: Rekreacja i turystyka jest jedną z niewielu dziedzin edukacji zdrowotnej, w której możliwa jest tak sprawna i skuteczna integracja upośledzonych umysłowo, a także współpraca pomiędzy młodszym i starszym pokoleniem. Wspólne spotkania i wyjazdy integrują ludzi i wzmacniają więzi społeczne. Poszczególne osoby są w stanie lepiej poznać swoje mocne i słabe strony, w działaniu zespołowym i we współzawodnictwie z innymi.

W przypadku dzieci i młodzieży niepełnosprawnych jest jeszcze jedna bardzo ważna rola rekreacji i turystyki – zmiana postrzegania ludzi niepełnosprawnych przez zdrowych. Pozwala także na wyjście z zamkniętego środowiska i na zatarcie różnic między jednymi i drugimi. Pomaga pokonać bariery i kompleksy związane z byciem człowiekiem niepełnosprawnym. Jako forma rehabilitacji, promująca nowy styl życia, staje się elementem powszechnej świadomości i troski społecznej.

Celem artykułu jest przedstawienie historii i struktury Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie oraz sposobów kultywowania wśród dzieci niepełnosprawnych umysłowo wielu aktywnych form spędzania wolnego czasu poprzez rekreację, turystykę i krajoznawstwo.

1. Wstęp

Rekreacja i turystyka są ważnymi elementami życia społecznego. Trudno wyobrazić sobie codzienne życie, w tym także życie osób niepełnosprawnych, w świecie bez ruchu i wysiłku fizycznego. Nie ulega wątpliwości, że uprawiając rekreację fizyczną i turystykę nie tylko poprawiamy stan zdrowia i kondycję fizyczną, ale wdrażamy wartości, takie jak tolerancja, działanie zespołowe, oraz wy-

* Dr Wiesław Wojtanowski – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna.

rabiamy siłę charakteru – nawet jeśli czynimy to nieświadomie. Z tej właśnie przyczyny stanowią one niezastąpione narzędzie edukacyjne. To także znakomita forma rehabilitacji ruchowej i społecznej dla niepełnosprawnych. Dlatego szczególnie ważne jest wprowadzenie młodych ludzi w świat rekreacji i turystyki oraz wyrobienie postawy do aktywnego spędzania wolnego czasu, aż do późnego wieku.

Rekreacja i turystyka jest jedną z niewielu dziedzin, w których możliwa jest tak sprawna i skuteczna integracja upośledzonych umysłowo lub fizycznie, a także współpraca pomiędzy młodszym i starszym pokoleniem. Wspólne spotkania i wyjazdy integrują ludzi i wzmacniają więzi społeczne. Poszczególne osoby są w stanie lepiej poznać swoje mocne i słabe strony w działaniu zespołowym i we współzawodnictwie z innymi (Janiszewski, 1989).

W przypadku osób niepełnosprawnych jest jeszcze jedna bardzo ważna rola rekreacji i turystyki – zmiana postrzegania ludzi niepełnosprawnych przez zdrowych. Pozwala także na wyjście z zamkniętego środowiska i na zatarcie różnic między jednymi i drugimi. Pomaga pokonać bariery i kompleksy związane z byciem człowiekiem niepełnosprawnym. Jako forma rehabilitacji, promująca nowy styl życia, staje się elementem powszechnej świadomości i troski społecznej.

Celem artykułu jest pokazanie historii i struktury Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie oraz uczestnictwa dzieci niepełnosprawnych w wielu aktywnych formach spędzania wolnego czasu, takich jak rekreacja, turystyka oraz imprezy kulturalne.

2. Niepełnosprawność umysłowa

Niepełnosprawność jest jednym z ważniejszych problemów współczesnego świata. Wynika to z powszechności i rozmiaru występowania tej choroby. Upośledzenie umysłowe (niepełnosprawność intelektualna), jest to zjawisko niezmiernie skomplikowane w swych powiązaniach biopsychospołecznych i to zarówno z powodu różnorodnych przyczyn, jakie leżą u jego podstaw, jak i wielorakich objawów oraz trudnego do przewidzenia jego dynamizmu, a więc i prognozy (Doroszewska, 1981). Spośród różnych definicji najbardziej popularna jest definicja Amerykańskiego Towarzystwa do Badań nad Upośledzeniem Umysłowym: „upośledzenie umysłowe oznacza ogólne funkcjonowanie intelektu na poziomie niższym od przeciętnego, który to stan bierze początek w okresie rozwoju i jest związany z upośledzeniem jednej (lub więcej) z następujących dziedzin – dojrzewanie, uczenie się, społeczne przystosowanie” (Gawlik, Zwierzchowska, 2004).

Do oceny rozwoju umysłowego służą różnego rodzaju testy, pozwalające na określenie ilorazu inteligencji. Przyjmuje się, że dziecko przeciętnie inteligentne to takie, którego iloraz inteligencji zawarty jest w granicach od 90–110. Stopień upośledzenia określa się na podstawie ilorazu inteligencji.

Ocieężałość umysłowa – (83–70 IQ Wechslera) zwana jest inaczej pograniczem upośledzenia. Występujące zmiany organiczne mózgu są niewielkiego stopnia. Dzieci te mają problemy z uczeniem się, co spowodowane jest utrudnionym myśleniem, zaburzeniami spostrzegania, uwagi i pamięci. Poddane właściwym oddziaływaniom pedagogicznym są w stanie wyuczyć się zawodu i bez większych problemów funkcjonować w społeczeństwie.

Upośledzenie umysłowe w stopniu lekkim (69–55 IQ Wechslera): poziom intelektualny charakterystyczny dla 12 roku życia. Ta forma deficytu intelektualnego stanowi najwięcej rozpoznań. Osoby takie są samodzielne i zaradne społecznie, nie powinny jednak wykonywać zawodów wymagających podejmowania decyzji, ponieważ nie osiągnęły etapu myślenia abstrakcyjnego w rozwoju poznawczym. Życie rodzinne przebiega bez trudności. W socjalizacji mogą nabywać zaburzeń osobowościowych, ze względu na atmosferę otoczenia i stosunek innych. Przy intensywniejszym treningu poznawczym w dłuższym czasie osoby z upośledzeniem w stopniu lekkim osiągają podobne wyniki jak osoby z przeciętnym IQ. Do 12 roku życia brak różnic rozwojowych.

Upośledzenie umysłowe w stopniu umiarkowanym (54–40 IQ Wechslera): funkcjonowanie intelektualne na poziomie dziecka 9-letniego. W okresie przedszkolnym istnieją trudności z nabywaniem reguł społecznych (lojalność, współdziałanie), a także niezręczność fizyczna, powolny rozwój motoryczny. Poza tym do 9 roku życia rozwój jest prawidłowy. Osoby takie mogą nabywać umiejętności samoobsługowe, nie gubią się w dobrze znanym terenie, mogą pracować w zakładach pracy chronionej. Nie powinny zakładać rodzin.

Upośledzenie umysłowe w stopniu znacznym 39–25 IQ Wechslera: poziom rozwoju 6-lątka. Około 4–5 roku życia zauważalne spóźnienie rozwoju psychofizycznego. Osoby te mogą opanować samoobsługę, przy stałej opiece mogą wyuczyć się czynności domowych, ale nie są zdolne do wyuczenia zawodu. Mogą podejmować prace niewymagające kwalifikacji.

Poniżej 25 IQ Wechslera – upośledzenie umysłowe w stopniu głębokim: poziom funkcjonowania odpowiadający 3 rokowi życia. Możliwe jest opanowanie tylko najprostszej samoobsługi. Osoby te żyją krótko, rodzą się najczęściej zdeformowane fizycznie, przez całe życie wymagają opieki instytucjonalnej (Wyczesany, 1999).

3. Rys historyczny szkolnictwa specjalnego w Tarnowie

Rehabilitacja osób upośledzonych umysłowo przybierała różne formy i stawała się tematem wielu teorii społecznych. Dopiero jednak rozwój nauk medycznych i pedagogicznych XX wieku przyczynił się do opracowania szczegółowych metod, środków i sposobów postępowania z dziećmi o obniżonym poziomie intelektualnym. W roku 1937 powstał pierwszy w Tarnowie oddział dla dzieci upośledzonych umysłowo. Mieścił się w Szkole Powszechnej im. J. Słowackiego i był prowadzo-

ny przez Annę Figwer, absolwentkę Instytutu Pedagogiki Specjalnej. Nauczaniem objęto dwudziestu pięciu uczniów. Następne lata nie sprzyjały organizacji nauczania specjalnego. W okresie II wojny światowej władze niemieckie zarekwirowały gmach przy ul. A. Mickiewicza. Szkoła im. J. Słowackiego, wraz z oddziałami specjalnymi korzystała z budynku przy ul. M. Kopernika. Działalność klasy specjalnej, prowadzonej wówczas przez Eugenię Gierat, przetrwała do 1942 roku.

