

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

259

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy polityki turystycznej

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Wiesław Alejziak, Małgorzata Bednarczyk, Stefan Bosiacki, Ewa Dziedzic,
Irena Jędrzejczyk, Magdalena Kachniewska, Włodzimierz Kurek,
Barbara Marciszewska, Beata Mayer, Agnieszka Niezgoda,
Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska,
Aleksander Szwichtenberg, Hanna Zawistowska

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Łopusiewicz, Joanna Świrska-Korlub

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-222-2

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

Część 1. Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Turystyka aktywna w materiałach promocyjnych województw w Polsce.....	15
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Możliwości i uwarunkowania uprawiania turystyki rodzin z dzieckiem niepełnosprawnym..	24
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analiza popytu na turystykę społeczną w Polsce na przykładzie projektu Europe Senior Tourism realizowanego w lubelskim biurze podróży.....	35
Jadwiga Berbeka: Udział w ruchu turystycznym a spójność społeczna w Polsce – wybrane zagadnienia	43
Sylwia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Aktywność turystyczna wielkopolskich seniorów	54
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Aktywność turystyczna singli 50+ w świetle cywilizacyjnych megatrendów	64
Maja Jedlińska: Wybrane aspekty turystyki osób niepełnosprawnych w powiecie jeleniogórskim.....	75
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Rozwój geoturystyki w Polsce oraz możliwości jej adaptacji do turystyki społecznej.....	85
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Turystyka osób starszych w Polsce – uwarunkowania społeczno-demograficzne.....	95
Hanna Zawistowska: Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce	109
Piotr Gryszel: Wybrane aspekty rozwoju turystyki społecznej w Republice Czeskiej.....	123
Piotr Zawadzki: Przygotowanie gospodarstw agroturystycznych do obsługi osób niepełnosprawnych na przykładzie wybranych obiektów w powiecie jeleniogórskim	133
Daria Elżbieta Jaremen: Turystyka społeczna – studium przypadku Wielkiej Brytanii	142
Marlena Prochorowicz: Turystyka społeczna jako forma aktywności osób niepełnosprawnych	157
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju.....	167

Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Turystyka społeczna – aktywność turystyczna wybranych grup docelowych w świetle badań ankietowych.....	178
---	-----

Część 2. Obszar niepewności w turystyce a polityka turystyczna

Elżbieta Szymańska: Polityka turystyczna a innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych.....	193
Magdalena Kachniewska: Współpraca hoteli z władzami lokalnymi jako czynnik redukcji ryzyka specyficznego.....	203
Ewa Dziejic: Pozycja konkurencyjna Polski na rynku turystycznym w obliczu sytuacji kryzysowych.....	213
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych w warunkach niepewności i ryzyka.....	224
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Ocena realizacji strategii rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim.....	237
Halina Kiryluk: Zrównoważony rozwój turystyki wyzwaniem współczesnej polityki turystycznej.....	247
Agnieszka Niezgoda: Uwarunkowania wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego na obszarach recepcji turystycznej.....	264
Adam Edward Szczepanowski: Czynniki rozwoju turystyki w regionie Polski Wschodniej.....	274
Aleksander Panasiuk: Polityka turystyczna w oddziaływaniu na branżę turystyczną.....	285
Paweł Stelmach: Redukcja niepewności w polityce turystycznej.....	296
Tomasz Studzieniecki: Polityka turystyczna państwa w aspekcie priorytetów strategicznych Unii Europejskiej.....	307
Barbara Marciszewska: Obszary niepewności, polityka turystyczna i zrównoważony rozwój turystyki.....	316
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Czynniki niepewności w turystyce i ich wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstwa uzdrowskiego Skarbu Państwa.....	326

Summaries

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Active sport tourism in Polish voivodeships' promotion materials.....	23
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Possibilities and conditions of tourism in families with a disabled child.....	34

Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analysis of social tourism market in Poland on the example of Europe Senior Tourism programme carried out in Lublin travel agency	42
Jadwiga Berbeka: Tourism participation and social cohesion in Poland – selected aspects	53
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Tourism activity of older people from Wielkopolska region.....	63
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Tourist activity of singles 50+ on the basis of civilizational megatrends.....	74
Maja Jedlińska: Selected aspects of the tourism of the disabled in Jelenia Góra district	84
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Geotourism development in Poland and possibilities for its adaptation to social tourism.....	94
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Senior tourism in Poland – socio-demographic conditions.....	108
Hanna Zawistowska: Possibilities and directions of development of social tourism in Poland.....	122
Piotr Gryszel: Selected aspects of social tourism development in the Czech Republic.....	132
Piotr Zawadzki: Preparing agritourism farms for the disabled tourists based on the example of selected objects in Jelenia Góra district.....	141
Daria Elżbieta Jaremen: Social tourism – case study of Great Britain.....	156
Marlena Prochorowicz: Social tourism as the form of activity of disabled persons	166
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Social tourism – its essence, determining factors, perspectives and directions in development.....	177
Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Social tourism – tourist activity of selected target groups reflected in surveys.....	189
Elżbieta Szymańska: Tourism policy and innovativeness of tourism enterprises.....	202
Magdalena Kachniewska: Cooperation of hotels with local authorities as the determinant of unsystemic risk reduction.....	212
Ewa Dziejcz: Competitive position of Poland in tourism market against challenges of crisis situations	223
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Tourism enterprises’ functioning in the conditions of risk and uncertainty	236
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Assessment of the implementation of tourism development strategy in Leszno Region.....	246
Halina Kiryluk: Sustainable tourism development as a challenge for the modern tourism policy.....	263

Agnieszka Niezgoda: Determinants of implementing sustainable development in tourism destination	273
Adam Edward Szczepanowski: Factors of development of tourism in the region of Eastern Poland.....	284
Aleksander Panasiuk: The influence of tourism policy on tourist sector activity	295
Paweł Stelmach: Uncertainty reduction in tourism policy	306
Tomasz Studzieniecki: State tourism policy in the context of the strategic priorities of the European Union	315
Barbara Marciszewska: Uncertainty areas, tourism policy and sustainable tourism development	325
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Factors of uncertainty in tourism and their impact on the economic performance in public sector spa companies	334

Piotr Gryszel

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WYBRANE ASPEKTY ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W REPUBLICE CZESKIEJ

Streszczenie: Turystyka społeczna, stając się swoistego rodzaju fenomenem wpływającym na globalny rozwój turystyki, stała się obiektem zainteresowania wielu podmiotów funkcjonujących na rynku turystycznym. Celem artykułu jest ocena przygotowania czeskich przedsiębiorców turystycznych do obsługi turystów zaliczanych do segmentu turystyki socjalnej. W artykule przedstawiono też działania Ministerstwa Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej mające za zadanie wspieranie podażowej strony rynku turystyki socjalnej. Na potrzeby artykułu przeprowadzono badania ankietowe wśród czeskich przedsiębiorców turystycznych. Ich wyniki pozwoliły na wyciągnięcie wniosków potwierdzających skuteczność działania administracji rządowej wspierającej rozwój tej formy turystyki.

Słowa kluczowe: turystyka społeczna, niepełnosprawni, seniorzy, słabsze grupy społeczne.

1. Wstęp

W ciągu ostatnich kilkunastu lat turystyka społeczna stała się swoistego rodzaju fenomenem, który wyraźnie wpłynął na globalny rozwój turystyki. Analizując zakres pojęcia turystyki społecznej, można zadać kilka pytań badawczych. Czy zatem turystyka ta obejmuje noclegi na polach biwakowych i kempingach, w obiektach noclegowych o niższym standardzie, brak jakichkolwiek wygód, dotacje budżetowe dla najuboższych? Spora część tych stwierdzeń jest prawdą, ale należy także uświadomić sobie, że turystyka społeczna może być znaczącym źródłem przychodów przedsiębiorstw turystycznych. Turystyka społeczna wywodzi się bowiem z powszechnego prawa do uprawiania turystyki i podróžowania. Według niego każdy obywatel, bez względu na miejsce zamieszkania, sytuację społeczną i ekonomiczną, ma prawo do czasu wolnego i swobodnego jego wykorzystania. To znaczy, że należy umożliwić podróžowanie i uprawianie turystyki jak największej liczbie osób, w tym osobom wykluczonym społecznie, grupom słabszym pod względem zdrowotnym czy ekonomicznym. Turystyka socjalna ma umożliwić tym grupom powrót do społeczności, rozwój osobisty, ale także przyczynić się do wzrostu tolerancji pomiędzy narodami i warstwami społecznymi.

Jednocześnie, biorąc pod uwagę powszechne prawo do uprawiania turystyki, należy dokonać analizy strony podażowej rynku turystycznego. Należy zbadać, czy przedsiębiorcy są przygotowani do obsługi takich grup turystów? Czy przedsiębiorcom obsługującym te segmenty rynku także należy się wsparcie zewnętrzne? Co robi w tym zakresie państwo? Na tak postawione pytania badawcze ma dać odpowiedź prezentowany artykuł, którego celem jest ocena przygotowania przedsiębiorców turystycznych do obsługi turystów zaliczanych do segmentu turystyki socjalnej, głównie osób niepełnosprawnych i z problemami zdrowotnymi oraz seniorów. Jako przykład posłużą działania w tym zakresie prowadzone przez administrację państwową i przedsiębiorców działających w Republice Czeskiej.

2. Wieloznaczność pojęcia turystyki społecznej

Na czeskim rynku turystycznym, podobnie jak w innych krajach europejskich, dostrzeżono potencjał segmentu rynkowego, jakim są osoby uczestniczące w turystyce społecznej. Zjawisko to znane jest od wielu lat i bardzo często, podobnie jak w polskiej literaturze turystycznej, utożsamiane jest z turystyką socjalną. Bardzo często pojęć „turystyka społeczna” i „turystyka socjalna” używa się zamiennie. Wielu autorów ma jednak świadomość, że pojęcia te nie są synonimami. Pewnego uporządkowania pojęć dokonano w *Słowniku pojęć turystycznych*, gdzie wyróżniono **turystykę reglamentowaną** (cz. *vázany cestovní ruch*, ang. *artiled tourism, bound tourism, social tourism*) określaną jako turystyka, której uprawianie uzależnione jest od spełnienia określonych warunków (zalecenie lekarza, zatrudnienie, członkostwo w organizacji, trwałe zamieszkanie w określonym miejscu). Uczestnicy tej formy turystyki pokrywają tylko część kosztów wyjazdu. Pozostałe koszty finansowane są z innych źródeł, np. funduszy społecznych, ubezpieczenia zdrowotnego, funduszy różnych organizacji oraz instytucji itp.¹ Dalej autorzy słownika stwierdzają, że odmianą turystyki reglamentowanej jest **turystyka socjalna** (*sociální cestovní ruch*)², którą można określić jako wyodrębnioną formę turystyki, gdzie część lub całość nakładów na podróżowanie osób społecznie najmniej uprzywilejowanych (zaawansowany wiek, niskie dochody, fizyczne albo psychiczne upośledzenie) albo uczestników programów motywacyjnych pokrywają różne instytucje, państwo, pracodawcy, fundacje itp.³

Definicje turystyki reglamentowanej i socjalnej można porównać z definicją turystyki społecznej zaproponowanej przez Międzynarodowe Biuro Turystyki Społecznej (Bureau International du Tourisme Social – BITS). Według BITS turystyka społeczna oznacza wszelkie koncepcje i zjawiska związane z udziałem w turystyce

¹ M. Pásková, J. Zelenka, *Cestovní ruch. Výkladový slovník*, Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha 2002, s. 308.

² Problem z dokładnym tłumaczeniem i zrozumieniem tego pojęcia związany jest z dwuznacznością słowa *sociální* w języku czeskim, które może być tłumaczone jako socjalny bądź społeczny.

³ Tamże, s. 271.

grup społecznych o niskich dochodach, możliwym dzięki dokładnie określonym instrumentom socjalnym. Natomiast zgodnie z definicją Komisji Europejskiej turystyka społeczna to działalność organizowana w niektórych państwach przez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, której celem jest zapewnienie możliwości podróżowania jak największej liczbie osób, a w szczególności osobom należącym do najmniej uprzywilejowanych grup społeczeństwa⁴. Biorąc też pod uwagę definicję turystyki społecznej zaproponowaną przez B. Włodarczyka, w której turystykę społeczną określa się jako rodzaj (formę) całkowicie lub częściowo finansowanej (dotowanej) zewnątrznie lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągnięcia innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.)⁵, można stwierdzić, że czeskie słownikowe określenie turystyki reglamentowanej i socjalnej jest tożsame z pojęciem turystyki społecznej stosowanym w literaturze polskiej.

W Narodowym programie wsparcia turystyki w Republice Czeskiej na lata 2007-2013, pisząc o turystyce socjalnej, ale w rozumieniu turystyki społecznej, wyodrębniła się cztery podstawowe grupy beneficjentów tej formy turystyki:

- młodzież,
- rodziny z dziećmi,
- osoby niepełnosprawne i z problemami zdrowotnymi,
- osoby starsze⁶.

W dalszej części artykułu analizowane będzie przygotowanie przedsiębiorców do obsługi dwóch grup – osób niepełnosprawnych i z problemami zdrowotnymi oraz seniorów. Te bowiem grupy wymagają największych nakładów na przygotowanie infrastruktury i szkolenie kadr do ich obsługi.