Funkcjonowanie szkoły opierało się w dużej mierze na organizowanych przez nauczycieli akcjach charytatywnych. W ten sposób gromadzono odzież, książki, przybory szkolne, a także żywność dla uczniów. Oddziały specjalne ponownie zorganizowano w 1945 roku. Na podstawie wyników badań psychologicznych prowadzonych przez Eugenję Gierat, do nauczania zakwalifikowano ponad czterdziestu uczniów w wieku od 8 do 15 lat.

W roku następnym oddziały specjalne stały się samodzielną szkołą, i jako Publiczna Szkoła Powszechna Edukacyjna nr 10 znalazły siedzibę w budynku Szkoły Powszechnej im. Konarskiego. Kierownictwo szkoły objęła Eugenia Gierat (*Specjalny Ośrodek...*, 1996). Szkoła zatrudniała czterech wykwalifikowanych nauczycieli, pracujących z dziećmi lekko upośledzonymi umysłowo na czterech poziomach nauczania. Organizując nauczanie i wychowanie, nauczyciele opracowali programy nauczania według metody ośrodków pracy. Do szkoły nie przyjmowano dzieci głębiej upośledzonych umysłowo, kierując je do specjalistycznych zakładów zamkniętych. Pierwsze lata działalności szkoły wiązały się z licznymi kłopotami lokalowymi i w konsekwencji z wieloma przeprowadzkami.

Ważnym elementem kształcenia specjalnego było przygotowanie uczniów do wykonywania zawodu, dlatego od początku istnienia szkoły prowadzone były zajęcia z przysposobienia zawodowego. Początkowo prowadzono zajęcia z wikliniarstwa i pantoflarstwa, a następnie także z introligatorstwa i stolarstwa.

Z myślą o absolwentach Szkoły Specjalnej w 1967 roku otwarto Przychodnię Szkołę Zawodową Wielobranżowej Spółdzielni Inwalidów, mieszczącą się w tym samym budynku. W latach sześćdziesiątych XX w. zatrudnionych było w Szkole Specjalnej piętnastu nauczycieli, ponieważ objęto również nauczaniem dzieci głębiej upośledzone umysłowo. W roku 1973 szkoła otrzymała dodatkowy budynek przy ul. J. Słowackiego na zajęcia dla „Szkoły Życia”, która funkcjonowała jako filia Szkoły Specjalnej.

Przyjmowanie coraz większej liczby uczniów wiązało się z dalszą reorganizacją szkoły, zmierzającą do zapewnienia pomocy dzieciom upośledzonym. Temu celowi służyły zajęcia z korygowania wad postawy oraz ćwiczenia logopedyczne. Ważnym elementem kształtowania poczucia własnej wartości uczniów i ich postaw społecznych było uczestnictwo w rozgrywkach sportowych i przeglądach twórczości artystycznej. Uczniowie rywalizowali nie tylko w grupie podobnych placówek, lecz także z dziećmi i młodzieżą ze szkół masowych, często wygrywając i zdobywając liczne nagrody (*Specjalny Ośrodek...*, 1996).

Dostrzegając potrzeby i możliwości dzieci i młodzieży z niepełnosprawnością władze miasta Tarnowa w 1991 roku przeznaczyły na użytek Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego nowoczesny budynek położony w pobliżu Parku Strzeleckiego. Obecnie w Ośrodku na różnych poziomach edukacyjnych uczy się około 600 uczniów. Szeroko rozumiana diagnoza psychologiczno-pedagogiczna pozwala ustalić możliwości i potrzeby wychowanków oraz wybrać optymalne formy i metody pracy.

Rewalidacja prowadzona jest tak, aby każdy uczeń osiągnął sukces na miarę własnych możliwości. Nadrzędnym celem jest wyposażenie uczniów w takie umiejętności, aby mogli w miarę samodzielnie funkcjonować w społeczeństwie i aktywnie realizować się w pracy zawodowej.

3. Struktura Ośrodka

Na strukturę Ośrodka składają się: przedszkole, oddziały dzieci autystycznych, szkoła podstawowa, gimnazjum, szkoła zawodowa oraz internat.

Przedszkole

Pierwszym etapem edukacyjnym w SOSW jest przedszkole. Istnieje od 1 września 2006 roku i składa się z trzech oddziałów: oddział dla dzieci 7-letnich „Smerfy”, oddział 5-latków „Biedronki”, oddział 3–4-latków „Skrzaty”.

W oddziałach przedszkolnych prowadzi się wszechstronną pracę rewalidacyjną i korekcyjną, wspierając rozwój dziecka. Opracowuje się indywidualne programy terapeutyczne, współpracując z psychologiem, logopedą, fizjoterapeutą, muzykoterapeutą. Od września 2007 roku przedszkolaki uczestniczą w zajęciach z dogoterapii ze specjalnie przeszkolonym psem rasy golden retriever.

Oddziały dla dzieci autystycznych

Pierwsze klasy dla dzieci autystycznych powstały w SOSW w 2001 roku z inicjatywy rodziców i nauczycieli działających w Tarnowskim Stowarzyszeniu na Rzecz Dzieci Autystycznych. Obecnie funkcjonują 3 oddziały na poziomie szkoły podstawowej i 2 na poziomie gimnazjum. Nauczaniem objętych jest 16 dzieci z niepełnosprawnością intelektualną lekkiego, umiarkowanego i znacznego stopnia oraz autyzmem wczesnodziecięcym.

Szkoła Podstawowa

Specyfika kształcenia uczniów w szkole podstawowej polega na nauczaniu i wychowaniu całościowym, zintegrowanym, opartym na wielozmysłowym poznawaniu otaczającego świata w oparciu o różnorodne metody i formy pracy, np. metodę ośrodków pracy. Podstawą edukacji są indywidualne programy edukacyjne, opracowane przez nauczycieli specjalistów pracujących z uczniami.

Gimnazjum

Głównym celem edukacji jest rozwijanie autonomii uczniów ich personalizacja, socjalizacja, a także wyposażenie w umiejętności pozwalające na:

- komunikowanie się w sposób werbalny lub pozawerbalny,
- zdobycie możliwie największej samodzielności i zaradności życiowej,
- uczestnictwo w różnych formach życia społecznego na równi z innymi.

Edukacja polega na całościowej realizacji funkcji dydaktycznej, wychowawczej i opiekuńczej szkoły ze szczególnym uwzględnieniem specyficznych form i metod pracy, które dostosowane są do indywidualnych możliwości i potrzeb uczniów.

Zasadnicza Szkoła Zawodowa

Nauka w Zasadniczej Szkole Zawodowej jest końcowym, trzecim etapem kształcenia specjalnego. Celem jest przygotowanie młodzieży do prowadzenia samodzielnego życia i pracy zawodowej. Przedmiotem wiodącym jest praktyczna nauka zawodu, która odbywa się w warsztatach szkolnych. Wielu absolwentów znajduje zatrudnienie zgodnie z przygotowaniem zawodowym. Szkoła Zawodowa kształci uczniów w kilku specjalnościach, przygotowując do pracy: ogrodników, kucharzy, cukierników, malarzy-tapeciarzy, posadzkarzy, pracowników pomocniczych obsługi hotelowej, krawców.

Praktykę zawodową uczniowie odbywają na terenie Ośrodka i miasta Tarnowa. Klasy kucharskie w stołówkach placówek oświatowych, a klasy cukiernicze w zakładach piekarsko-cukierniczych i ciastkarskich na terenie miasta. Uczniowie klas malarskich wykonują prace remontowe na terenie Ośrodka. Wysoka jakość wykonanych prac umożliwiła świadczenie usług także na zewnątrz. Pielęgnacją terenów zielonych wokół szkoły zajmują się klasy ogrodnicze. W trakcie zajęć praktycznych uczniowie tych klas produkują rozsady warzyw i kwiatów.

Internat

Internat to całodobowa placówka opiekuńczo-wychowawcza. Istnieje tak długo jak Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy. Prowadzi terapię w oparciu o różne formy zajęć: rytmikę, modelarstwo, plastykę, teatr, turystykę, rekreację i sport. Do dyspozycji dzieci są pracownie: audio-wideo, rehabilitacyjna, gospodarstwa domowego, modelarska, plastyczna i komputerowa.

4. Edukacja zdrowotna przez rekreację i turystykę

Od powstania Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Tarnowie oddziały stowarzyszeń sportowych „Olimpiady Specjalne” i „Sprawni Razem” pomagają organizować na terenie szkoły i powiatu tarnowskiego imprezy rekreacyj-



Fot. 1. Festiwal piosenki internackiej

no-sportowe, w których uczestniczą niepełnosprawni intelektualnie uczniowie z całego kraju. Polskie Towarzystwo Społeczno-Sportowe (PTSS) „Sprawni Razem” jest organizacją koordynującą wszystkie imprezy niepełnosprawnych intelektualnie w stopniu lekkim. W roku 2007 obchodziło jubileusz 15-lecia swojej działalności. Powstało z inicjatywy społecznej nauczycieli szkół specjalnych, którzy widzieli konieczność powołania organizacji promującej sport, rekreację i turystykę wśród młodzieży niepełnosprawnej ze szkół specjalnych oraz ich absolwentów.