3. Wsparcie działań z zakresu turystyki społecznej w programach rządowych w Republice Czeskiej

Dostrzegając znaczenie turystyki społecznej, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR) ogłosiło Narodowy program wsparcia turystyki na lata 2010-2013, a w nim podprogram Turystyka dla wszystkich. Program ten opiera się na koncepcji „turystyki dla wszystkich” ogłoszonej w 1989 r. w Wielkiej Brytanii i nawiązuje do dokumentów programowych ogłoszonych przez instytucje Unii Europejskiej. Jest też realizacją założeń państwowej polityki turystycznej Republiki Czeskiej na lata 2007-2013 (Działanie 1.2. Tworzenie

⁴ *Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa 2012.

⁵ B. Włodarczyk, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010, s. 34.

⁶ *Národní program podpory cestovního ruchu (2010-2013)*, www.mmr.cz (4.05.2012).

specyficznych regionalnych produktów turystycznych). Głównym celem Narodowego programu wsparcia turystyki jest wytworzenie narzędzi, które efektywnie wpłyną na rozwój turystyki dla wszystkich. Jako cele szczegółowe określono:

- stworzenie ekonomicznych warunków do inicjacji i wsparcia aktywności, które będą przyczyniać się do rozwoju turystyki (wsparcie małych i średnich przedsiębiorstw),
- stabilizację i stworzenie nowych możliwości rozwoju regionów,
- zwiększenie wpływów budżetowych z turystyki,
- uwolnienie niewykorzystanego potencjału w turystyce,
- zwiększenie wpływu turystyki na rozwój regionów z poszanowaniem zasad rozwoju zrównoważonego.

Natomiast głównym celem podprogramu Turystyka dla wszystkich jest umożliwienie uczestnictwa w turystyce rodzinom, dzieciom, młodzieży, seniorom i osobom niepełnosprawnym. Realizowany jest on poprzez cele szczegółowe, do których zaliczono:

- utrzymanie zatrudnienia w turystyce w związku z aktualną sytuacją ekonomiczną Republiki Czeskiej,
- wsparcie tworzenia nowych produktów krajowej turystyki, mających na celu zniwelowanie sezonowości ruchu turystycznego i wygenerowanie nowych całorocznych miejsc pracy w turystyce,
- zachęcenie do udziału w turystyce nowych grup społecznych, których udział w turystyce do tej pory był utrudniony.

Program skierowany jest na wsparcie działań przedsiębiorców (osób fizycznych i prawnych) świadczących usługi turystyczne z zakresu hotelarstwa, gastronomii, organizacji imprez turystycznych (biura podróży, agencje turystyczne, systemy rezerwacyjne), którzy mogą otrzymać dofinansowanie w wysokości od 1 do 5 mln koron⁷ nieprzekraczające 50% wartości przedsięwzięcia.

W 2010 r. z tego programu dofinansowano 36 projektów na ogólną kwotę 64 325 000 koron czeskich, czyli ok. 2,5 mln euro. W 2011 r. z programu dofinansowano już 42 przedsięwzięcia na ogólną kwotę 68 691 255 koron czeskich, czyli ok. 2,7 mln euro. Natomiast w pierwszej połowie 2012 r. przyznano dofinansowania kolejnym 18 projektom na kwotę stanowiącą równowartość ok. 1,3 mln euro.

Jako główne grupy odbiorców realizowanych przedsięwzięć wskazano:

- dzieci do 15 lat,
- młodzież do 26 lat,
- rodziny z dziećmi o niskich dochodach,
- osoby z problemami zdrowotnymi,
- osoby starsze powyżej 60 lat.

W ramach dofinansowania realizowano projekty związane z tworzeniem lub przebudową infrastruktury, zakupem wyposażenia oraz organizacją imprez turystycznych. Jako przykłady dofinansowanych działań można wymienić:

⁷ Tj. od 40 000 do 200 000 euro.

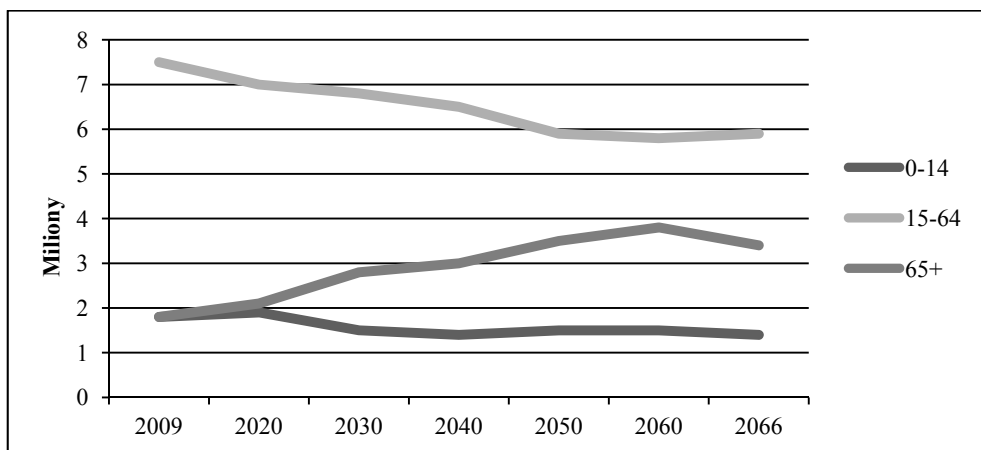
- budowę bezbarierowych toalet,
- budowę miejsc odpoczynku turystów,
- przebudowę tras turystycznych na potrzeby turystyki społecznej,
- tworzenie centrów usługowych świadczących m.in. usługi rehabilitacyjne,
- oznakowanie atrakcji turystycznych dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, np. dotykowe tablice dla niewidomych,
- utworzenie wypożyczalni sprzętu turystycznego, w tym ekologicznych pojazdów,
- utworzenie wypożyczalni nart i szkółki narciarskiej kształcącej osoby niepełnosprawne,
- organizację całorocznych imprez turystycznych z wykorzystaniem autobusu dostosowanego do przewozu grup specjalnych, np. osób starszych i niepełnosprawnych,
- zakup niskopokładowego autobusu.

4. Przygotowanie przedsiębiorców w Republice Czeskiej do obsługi uczestników turystyki społecznej w świetle badań empirycznych

Dwa najtrudniejsze do obsługi segmenty turystyki społecznej to osoby niepełnosprawne i z problemami zdrowotnymi oraz osoby starsze (seniorzy 50+). To właśnie te dwa segmenty wymagają najlepszego przygotowania infrastrukturalnego oraz organizacyjnego. Stanowią one jednak znaczący potencjał rynkowy w Republice Czeskiej.

Z badań przeprowadzonych w 2011 r. przez Czeski Urząd Statystyczny wynika, że aż 18% osób w wieku produkcyjnym (15-64 lata) miało długotrwałe problemy ze zdrowiem, co daje liczbę ponad 1,3 mln obywateli. W tej grupie ponad 20% osób miało problemy z poruszaniem się, 18% to osoby z chorobami układu wewnętrznego, 4,5% to osoby z problemami psychicznymi, 3,5% to osoby niewidome lub niedowidzące, a 8 tys. osób (0,06%) ma problemy ze słuchem. Aż 45,5% osób z tej grupy to tzw. osoby ekonomicznie nieaktywne (emeryci, renciści), a 6,5% to osoby bezrobotne. Pozostałe osoby z długotrwałymi problemami zdrowotnymi pracują⁸. Ponadto prognozy Czeskiego Urzędu Statystycznego wykazują, że społeczeństwo czeskie przeżywa kryzys demograficzny i może być określone mianem społeczeństwa „starzejącego się”. Zgodnie z prognozami liczba osób w wieku powyżej 65 lat wzrośnie w Czechach do 2066 r. z 1,8 do 3,2 mln i stanowić będzie ponad 30% społeczeństwa. Tym samym znacznie spadnie liczba osób w wieku produkcyjnym (rys. 1). Oznacza to, że turystyka społeczna stanie się jednym z wiodących segmentów czeskiego rynku turystycznego.

⁸ *Zdravotní problémy populace v produktivním věku v ČR*, analiza Czeskiego Urzędu Statystycznego, [http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/1e01747a199f30f4c1256bd50038ab23/4c05dcff3cfa7a8ec12579-f30037ae56/\\$FILE/czam050412analiza.pdf](http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/1e01747a199f30f4c1256bd50038ab23/4c05dcff3cfa7a8ec12579-f30037ae56/$FILE/czam050412analiza.pdf) (4.05.2012).



Rys. 1. Prognoza demograficzna dla Republiki Czeskiej do 2066 r.