Fot. 2. SOSW w Tarnowie

Głównym celem działalności PTSS „Sprawni Razem” jest szeroka promocja sportu, rekreacji i turystyki wśród dzieci i młodzieży, a także ochrona zdrowia, rozwijanie sprawności fizycznej, wychowanie przez sport, aktywne spędzanie wolnego czasu oraz integracja ze społecznością osób zdrowych. Należy podkreślić, że zdrowie i sprawność fizyczna są bardzo ważnym elementem w dorosłym życiu niepełnosprawnych z uwagi na przyszłą pracę zawodową, związaną najczęściej z wysiłkiem fizycznym (PTSS „Sprawni Razem”, 2007).

Turystyka dla dzieci niepełnosprawnych umysłowo jest doskonałą formą wypoczynku, przynoszącą wiele wrażeń, radości i satysfakcji osobistej. Rozwijają umiejętności społeczne, funkcje poznawczo-intelektualne oraz podnosi sprawność fizyczną. Najważniejszym elementem, na który należy szczególnie zwrócić uwagę przy organizacji imprez turystycznych dla tej grupy niepełnosprawnych jest ich poziom możliwości psychofizycznych. Mimo zróżnicowania na poszczególne stopnie upośledzenia, różnice występują również w obrębie poszczególnych grup (lekkopośledzonych czy głębiej). Ze względu na to, że osoby niepełnosprawne wiele czynności wykonują rutynowo, w nowym środowisku mogą wymagać pomocy lub dłuższego okresu dostosowania.

Planując i organizując zajęcia rekreacyjne i turystyczne dla osób niepełnosprawnych umysłowo należy dostosować je do ich możliwości, zainteresowań i potrzeb. Trzeba w sposób przemyślany podzielić uczestników na grupy oraz wytypować tych, którzy wymagają wsparcia indywidualnego. Następnie dobrać środki i określić metody wykorzystywane w trakcie imprezy z uwzględnieniem osobistych predyspozycji niepełnosprawnych (Janiszewski, 1989).

Uczestników należy ponadto zapoznać z programem imprezy, gdyż nowe sytuacje oraz nagle zmiany mogą budzić lęk i niechęć. W trakcie trwania wyjazdu należy pozyskiwać ich zaufanie, wytwarzając pogodną atmosferę, ale jednocześnie być konsekwentnym względem ustalonych wcześniej reguł. Należy pamiętać, że słabe bodźce emocjonalne powodują monotonię, zbyt silne – zmęczenie i niechęć (Żółkowska, 2003). Do najczęściej wybieranych form turystyki przez niepełnosprawnych należą: turystyka kulturowa, uzdrowiskowa, i pielgrzymkowa. Turystyka kulturowa składa się z wycieczek zorganizowanych i podróży indywidualnych w celu zwiedzania miast, muzeów, obiektów zabytkowych oraz udziału w imprezach kulturalnych. Celem turystyki kulturowej jest poznanie dziedzictwa historyczno-kulturowego różnych regionów kraju i zagranicy. Uczestnikami są zazwyczaj osoby o ciekawym świecie.

Turystyka uzdrowiskowa jest jedną z najstarszych form turystyki. Jej głównym celem jest ratowanie zdrowia poprzez zabiegi lecznicze i rehabilitację. Wyjazdy organizowane są do miejscowości mających walory uzdrowiskowe (wody mineralne, borowiny, mikroklimat leczniczy), odpowiednią infrastrukturę medyczną (sanatoria, szpitale) i towarzyszącą (pikalnie wód, parki zdrojowe). Uczestnikami są osoby niepełnosprawne, starsze, schorowane lub po wypadkach.



Fot. 3. Turystyka pielgrzymkowa, Tuchów 2008

Turystyka pielgrzymkowa to przede wszystkim podróże do miejsc świętych dla wyznawców różnych religii (sanktuaria, miejsca cudownych objawień czy groby świętych). W Polsce jest to masowy ruch turystyczny w różnych formach (zorganizowane marsze, podróże autokarowe, a także turystyka indywidualna). Uczestnikami są osoby wierzące w różnym wieku.

Wycieczki piesze są formą turystyki dostępnej dla wszystkich niepełnosprawnych umysłowo bez względu na stopień upośledzenia. W trakcie organizacji podróży należy przestrzegać następujących zasad:

- poinformować uczestników, jak powinien wyglądać ubiór oraz ekwipunek,
- omówić program wycieczki, przebieg trasy i porządek marszu,
- określić czas trwania wyprawy,
- wyjaśnić i ustalić czas na wypoczynek i przerwy na posiłek.

Przez cały czas trwania imprezy należy zwracać specjalną uwagę na bezpieczeństwo i zastosować szczególne środki ostrożności dostosowane do rodzaju niepełnosprawności. Ma to duże znaczenie przy przejściach przez ulicę, wejściach do obiektów czy miejscach zatłoczonych. Więcej czasu przeznaczają się na zwiedzanie nowych miejsc. Dobór liczby zwiedzanych obiektów i ich rodzaj musi być dostosowany do stopnia upośledzenia uczestników. Grupy powinny być niewielkie, przy lekkim upośledzeniu do 10 osób, a przy pozostałych na jednego opiekuna może przypadać 3–5 osób (Grabowski i wsp., 2007).

Przy organizacji wycieczek autokarowych należy tak dobrać program i zwiedzanie miejsca, by skracać możliwie jak najbardziej czas przejazdu. Ważne są również przerwy na odpoczynek, spożycie posiłku i załatwienie potrzeb fizjologicznych. Każdy postój powinien być uatrakcyjniony krótkim spacerem czy zabawą ruchową w celu zrelaksowania się przed dalszą monotonną jazdą. Trzeba zaznaczyć, że oso-

by niepełnosprawne umysłowo nie są w stanie odbierać wrażeń wizualnych za oknem autokaru. Z tego też względu powinniśmy się zatrzymywać, jeżeli chcemy coś przekazać o danym miejscu. W przypadku tej niepełnosprawności, podobnie jak przy innych, należy rozplanować umiejscowienie uczestników w autokarze. Uwzględnia się tutaj ponadto dodatkowe zaburzenia, jak np. epilepsja czy konieczność podawania leków.

W obsłudze grupy złożonej z niepełnosprawnych umysłowo i pełnosprawnych przestrzega się kilku zasad, które ułatwią kontakt i współpracę, należy zatem:

1. uszanować prawo do nieujawniania choroby i zapewnić prywatność w załatwianiu spraw związanych z chorobą;
2. umożliwić indywidualny kontakt i zachęcać do kontynuowania codziennych obowiązków i czynności (samoobsługa, przyjmowanie leków itp.);
3. mobilizować do działania i pomagać w realizacji konkretnych zadań;
4. przeciwdziałać negatywnemu myśleniu.

Podobne wymagania stawia się przed różnego rodzaju imprezami rekreacyjnymi. Zawsze jednak trzeba pamiętać o innych dysfunkcjach towarzyszących osobom niepełnosprawnym umysłowo, takich jak zaburzenia równowagi, osobowości itp. (Grabowski i wsp., 2007).

Nie wolno zapominać o ogólnych wskazówkach etycznych, dotyczących osób niepełnosprawnych umysłowo (Cohen, 2003):

- nie zakładać, że koniecznie potrzebują dodatkowej pomocy lub innego traktowania,
- nie zakładać, że nie są kompetentni do uczestnictwa w różnych pracach i rozwiązywania różnych problemów,
- rozmawiać używając zdań niezłożonych i prostych,
- informując, ograniczać treści abstrakcyjne.

Tablice 1 i 2 przedstawiają udział dzieci niepełnosprawnych z SOSW w Tarnowie w imprezach turystycznych oraz rekreacyjno-kulturalnych.

Tablica 1

Imprezy turystyczne w latach 2001–2008

Lp.	Turystyka kulturowa	N	Turystyka pielgrzymkowa	N	Turystyka uzdrowiskowa	N
1	Tarnów	12	Tuchów	5	Sarbinowo	16
2	Kraków	8	Częstochowa	3	Międzyzdroje	2
3	Zakopane	4	Kraków	3	Mielno	2
4	Warszawa	4	Odporyszów	1	Ustka	1
5	Gdańsk	2	Hiszpania	1	Zakopane	1
6	Kołobrzeg	2	Francja	1		
	Razem	32	Razem	14	Razem	22

Źródło: opracowanie własne.

Tablica 2

Imprezy rekreacyjno-kulturalne w latach 2001–2008

Lp.	Rodzaj imprezy	Liczba imprez	Liczba dzieci
1	Mityngi rekreacyjno-sportowe	1	250
2	Imprezy ekologiczne – ekodegustacje	2	150
3	Sprzątanie Świata	7	1200
4	Turnusy rehabilitacyjne	16	750
5	Majówki integracyjne	4	850
6	Turniej gier i zabaw integracyjnych	10	600
7	Rekreacyjne obozy letnie i zimowe	15	260
Razem		55	3060

Źródło: opracowanie własne.