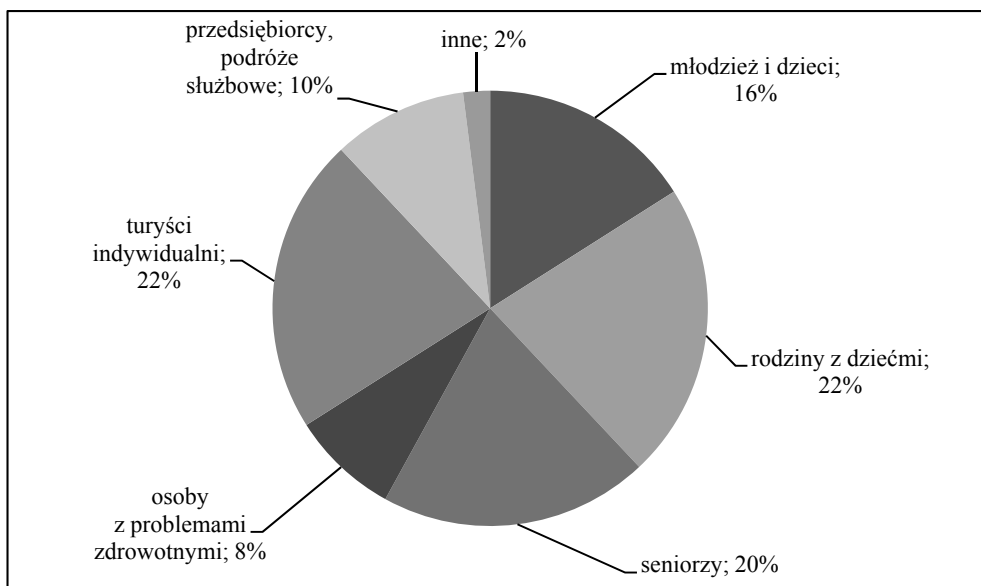
Źródło: *Zdravotní problémy...*

Przygotowanie do obsługi specjalistycznych segmentów rynku turystycznego może być elementem przewagi konkurencyjnej współczesnych przedsiębiorstw turystycznych. Szczególnie trudnymi do obsługi i wymagającymi klientami są osoby niepełnosprawne i z problemami zdrowotnymi oraz osoby starsze (seniorzy). To właśnie te grupy klientów wymagają specjalistycznej infrastruktury oraz specjalnego podejścia w tworzeniu oferty turystycznej oraz bezpośredniej obsłudze. Dlatego też jesienią 2011 r. przeprowadzono we współpracy z Wydziałem Ekonomicznym Uniwersytetu Technicznego w Libercu sondażowe badania ankietowe przedsiębiorców turystycznych funkcjonujących w województwie libereckim. Przeprowadzone na potrzeby artykułu badania miały udzielić odpowiedzi na następujące pytania:

1. Czy czescy przedsiębiorcy turystyczni są przygotowani do obsługi osób niepełnosprawnych, z problemami zdrowotnymi i osób starszych?
2. Jakie problemy napotykają przy obsłudze wspomnianych grup klientów?
3. Czy wymienione segmenty rynku są dla nich atrakcyjne pod względem ekonomicznym?

W celu uzyskania odpowiedzi na powyższe pytania badaniami w formie wywiadu kwestionariuszowego objęto 44 przedsiębiorców prowadzących działalność w sektorze turystyki w Libercu i województwie libereckim w zakresie hotelarstwa, gastronomii, organizacji imprez turystycznych, transportu turystycznego, obsługi ruchu turystycznego (punkty informacji turystycznej, muzea i atrakcje turystyczne, np. Centrum Rekreacji Babilon, ogród zoologiczny, ogród botaniczny). Większość pytań stanowiły pytania otwarte. Ponad 80% badanych przedsiębiorstw to przedsiębiorstwa prywatne. Badania przeprowadzono od października 2011 r. do lutego 2012 r.

Pierwsze pytanie dotyczyło specjalizacji w obsłudze wybranych segmentów klientów (rys. 2). Przedsiębiorcy zadeklarowali, że najczęściej obsługują rodziny



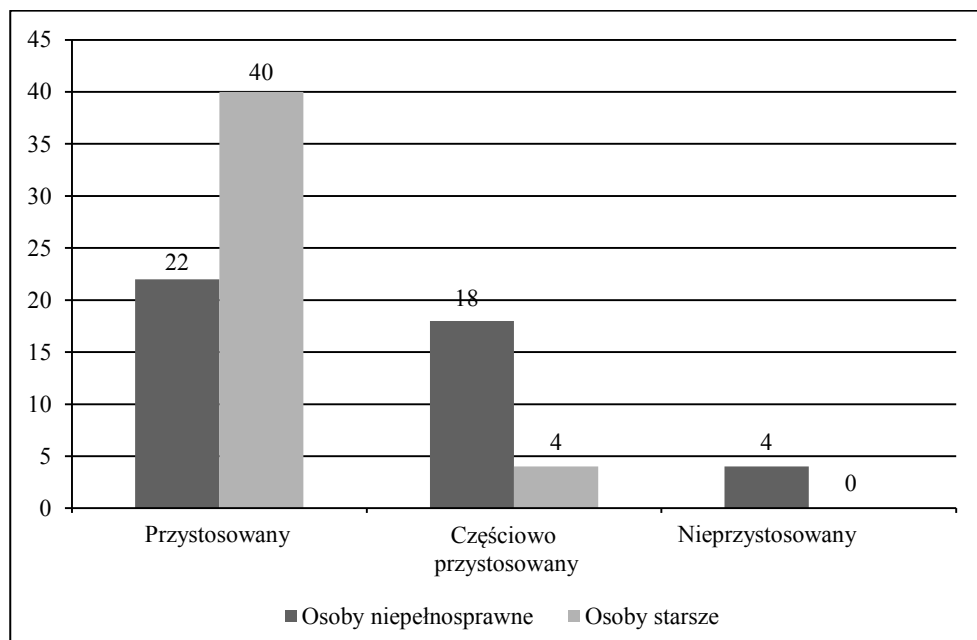
Rys. 2. Specjalizacja w obsłudze wybranych segmentów rynku