5. Wnioski

1. Rekreacja i turystyka dla dzieci niepełnosprawnych umysłowo jest doskonałą formą wypoczynku.
2. Przynosi wiele wrażeń, radości i satysfakcji osobistej.
3. Rozwijają umiejętności społeczne, funkcje poznawczo-intelektualne oraz podnosi sprawność fizyczną.
4. Jest skuteczną integracją niepełnosprawnych ze zdrowymi.
5. Działa jako forma rewalidacji i rehabilitacji.
6. Daje możliwości poznania wielu ciekawych miejsc w kraju i na świecie.

Bibliografia

- Cohen J. 2003. *Disability Etiquette, Tips on Interacting with People with Disabilities*. New York: United Spinal Association.
- Doroszevska J. 1981. *Pedagogika specjalna*. Wrocław: Ossolineum.
- Gawlik K., Zwierzchowska A. 2004. *Wychowanie fizyczne dzieci i młodzieży z niepełnosprawnością intelektualną*. Katowice: AWF. ISBN 83-87478-73-3.
- Grabowski J. i wsp. 2007. *Vademecum organizatora turystyki niepełnosprawnych*. Łódź: WSTH. ISBN 978-83-918688-6-7
- Janiszewski M. 1989. *Rekreacja ruchowa dla osób niepełnosprawnych*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. ISBN 83-7016-412-9.
- Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Tarnowie*. 1996. Biuletyn Informacyjny Tarnów: Witek – Druk.

- PTSS „Sprawni Razem”. 2007. Biuletyn Informacyjny Nr 1. Warszawa.
- Wyczesany J. 1999. *Pedagogika upośledzonych umysłowo*. Kraków: Impuls. ISBN 83-86994-47-9.
- Żółkowska T. 2003. *Turystyka osób upośledzonych intelektualnie*. W: *Niepełnosprawny turysta. Poradnik dla pilotów i przewodników turystycznych*. Szczecin: Forum Turystyki Pomorza Zachodniego. ISBN 83-87978-41-8.

The Forms of Health Education in Activity of Special Educational and Pedagogical Centre in Tarnów

S u m m a r y: Recreation and tourism belong to those few fields of health education that enable such quick and efficient integration of the mentally handicapped, as well as cooperation between the younger and older generations. Common meetings and trips integrate people, as well as strengthen social bonds. Individuals are able to learn more about their strong and weak points, by means of group actions and competition with others.

In case of children and teenagers, tourism and recreation play one more crucial role – they change the perception of handicapped people by healthy ones. Besides, they enable the former to get out of closed surroundings, as well as blur differences between the former and the latter. They help to overcome the barriers and complexes connected with being handicapped. As a form of rehabilitation promoting new lifestyle, recreation and tourism are becoming an element of common awareness and social care.

The aim of this dissertation is to show the history and structure of the Special Educational and Pedagogical Centre in Tarnów, as well as the development of many active forms of spending free time among handicapped children by means of recreation and tourism.

K e y w o r d s: recreation, tourism, mental retardation

MAŁGORZATA ŻYCHOWSKA, MARIAN GAWINEK,
MONIKA NOWAK, MICHAŁ ŻAK*

Zmiany inwolucyjne ciśnienia tętniczego krwi oraz tętna u kobiet i mężczyzn w wieku 21–60 lat w aspekcie prozdrowotnym

Słowa kluczowe: inwolucja, nadciśnienie, zróżnicowanie międzypłciowe, ontogeneza

Streszczenie: Cel pracy: Podjęte badania miały na celu określić zmiany ontogenetyczne dorosłych kobiet i mężczyzn ciśnienia krwi i tętna w populacji o niskim statusie społeczno-ekonomicznym.

Materiał i metody: W pracy wykorzystano wyniki badań 142 kobiet i 97 mężczyzn, mieszkańców południowej Lubelszczyzny. Badanych podzielono na grupy wiekowe, 21–30, 31–40, 41–50 oraz 51–60 lat. Wykonano następujące pomiary: ciśnienia tętniczego krwi oraz tętna. Wyniki poddano analizie statystycznej, obliczono wartości średnie i odchylenia standardowe dla każdej z grup wiekowych, oraz wskaźnik dymorfizmu (WD).

Wyniki i wnioski: Uzyskane wyniki wskazują na niepokojące zmiany nadciśnieniowe u mężczyzn w całym badanym okresie ontogenezy. U kobiet zaobserwowano bardziej regularny przyrost ciśnienia tętniczego z wiekiem; zmiany chorobowe pojawiają się dopiero w najstarszej z grup wiekowych. Nie stwierdzono nietypowych zmian w częstości skurczów serca. Zróżnicowanie międzypłciowe w badanej populacji względem ciśnienia tętniczego malało z wiekiem badanych.

1. Wstęp

Podjęte badania miały na celu określenie zmian ontogenetycznych ciśnienia krwi i tętna, uważanych za jedno z najważniejszych wskaźników funkcjonowania

* Dr Małgorzata Żychowska – adiunkt, kierownik Zakładu Rekreacji i Odnowy Psychosomatycznej, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; dr Marian Gawinek – adiunkt, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji; Monika Nowak – studentka studiów doktoranckich AWF w Krakowie, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; mgr Michał Żak – asystent, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Katedra Turystyki i Rekreacji.

układu krążenia. Lansowana w ostatnich latach koncepcja health-related-fitness zakłada występowanie komponentów: morfologicznych, mięśniowych, motorycznych, krążeniowo-oddechowych oraz metabolicznych, których odpowiedni poziom bezpośrednio przekłada się na zdrowie (Osiński, 2003). Sprawność funkcjonowania układu krążenia w każdym okresie ontogenezy przekłada się bezpośrednio na sprawność fizyczną, wydajność w pracy zawodowej czy też w późniejszym okresie na niezmiernie ważną jakość życia, związaną z normalną aktywnością dnia codziennego (Bouchard i Shephard, 1993).

Badania populacyjne cech funkcjonalnych powinny zapełnić lukę w literaturze przedmiotu. Nieliczne opracowania dotyczą ludzi starszych. Do takich należą m.in. badania Skinner i Oja (1994), którzy określili obniżanie się VO_{2max} z wiekiem. Według tych autorów VO_{2max} maleje ok. 10% na każdą dekadę życia. Niskie VO_{2max} sprzyja rozwojowi chorób układu krążenia. Wśród zainteresowań badaczy przeważają jednak badania (liczne) dotyczące zmienności z wiekiem zdolności motorycznych czy wskaźników somatycznych (Gołąb i wsp., 1980; Bielicki i wsp., 1997; Charzewski, 1984; Elżanowska i Siniarska, 1982; Szopa i wsp., 1985; Wilczewski, 1986; Dutkiewicz, 1990; Strzelczyk, 1990; Janusz i Ignasiak, 1993; Mleczo i Ambroży, 1997; Skład, 2000).

Zdecydowanie sporadyczne są badania dotyczące zmienności ontogenetycznej cech funkcjonalnych (Szopa i wsp., 1985). Nadciśnienie tętnicze pozostaje w kręgu zainteresowań medyków, a dokładnie kardiologów, jednak zastosowanie wyników ich badań dla nauk kultury fizycznej zdaje się być niewielkie. Badania dotyczą bądź to studium pojedynczego przypadku, metod leczenia, bądź też mechanizmów powstawania choroby (Prejbisz i wsp., 2007; Schmieder i wsp., 2007). Poza patologią (chorobami układu krążenia), trudno odnaleźć w literaturze odpowiedź na pytanie, na ile zmiany ciśnienia i tętna są charakterystyczne dla wieku badanego, na ile jest to już patologia zjawiska. Kolejno, brak tego typu badań populacyjnych uniemożliwia odpowiedź na pytanie o genetyczne i środowiskowe uwarunkowania ciśnienia krwi, czy też szukanie przedwczesnych zmian chorobowych i zapobieganie im.

Z kolei trudno analizować sprawność fizyczną w każdej z grup wiekowych i jej komponenty bez określenia poziomu predyspozycji. To podstawowe piętro motoryczności (zgodnie ze strukturą motoryczności zaproponowaną przez Szopę i wsp., 1996) leży przecież u podłoża sprawności fizycznej. Badania predyspozycji skupiały się głównie na cechach morfologicznych. Jedynie sporadyczne badania dotyczą zmian inwolucyjnych cech funkcjonalnych (ciśnienia krwi i tętna). Najczęściej stosowanym punktem odniesienia wyników pomiaru tych wskaźników są normy medyczne, wskazujące na ewentualną patologię. We wspomnianej koncepcji health-related-fitness wydolność i funkcjonowanie układu oddechowo-krążeniowego odgrywa znaczącą rolę dla zdrowia i sprawności fizycznej. Patologia w obrębie układu krążenia, bardzo często związana z nadciśnieniem tętniczym, pozostaje nadal jedną z najważniejszych przyczyn nadumieralności oraz kalectwa osób starszych.