Źródło: badania własne.

z dziećmi (22%) i turystów indywidualnych (22%) oraz młodzież i dzieci (16%). W obsłudze najbardziej interesujących nas segmentów, czyli seniorów oraz osób z problemami zdrowotnymi, specjalizuje się 28% badanych przedsiębiorstw. Są to głównie obiekty hotelarskie oraz przedsiębiorstwa funkcjonujące w miejscowościach uzdrowiskowych, takich jak Lázně Libverda.

Kolejne zadane pytanie dotyczyło przystosowania i przygotowania przedsiębiorców do obsługi wskazanych segmentów rynku. W przypadku osób starszych znaczna większość badanych przedsiębiorstw stwierdziła, że jest w pełni przygotowana do obsługi tej grupy klientów. Natomiast w odniesieniu do turystów niepełnosprawnych oraz z problemami zdrowotnymi tylko połowa badanych przedsiębiorstw zadeklarowała pełne przygotowanie do obsługi tej grupy rynkowej, a 18 badanych przedsiębiorców stwierdziło, że ich oferta jest tylko częściowo dostosowana do potrzeb tej grupy turystów. Świadczy to o tym, że przedsiębiorcy mają świadomość, iż osoby z problemami zdrowotnymi wymagają znacznie bardziej rozbudowanej i przystosowanej infrastruktury oraz zaplecza materialnego odpowiadającego ich potrzebom.

Następne pytanie dotyczyło sposobu przystosowania przedsiębiorstw do obsługi tych dwóch segmentów rynku. W odniesieniu do osób starszych (50+) najczęściej wymienianym sposobem przystosowania do obsługi było oferowanie specjalnych zniżek tej grupie klientów oraz rozszerzanie już posiadanej oferty o produkty skierowane do seniorów. Na dalszych miejscach wymieniane były m.in. specjalny jadło-



Rys. 3. Przystosowanie przedsiębiorców do obsługi osób starszych oraz z problemami zdrowotnymi

Źródło: badania własne.

spis oraz oferta SPA & wellness i programy leczniczo-zabiegowe. Znacząca część przedsiębiorców zadeklarowała też, że w ostatnim czasie przeszkoliła personel z zakresu obsługi osób starszych, tak aby pracownicy wykazywali większe zrozumienie i cierpliwość w obsłudze tej grupy gości. Przedsiębiorcy deklarowali także chęć poprawy bezbarierowej dostępności swych obiektów oraz m.in. tworzenie stref dla niepalących, co w przypadku Republiki Czeskiej jest szczególnie istotne z racji bardzo liberalnych przepisów w zakresie palenia tytoniu w miejscach publicznych.

W odniesieniu do osób niepełnosprawnych i z problemami zdrowotnymi najczęściej deklarowanym sposobem przystosowania było tworzenie bezbarierowego dostępu do obiektu (46% badanych). Deklarowano także pomoc asystentów w czasie pobytu osób niepełnosprawnych w przedsiębiorstwie. Na dalszym planie wymieniały specjalne programy zniżek oraz specjalne oferty dla osób niepełnosprawnych. Zapewne związane jest to z tym, że poprzez konieczność dostosowania infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych koszty obsługi tego segmentu rynku są znacznie wyższe i oferowanie specjalnych zniżek nie jest opłacalne.

Wśród najczęściej wymienianych barier przy obsłudze osób starszych wymieniano brak współpracy z organizatorami turystyki przygotowującymi ofertę dla tych klientów (44% respondentów) oraz brak popytu ze strony osób starszych (33% respondentów). Przedsiębiorcy zwracali także uwagę, że trudno pogodzić oczekiwania

segmentu z oczekiwaniami innych gości, inni goście nie chcą towarzystwa osób starszych, a osoby starsze wymagają ciszy i spokoju, co może prowadzić do konfliktów np. z rodzinami z dziećmi (28% badanych). W odniesieniu do osób niepełnosprawnych oraz z problemami zdrowotnymi najczęstszą barierą był zbyt mały popyt ze strony tej grupy klientów (68% odpowiedzi) oraz niewystarczająca wielkość tego segmentu rynkowego (42% wskazań). Również 28% badanych stwierdziło, że obsługa tego segmentu rynku nie jest dla nich zyskowna oraz że nie współpracują z organizatorami turystyki obsługującymi ten segment rynku. Często też wskazywano na niedostosowanie infrastrukturalne przedsiębiorstwa oraz zbyt wysokie koszty takiego dostosowania w stosunku do osiągniętych przychodów.