Koncepcja health-related-fitness zakłada (Osiński, 2003), że celem powinno być osiągnięcie optymalnej sprawności fizycznej w ramach możliwości genotypu danego osobnika. Założenie uzyskania optymalnej dla zdrowia sprawności przy określonej normie reakcji genotypu zachęca również do kontynuacji badań dotyczących dziedziczenia poszczególnych „czynników” zdrowia, założonych w HRF (Żychowska, 2007). Znając przybliżoną siłę uwarunkowania genetycznego, można określić możliwości reakcji genotypu na wpływy środowiska na poszczególne parametry istotne dla zdrowia. Celem niniejszego opracowania jest określenie zmienności z wiekiem ciśnienia krwi oraz tętna u ludzi dorosłych i porównanie tempa zmian inwolucyjnych kobiet i mężczyzn, mieszkańców południowej Lubelszczyzny.

2. Materiał i metody badań

Badaniami przeprowadzonymi w latach 2002–2003 objęto 142 kobiety i 97 mężczyzn w wieku 21–60 lat, mieszkańców południowej Lubelszczyzny (gminy Godziszów, Momoty Dolne, Momoty Górne, Flisy, Szewce oraz Kiszki). Ogółem materiał niniejszego opracowania stanowią wyniki badań 239 osób dorosłych. Badania przeprowadzono na terenie szkół podstawowych mieszczących się we wspomnianych wsiach w godzinach popołudniowych. Liczba osób objętych badaniami w poszczególnych grupach wiekowych została zaprezentowana w tablicy 1. Warto nadmienić, że zbadano większość mieszkańców wymienionych wsi, należących do powiatu Janów Lubelski (południowa Lubelszczyzna). Mają one status wsi gminnych, a mieszkańcy w przewadze utrzymują się z rolnictwa i leśnictwa.

Badana populacja wykazywała wiele cech specyficznych. Z ankiet wypełnianych przez większość przebadanych osób wynika, że odsetek bezrobotnych był bardzo wysoki (większość z nich deklarowała brak stałych dochodów). Można pokusić się o stwierdzenie, że status społeczno-ekonomiczny mieszkańców był niski.

Kolejną cechą specyficzną była niespotykana w innych wsiach z rejonu Polski zbieżność nazwisk mieszkańców danej wsi (co sprawiało nie lada kłopot w opisie kart czy numeracji poszczególnych pomiarów).

Wykonano rutynowe oznaczenia ciśnienia tętniczego krwi oraz tętna. Do określenia ciśnienia tętniczego użyto manometru rtęciowego. Tętno określono za pomocą Sport-Testera firmy Polar. Zastosowano następujące metody statystycznego opracowania materiałów:

- obliczono podstawowe charakterystyki statystyczne: średnie arytmetyczne oraz odchylenia standardowe (SD) badanych cech w grupach wiekowych 21–30, 31–40, 41–50 oraz powyżej 51 lat, oddzielnie dla kobiet i mężczyzn. Na tej podstawie obliczono wskaźnik dymorfizmu płciowego (WD),
- oceniono wskaźniki fizjologiczne na tle norm stosowanych powszechnie w medycynie (dla badań populacyjnych brak odnośników).

Tablica 1

Liczba badanych osób w poszczególnych grupach wiekowych

Wiek	Kobiety	Mężczyźni
21–30	38	28
31–40	61	31
41–50	29	20
51–60	14	18
ogółem	142	97

Źródło: opracowanie własne.

3. Wyniki

Dla ułatwienia interpretacji wyniki zilustrowano graficznie na wykresach, oddzielnie dla kobiet i mężczyzn z zaznaczeniem norm medycznych (zamieszczonych w tablicy 2).

Tablica 2

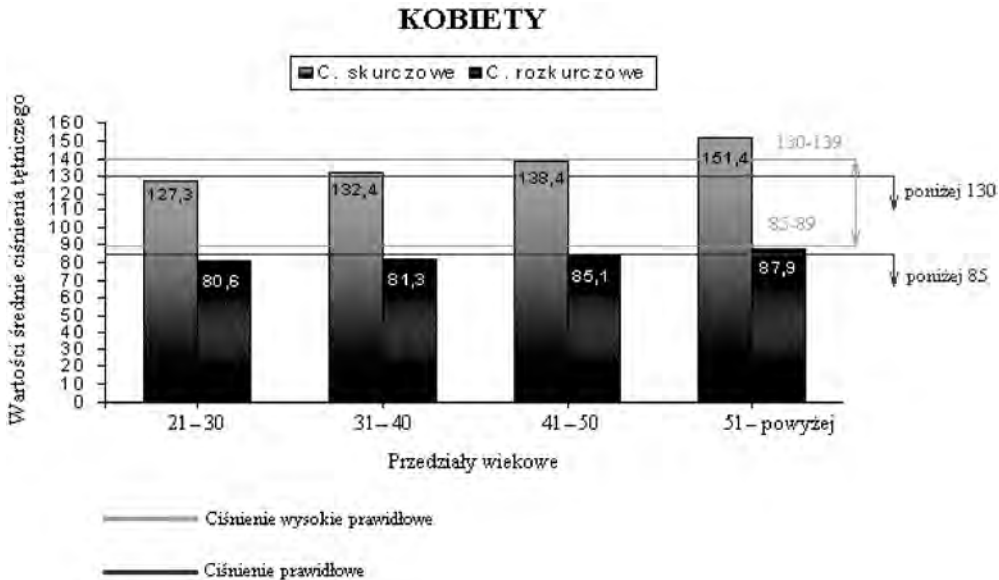
Klasyfikacja ciśnienia tętniczego osób dorosłych wg zaleceń międzynarodowych (JNC 7 2003, ESH/ESC 2003) oraz zaleceń Polskiego Towarzystwa Nadciśnienia Tętniczego (PTNT 2003)

Klasyfikacja	Skurczowe (mmHg)	Rozkurczowe (mmHg)
Optymalne	<120	<80
Prawidłowe	<130	<85
Wysokie prawidłowe	130–139	85–89
I Stopień nadciśnienia (łagodne)*	140–159	90–99
II Stopień nadciśnienia (umiarkowane)	160–179	100–109
III Stopień nadciśnienia (ciężkie)	≥180	≥110
Izolowane nadciśnienie skurczowe	≥140	<90

* W klasyfikacji PTNT 2003 w obrębie I stopnia wyodrębniono nadciśnienie graniczne (140–149/90–94 mm Hg).

Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 1 przedstawiono zmienność z wiekiem ciśnienia skurczowego i rozkurczowego badanych kobiet.

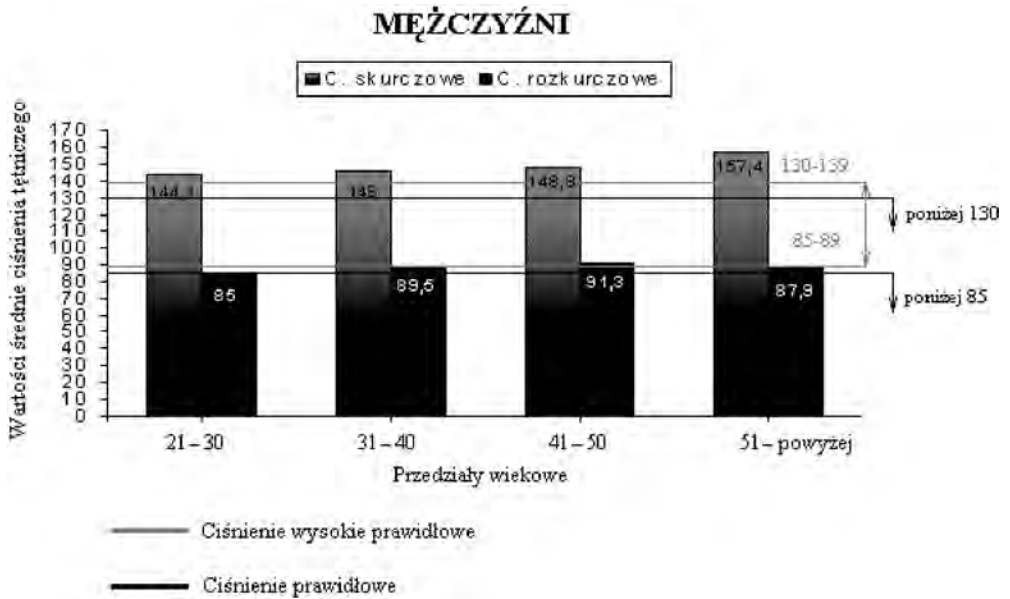


Rys. 1. Zmiany ciśnienia tętniczego krwi u kobiet w poszczególnych grupach wiekowych

Źródło: opracowanie własne.

Wśród badanych kobiet zaobserwowano tendencję do podwyższania się ciśnienia skurczowego wraz z wiekiem. W grupie wiekowej 21–30 lat zanotowano średnie wartości odpowiadające ciśnieniu prawidłowemu. W kolejnej grupie wiekowej można już mówić o ciśnieniu na granicy prawidłowego i wysokiego prawidłowego, z kolei u kobiet od 41 do 50 roku życia o wysokim prawidłowym. Najstarsza z grup wiekowych miała średnie ciśnienie skurczowe odpowiadające łagodnemu nadciśnieniu. Zaobserwowane zmiany mają charakter bardziej regularny i wskazują na mniejszą patologię zjawiska podwyższania się ciśnienia z wiekiem niż w przypadku płci męskiej.

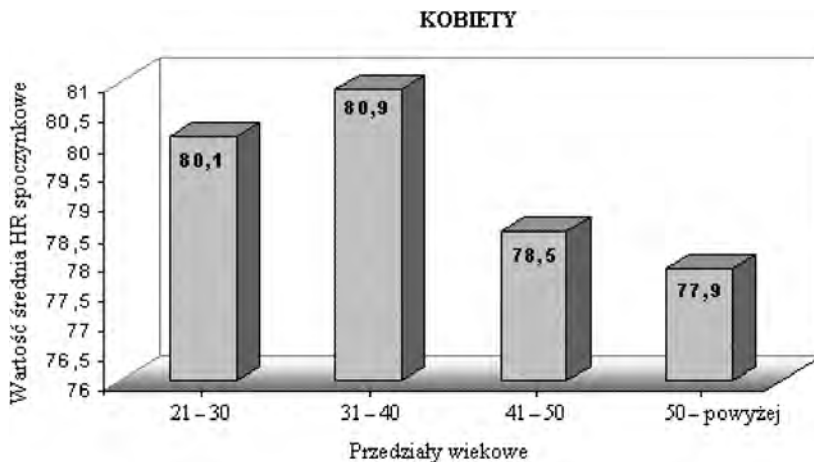
Wśród badanych mężczyzn zmiany z wiekiem mają nieco inny charakter. Przede wszystkim potwierdzono tendencję do podwyższania się ciśnienia tętniczego z wiekiem (z wyjątkiem wartości średniej ciśnienia rozkurczowego u najstarszych mężczyzn). Najmłodszy z badanych wykazywali średnio nadciśnienie łagodne w przypadku ciśnienia skurczowego oraz wysokie prawidłowe w przypadku rozkurczowego. W kolejnych grupach w przypadku obu oznaczanych ciśnień (skurczowe i rozkurczowe) można już mówić o nadciśnieniu. Wśród najstarszych mężczyzn obserwowano dalszy wzrost wartości średniej ciśnienia skurczowego przy równoczesnym, nieznacznym obniżeniu się ciśnienia rozkurczowego. Choroby układu krążenia zdają się być jedną z najważniejszych przyczyn nadumieralności mężczyzn.



Rys. 2. Zmiany ciśnienia tętniczego krwi u mężczyzn w poszczególnych grupach wiekowych

Źródło: opracowanie własne.

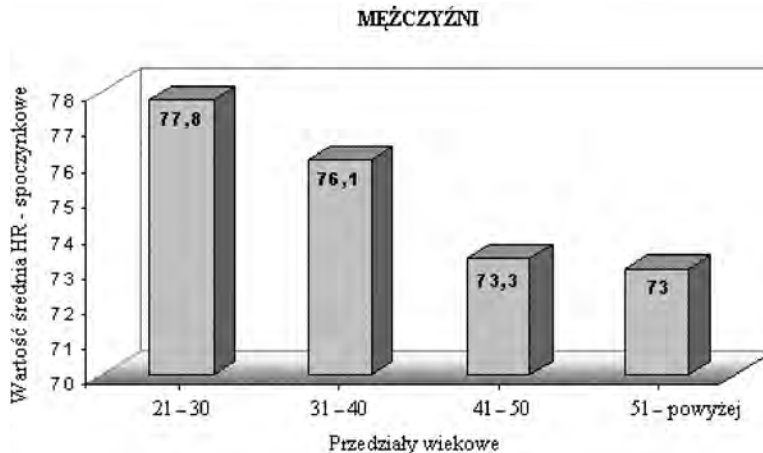
Drugim badanym wskaźnikiem pracy serca i układu krążenia była częstość skurczów serca. Zmiany tego wskaźnika zilustrowano poniżej, oddzielnie dla kobiet i mężczyzn.



Rys. 3. Zmienność z wiekiem spoczynkowej częstości skurczów serca u kobiet

Źródło: opracowanie własne.

We wszystkich grupach badanych kobiet zanotowano prawidłowe wartości częstości skurczów serca. Wartości te mieszczą się dla kobiet w przedziale od 70 do 90 uderzeń na minutę. Potwierdzono obniżanie się ilości uderzeń serca na minutę z wiekiem, choć stopień tej zmiany nie jest adekwatny do wzrostu ciśnienia tętniczego krwi. Nieco wyższe wartości średnie zanotowano dla kobiet w wieku 21–30 lat niż 31–40.



Rys. 4. Zmienność z wiekiem częstości skurczów serca u mężczyzn

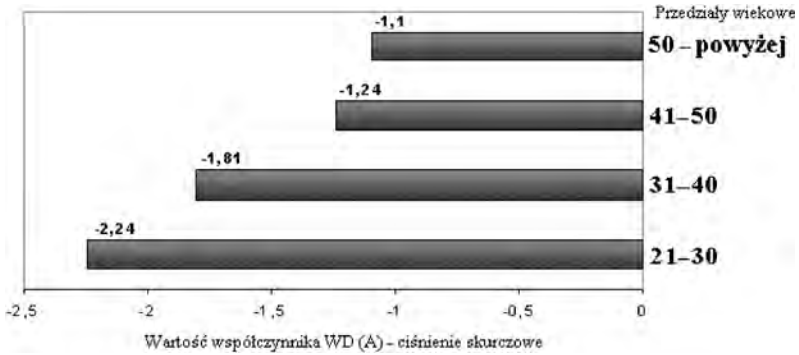
Źródło: opracowanie własne.

Podobnie jak u kobiet częstość skurczów serca badanych mężczyzn maleje z wiekiem. Według danych podręcznikowych norma dla mężczyzn wynosi 60–80 uderzeń na minutę. Warto podkreślić fakt, że badani mężczyźni z dwóch pierwszych grup wiekowych znajdowali się bliżej górnej granicy normy. Może to być dość istotne, biorąc pod uwagę fakt stwierdzonego już w tych grupach nadciśnienia. W obu starszych grupach wiekowych częstość skurczów serca przyjmowała wartości zbliżone do bardzo dobrych (środek przedziału normy medycznej).

Ze względu na różnice pomiędzy kobietami a mężczyznami dotyczące wskaźników układu krążenia (na przykład normy dla tętna), policzono wskaźnik dymorfizmu płciowego (WD) w badanej populacji.

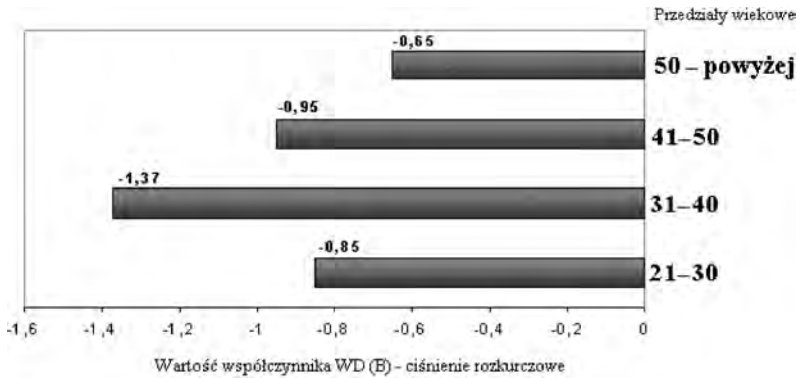
We wszystkich grupach wiekowych ciśnienie skurczowe było niższe u kobiet. Największe różnice dymorficzne zanotowano dla grupy wiekowej 21–30 lat. Wskaźnik zróżnicowania międzypłciowego maleje z wiekiem badanych, przyjmując najniższe wartości powyżej 51 roku życia.

Największe różnice pomiędzy kobietami a mężczyznami zanotowano w grupie wiekowej 31–40 lat. Jednak, podobnie jak w przypadku wcześniej omawianego ciśnienia skurczowego, również ciśnienie rozkurczowe jest niższe u kobiet we wszystkich badanych grupach i również najmniejsze różnice międzypłciowe obliczono dla grupy wiekowej powyżej 51 roku życia.