W dalszej części badania zapytano o najpotrzebniejsze zmiany, jakich należy dokonać, aby móc sprawnie obsługiwać wspomniane grupy turystów. Najczęściej padającymi odpowiedziami były:

- konieczność przebudowy ciągów komunikacyjnych w celu zniwelowania barier dostępu, w szczególności dla osób niepełnosprawnych,
- przystosowanie pojazdów komunikacji zbiorowej do obsługi turystów niepełnosprawnych, osób starszych i z problemami ruchowymi,
- tworzenie miejsc parkingowych dostosowanych do potrzeb osób starszych i niepełnosprawnych,
- rozszerzenie finansowania pobytów turystycznych ze środków ubezpieczenia zdrowotnego,
- organizacja większej ilości imprez kulturalnych skierowanych do wymienionych segmentów odbiorców,
- tworzenie specjalnych programów rabatowych,
- konieczność szkolenia personelu w zakresie obsługi grup z segmentu turystyki społecznej.

Należy też zauważyć, że 62% badanych przedsiębiorców spotkało się z pojęciem turystyki społecznej lub je zna, jednak tylko dwóch z badanych przedsiębiorców skorzystało z zewnętrznego wsparcia w zakresie przygotowania firmy do obsługi segmentów turystyki społecznej – jeden otrzymał dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej i jeden z budżetu miasta Liberec. Ale także jedna piąta badanych przedsiębiorców współpracuje z organizacjami społecznymi wspierającymi osoby przynależące do tzw. grup słabszych (osoby starsze, niepełnosprawne, dzieci i młodzież).

5. Podsumowanie

W kontekście przeprowadzonych badań ankietowych i uzyskanych odpowiedzi należy uznać, że wdrożony przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej program Turystyka dla wszystkich, finansujący m.in. tworzenie infrastruktury na potrzeby turystów z problemami zdrowotnymi, bardzo dobrze wpisuje się w potrzeby zgłaszane przez przedsiębiorców turystycznych. Zauważając nieuchronne

zmiany zachodzące w czeskim społeczeństwie oraz śledząc trendy światowe, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego postanowiło wesprzeć działania przedsiębiorców. Zaczęto zatem postrzegać turystykę społeczną nie tylko od strony popytowej, ale także od strony podażowej. Na postawione we wstępie pytania można zatem udzielić odpowiedzi twierdzącej.

Przedsiębiorcy działający na czeskim rynku turystycznym są w znacznym stopniu przygotowani do obsługi segmentu turystyki społecznej. Mają świadomość braków infrastrukturalnych i kadrowych, które zamierzają w najbliższym czasie niwelować. Mogą również otrzymywać na swoje działania wsparcie zewnętrzne, jednak nie zawsze wiedzą, że z takiej pomocy finansowej mogą skorzystać. Nie zawsze też chcą z takiej pomocy korzystać, ponieważ każdy wspierany projekt wymaga również wkładu własnego. Organy administracji rządowej podjęły jednak działania mające na celu wsparcie strony podażowej turystyki społecznej.

Literatura

Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce, Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa 2012.

Národní program podpory cestovního ruchu (2010-2013), www.mmr.cz (4.05.2012).

Pásaková M., Zelenka J., *Cestovní ruch. Výkladový slovník*, Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha 2002.

Włodarczyk B., *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.

Zdravotní problémy populace v produktivním věku v ČR, analiza Czeskiego Urzędu Statystycznego, <http://www.czso.cz> (4.05.2012).

SELECTED ASPECTS OF SOCIAL TOURISM DEVELOPMENT IN THE CZECH REPUBLIC

Summary: Social tourism, as the peculiar phenomenon influencing global tourism development, became the focus of interest of numerous entities functioning on the tourism market. The objective of the paper is to assess Czech tourist enterprises providing services for tourists included in the social tourism sector. The paper also discusses activities undertaken by the Ministry of Regional Development in the Czech Republic aimed at supporting the supply part of social tourism market. Questionnaire surveys were conducted for the needs of the hereby paper among Czech tourist enterprises. Their results allowed for conclusions confirming the efficiency of state administration in supporting this form of tourism development.

Keywords: social tourism, the disabled, seniors, poorer social groups.