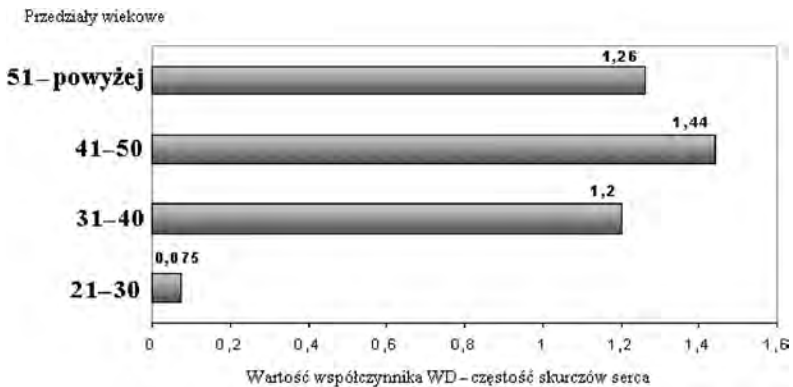
Rys. 5. Zróżnicowanie międzypłciowe ciśnienia skurczowego krwi

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Zróżnicowanie międzypłciowe ciśnienia rozkurczowego krwi

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 7. Zróżnicowanie międzypłciowe częstości skurczów serca

Źródło: opracowanie własne.

Zgodnie z oczekiwaniami mężczyźni charakteryzowali się niższą częstością skurczów serca. Najmniejsze różnice zanotowano wśród najmłodszych z badanych, największe w przedziale wiekowym 41–50 i porównywalne wśród 31–40-latków oraz powyżej 51 roku życia. Częstość skurczów serca wykazuje zmiany bardziej związane z ontogenezą (maleje z wiekiem i generalnie jest wyższa u kobiet), niż z patologią.

4. Dyskusja

Uzyskane wyniki badań dość trudno porównać do odnośnych w literaturze. Większość opracowań z badanego zakresu dotyczy innych komponentów health-related-fitness, np.: masy ciała, BMI (Wolański i Pyżuk 1973; Panek i wsp., 1979; Przewęda i Dobosz, 2003; Szopa 1990; Szopa i wsp., 1999). Zupełnie sporadyczne są badania kompleksowe, tj. o takiej skali, która uwzględniałaby również cechy fizjologiczne – leżące między innymi u podstaw sprawności motorycznej, a ta niewątpliwie przekłada się na zdrowie i szybkość inwolucji. Trudno jest znaleźć doniesienia dotyczące zmian ontogenetycznych ciśnienia i tętna w skali całej populacji, znacznie łatwiej typowo medyczne dotyczące patologicznych zmian w obrębie układu krążenia, badane w warunkach klinicznych (Prejbisz i wsp., 2007; Schmieder i wsp., 2007).

Tętno wśród wszystkich badanych grup wiekowych nie wykazało zmian patologicznych. Przyczyny tego można by upatrywać w większej stabilności tego parametru, być może związanej z nieco większą kontrolą genetyczną, a mniejszymi negatywnymi wpływami środowiska.

W badanej populacji zaobserwowano tendencje do wzrostu ciśnienia tętniczego krwi z wiekiem. U mężczyzn ciśnienie rozkurczowe przekraczało normę już od 31 roku życia, a skurczowe było powyżej normy w całym badanym okresie. Potwierdza to fakt, że nadciśnienie pozostaje jednym z najważniejszych czynników ryzyka i jest przyczyną nadumieralności mężczyzn. Można również zaryzykować stwierdzenie, że tak wysokie ciśnienie tętnicze u młodych mężczyzn jest charakterystyczne dla badanej populacji. Bezpośrednim przełożeniem może być nadumieralność mężczyzn terenu południowej Lubelszczyzny (niewielu z nich przeżywa 51 lat, stąd tak dużo rodzin niepełnych, gdzie żyje tylko kobieta). U kobiet przekroczenie normy zdrowotnej w przypadku ciśnienia rozkurczowego następowało dopiero po 51 roku życia, a skurczowego w grupie wiekowej 41–50. Widoczne w tym przypadku zróżnicowanie międzypłciowe związane jest z wydzielaniem estrogenu u kobiet. Duże wartości WD dla tego wskaźnika mogą wynikać z wysokich wartości ciśnienia skurczowego mężczyzn i być może są również charakterystyczne dla badanej populacji. Zmiany negatywne u kobiet pojawiają się w okresie klimakterium (na badanym terenie kobiety przekwitały wcześniej niż według średniej ogólnopolskiej – dane z wywiadu).

W badaniach przeprowadzonych przez Żychowską (2007) odnotowano większą zależność ciśnienia skurczowego od matek we wszystkich kombinacjach pokrewieństw oraz większy wpływ ojców na ciśnienie rozkurczowe. Wielkość współczynnika odziedziczalności należy jednak uznać za średnią, stąd przy zmianie diety, sposobu życia i zwiększeniu rekreacyjnych form aktywności ruchowej następane pokolenia mają szansę nie wykazywać tak wcześnie patologicznych zmian w ciśnieniu krwi.

Trudno nie zwrócić uwagi na badania dotyczące odziedziczalności, które mają na celu odpowiedzieć na ile genotyp, a na ile środowisko kształtują wariancję całkowitą danej cechy.

Nie można jednoznacznie określić modelu dziedziczenia ciśnienia skurczowego i rozkurczowego krwi, pomimo licznie prowadzonych badań zarówno na zwierzętach, jak i populacji człowieka (Mongeau, 1987; Murphy, 1973; Rapp, 1983; Shu-Chuan i wsp. 1995; Ward, 1990; Sing i wsp. 1986; Williams i wsp. 1988).

Jak podaje Bouchard (1997) istnieje związek pomiędzy ciśnieniem skurczowym i rozkurczowym krwi a stopniem pokrewieństwa, zgodny z teoretycznymi założeniami modelu poligenicznego. Stąd, do tej pory trudno jednoznacznie stwierdzić, na ile wskaźnik ten warunkują geny, a na ile środowiska. Według tych autorów dziedziczenie poligeniczne warunkuje ciśnienie krwi w granicach 36%. Aktywność pojedynczych genów miałyby wzrastać średnio co 5 lat o ok. 6% wariancji tej cechy, natomiast po 50 roku życia zdecydowanie większa byłaby u mężczyzn niż u kobiet (Grim, Robinson, 1994). W trzecim doniesieniu autorzy sugerują obecność recesywnych alleli pojawiających się z częstością 0,23, warunkujących wysokie ciśnienie krwi (Shu-Chuan i wsp., 1995).

Jest to zagadnienie bardzo istotne ze względów zdrowotnych. W badanej populacji, sugerując się opisanymi powyżej założeniami dziedziczenia, albo wyjątkowo często występowały recesywne allele warunkujące wysokie ciśnienie, albo też wpływy środowiska były negatywne (lecz różnie odbierane przez obie płci).

Wobec powyższych danych nie można jednoznacznie określić genetycznego modelu dziedziczenia ciśnienia krwi. Podobnie jak w przypadku większości badań genetycznych cech ilościowych determinowanych genetycznie, wynik ostateczny często zależy od zastosowanej metody. Dodatkowo, na fenotypowy obraz tej cechy składa się wiele czynników, takich jak: transport elektrolitów, zwłaszcza sodu i potasu, regulacja nerwowa, system renina – angiotensyna – aldosteron itp. Obecnie coraz więcej autorów skłania się ku hipotezie dziedziczenia wielogenowego wraz z udziałem tzw. genów głównych (Bouchard i wsp., 1997). Stwierdzono ponadto, że na interakcję genotyp środowisko zdecydowanie bardziej wpływa rodzaj diety niż np.: trening fizyczny (Bouchard i wsp., 1997). Jest to więc typowy przykład systemu poligenicznego (minor genes), regulowanego przez geny o działaniu plejotropowym (major genes).

Podane powyżej doniesienia nie oznaczają jednak, że wszystkie wskaźniki fizjologiczne krwi są silnie warunkowane genetycznie. Można raczej mówić o umiarko-

wanej odziedziczalności. Stąd bardzo istotne dla zdrowia byłoby lansowanie koncepcji health – related – fitness w populacjach ludności wiejskiej z ograniczonym dostępem do usług medycznych, rekreacji czy ogólnej świadomości społecznej. Ze względu na fakt, że zaobserwowane w badanej populacji prawidłowości mogą mieć charakter regionalny, powyższe zagadnienie wymaga dalszych badań o charakterze populacyjnym.

5. Wnioski

W badanej populacji stwierdzono:

1. Niepokojące przedwczesne zmiany w ciśnieniu tętniczym u badanych mężczyzn w całym okresie ontogenezy, co może wyjaśniać nadumieralność mężczyzn na badanym terenie.
2. Większą stabilność ciśnienia tętniczego krwi u kobiet, co może świadczyć o mniejszej ekosensytywności płci żeńskiej.
3. Obniżanie się częstości skurczów serca z wiekiem.
4. Duże zróżnicowanie międzypłciowe w ciśnieniu krwi, zwłaszcza wśród osób w wieku 21–30 lat.

Aneks

Tablica 1

Charakterystyki statystyczne ciśnienia tętniczego krwi mężczyzn i kobiet w badanej populacji

Wiek	Kobiety				Mężczyźni				WD (A)	WD (B)
	Ciśnienie skurczowe (A)		Ciśnienie rozkurczowe (B)		Ciśnienie skurczowe		Ciśnienie rozkurczowe			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD		
21–30	127,3	3,7	80,6	2,1	144,1	3,8	85	3,1	-2,24	-0,85
31–40	132,4	3,6	81,3	3	146	3,9	89,5	3	-1,81	-1,37
41–50	138,4	4	85,1	2,9	148,8	4,4	91,3	3,6	-1,24	-0,95
51–	151,4	4,6	87,9	3,2	157,4	3,94	87,9	2,80	-1,1	-0,65

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2

Charakterystyki statystyczne częstości skurczów serca w badanej populacji

Wiek	Mężczyźni		Kobiety		WD
	HR spoczynkowe		HR spoczynkowe		
	– x	SD	– x	SD	
21–30	77,8	1,9	80,1	2,1	0,075
31–40	76,1	1,7	80,9	2,3	1,2
41–50	73,3	1,7	78,5	1,9	1,44

Źródło: opracowanie własne.

Bibliografia

- Bielicki T., Szklarska A., Welon Z., Brajczewski C. 1997. *Nierówności społeczne w Polsce antropologiczne badania poborowych w trzydziestoleciu 1965–1995*. Monografie Zakładu Antropologii PAN nr 16. Wrocław: PAN. ISBN 83-901487-65. s. 67–82.
- Bouchard C., Malina R., Perusse L. 1997. *Genetics of fitness and physical performance*. Champaign, IL: Human Kinetics. ISBN 0873229517
- Bouchard C., & Shephard R.J. 1993. *Physical activity, fitness and health: The model and key concepts*. In: C. Bouchard, R.J. Shephard, & T. Stephens (Eds.), *Physical activity, fitness, and health: consensus statement*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers, pp. 11–20.
- Charzewski J. 1984. *Spoleczne uwarunkowania rozwoju fizycznego dzieci warszawskich*. Studia i Monografie. Warszawa: AWF.
- Dutkiewicz W. 1990. *Dziecko wiejskie*. Kielce: WSP.
- Elżanowska D., Siniarska A. 1982. *Sprawność psychomotoryczna ludzi z terenów o różnym stopniu uprzemysłowienia*. W: N. Wolański, A. Siniarska (red.). *Ekologia populacji ludzkich*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydaw. Polskiej Akademii Nauk. ISBN 83-04-01132-8.
- Gołąb S. i in. 1980. *Normy rozwoju sprawności ruchowej dzieci i młodzieży z Nowej Huty*. Wydawnictwo Skrytowe nr 41. Kraków: AWF.
- Grim C., Robinson M. 1994. *Blood pressure variation*. Dordrecht Netherlands: Kluwer Academic.
- Janusz A., Ignasiak Z. 1993. *Populacja dzieci wiejskich w badaniach longitudinalnych*. Cz. 1. Studia i Monografie nr 36. Wrocław: AWF. ISBN 83-85279-37-7.
- Mleczek E., Ambroży T. 1997. *Zanieczyszczenia środowiska naturalnego a rozwój somatyczny i funkcjonalny dzieci i młodzieży z regionu krakowskiego*. „Antropomotoryka” nr 16, s. 63–71.
- Mongeau J.G. 1987. *Heredity and blood pressure in humans. An overview*. „Pediatric Nephrology” no 1, p. 69–75.
- Murphy E.A. 1973. *Genetics in hypertension*. “Circulation Research”, p. 32–33.
- Osiński W. 2003. *Antropomotoryka*. Poznań: AWF. ISBN 83-88923-22-6.
- Panek S., Bocheńska Z., Chrzanowska M. 1979. *Zmiany sekularne w rozwoju dzieci i młodzieży z Nowej Huty 1967–1977*. „Materiały i Prace Antropologiczne” nr 97, s. 3–15.

- Prejbisz A., Cendrowska-Demkow I., Makowiecka-Cieśla M., Januszewicz A. 2007. *30-letnia kobieta z nadciśnieniem tętniczym i hipokaliemią*. „Medycyna Praktyczna” nr 10.
- Przewęda R., Dobosz J. 2003. *Growht and physical fitness of Polish youths in two successive decades*. „Journal of Sports Medicine and Physical Fitness” nr 43, s. 1–10.
- Rapp J.P. 1983. *Genetics of experimental and human hypertension*. In: J. Genest, O. Kuchen, P. Hamet, M. Cantin (eds.). *Hypertension: physiopatology and treatment*. New York: McGraw-Hill. s. 582–598.
- Schmieder R.E i in. 2007. *Rengin-angiotensin system and cardiovascular risk*. “The Lancet” no 369, p. 1208–1219.
- Shu-Chuan L. i in. 1995. *Evidence for a major gene influencing 7-year increases in diastolic blood pressure with age*. „American Journal of Human Genetics” no 57, p. 1169–1177.
- Sing C.F., Boerwinkle E., Tuner S.T. 1986. *Genetics of primary hypertension*. „Clinical Experimental Hypertension” A8, p. 623–651.
- Skinner J.S., Oja P. 1994. *Laboratory and field tests for assessing health-related fitness*. Human Kinetics.
- Skład M. (red.), 2000. *Wybrane wskaźniki rozwoju biologicznego dziewcząt i chłopców z Podlasia*. Biała Podlaska: Wyd. Instytutu Wychowania Fizycznego i Sportu.
- Strzelczyk R., 1990. *Rozwój fizyczny i sprawność fizyczna dzieci wiejskich na tle rówieśników z miasta: przegląd badań*. Poznań: AWF.
- Szopa J., Młeczko E., Cempla J. 1985. *Zmienność oraz genetyczne i środowiskowe uwarunkowania podstawowych cech psychomotorycznych i fizjologicznych w populacji wielkomięskiej, w przedziale wieku 7–62 lata*. Wydawnictwo Monograficzne ISSN 0860-0643, nr 25. Kraków: AWF.
- Szopa J. 1990. *Genetyczne i środowiskowe uwarunkowania rozwoju somatycznego między 7–14 rokiem życia: wyniki longitudinalnych badań rodzinnych*. Wydawnictwo Monograficzne ISSN 0860-0643, nr 42. Kraków: AWF.
- Szopa J., Młeczko E., Żychowska M., Jaworski J., Bujas P. 1999. *Possibilities of determination of genetic conditionings of somatic and functional traits on the backgrounds of family studies: the review of results of comparison of five Polish populations*. „Journal of Human Kinetics” nr 2.
- Szopa J., Młeczko E., Żak S. 1988. *Podstawy antropomotoryki*. Kraków: PWN.
- Wilczewski A. 1986. *Rozwój fizyczny dzieci i młodzieży województwa białskopodlaskiego*. Białskopodlaskie Warsztaty Badawcze. Warszawa: AWF.
- Ward R. 1990. *Familial aggregation and genetics epidemiology of blood pressure*. In: J.H. Larach, B.M. Brenner (eds.). *Hypertension: pathophysiology, diagnosis and management*. Vol. 1. New York: Ravel Press. ISBN 0-88167-493-1, p. 81–99.
- Williams R.R i in. 1988. *Definition of genetic factors in hypertension: a search of major genes, polygenes, and homogeneous subtypes*. „Journal of Cardiovascular Pharmacology” no 12.
- Wolański N. 1986. *Rozwój biologiczny człowieka*. Cz. 1–2. Warszawa, PWN. ISBN 83-01-04240-0.
- Wolański N., Pyżuk M. 1973. *Psychomotor properties in 1, 5–99 years-old inhabitants of Polish rural areas*. „Studies in Human Ecology” no 1.
- Żychowska M. 2007. *Zmienność i podobieństwa rodzinne wybranych zdolności motorycznych i cech funkcjonalnych organizmu człowieka*. Katowice: AWF. ISBN 978-83-60841-00-6.

Health Aspects of Involutionary Changes of Blood Pressure and Heart Rate of Women and Men between 21–60 Years of Age

S u m m a r y: Aim of work: The aim of this experiment was to determine ontogenetic changes of adult women's and men's blood pressure and heart rate withi the population with low SES.

Material and methods: our work made use of examination results of 142 women and 97 men-habitants of southern Lublin Voivodeship. The examined were divided into 3 age group: 21–30, 31–40, 41–50 and 51–60.

We measured pressure and heart rate. Our results were subject to the statistic analysis, average values and those of the standard deviation were calculatd for all the age groups, as well as the dimorphism index.

Results and conclusion: the results of the experiment indicate worrying changes in blood pressure in men independently of the age group. We recorded a more regular increase in wome's blood pressure and pathologica changes appear only in the oldest age group. Non-standard changes in hearth rate were not found. WD index of blood pressure diminished along with age of the examined.

K e y w o r d s: involution, population, hypertension, sexual balance, ontogenesis.

Wydanie I
Ark. wyd. 18;5 ark. druk. __, __; nakład 350 egz.

Skład komputerowy: „MarDruk” – Marcin Herzog
www.mardruk.pl

Druk i oprawa: Oficyna Wydawniczo-Drukarska „Secesja” s.c.
ul. Rzemieślnicza 22, 30-363 Kraków
tel./fax 012-266-78-30