

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

304

Gospodarka turystyczna w regionie

**Rynek turystyczny – współczesne trendy,
problemy i perspektywy jego rozwoju**

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Beata Mazur
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



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 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-366-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	9
Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska , Indywidualne <i>city break</i> jako reprezentacyjny trend turystyki europejskiej w XXI wieku.....	11
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska , Rynek prywatnych apartamentów jako uzupełnienie oferty hotelarskiej w Poznaniu.....	19
Agata Balińska , Konkurencyjność Polski Wschodniej jako destynacji turystycznej w ocenie słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku SGGW.....	29
Katarzyna Bieluszko , Oczekiwania klientów hotelowych dotyczące cen w Internecie a działania hoteli na rynku elektronicznej dystrybucji.....	40
Krzysztof Celuch , Rola jednostek Convention Bureau w marketingu regionów turystycznych w Polsce.....	50
Ewa Dziedzic , Polityka kulturalna władz miejskich a rozwój turystyki.....	60
Piotr Gryszel , Wielokulturowość Dolnego Śląska jako produkt edukacyjnej turystyki kulturowej.....	69
Mikołaj Jalinik , Perspektywy rozwoju gospodarstw agroturystycznych na obszarze Puszczy Białowieskiej.....	78
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka , Rola turystyki społecznej w równoważeniu konsumpcji turystycznej.....	90
Mirosław Januszewski , Zróżnicowanie aktywności turystycznej młodzieży uczącej się w powiecie wałbrzyskim.....	103
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak , Lokalne grupy działania jako przykład współpracy sieciowej sprzyjającej tworzeniu produktu turystycznego.....	114
Zygmunt Kruczek , Znaczenie szlaków kulturowych dla rozwoju turystyki edukacyjnej.....	124
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk , Strategia <i>hands-on activity</i> w turystyce wiejskiej i jej wykorzystanie w tworzeniu edukacyjnych produktów turystycznych.....	134
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski , Apiturystyka jako forma turystyki edukacyjnej.....	144
Janusz Majewski, Marcin Idzik , Regionalne zróżnicowanie aktywności turystycznej Polaków.....	153
Andrej Malachovský, Simona Murínová , Cestovný ruch na Slovensku v kontexte vývoja v Európe.....	163
Barbara Marciszewska , Turystyka edukacyjna – kontekst społeczny i ekonomiczny.....	174

Mirosław Marczak , Branding w turystyce – przykłady wykorzystania przez narodowe organizacje turystyczne w wybranych krajach	182
Izabela Michalska-Dudek , Pojęcie, rodzaje i motywy lojalności klientów przedsiębiorstw turystycznych	191
Agnieszka Niezgoda , Prosument na rynku turystycznym – próba zdefiniowania	203
Stefan Nowak , Struktura finansowania działalności lokalnych organizacji turystycznych	211
Katarzyna Orfin , Rola platform internetowych w działaniach promocyjnych jednostek terytorialnych w zakresie turystyki	220
Eugenia Panfiluk , Analiza ekonomicznych wyników działalności inwestycyjnej w sektorze turystycznym. Studium przypadku województwa podlaskiego	230
Renata Przeorek-Smyka , Determinanty prawne zrównoważonego rozwoju turystyki w Unii Europejskiej i w Polsce. Wybrane problemy	241
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Wpływ migracji osób starszych na rynek pracy w obszarach atrakcyjnych turystycznie w Polsce.....	253
Andrzej Rapacz , Możliwości finansowania rozwoju turystyki społecznej w Polsce.....	264
Kristina Šambronská, Daniela Matušiková, Anna Šenková , Measuring service quality of hotel establishments on the base of GAP model with emphasis of dimension of service reliability	274
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Targi jako platforma bezpośredniej komunikacji branżowej (w świetle opinii zwiedzających Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro 2012).....	283
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Popyt na rynku turystyki wiejskiej w Polsce w świetle badań empirycznych	291
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specyfika turystyki edukacyjnej na obszarach chronionych. Studium przypadku polskich parków narodowych	304
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , Analiza ofert polskich touroperatorów na sezon 2012/2013 na podstawie turystyki wyjazdowej do Tunezji – jednego z najpopularniejszych kierunków wakacyjnych.....	314
Adam R. Szromek , Wskaźniki funkcji turystycznej i ich współzależność z innymi wskaźnikami ekonomicznymi na przykładzie polskiej gospodarki w latach 2000-2010	325
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Motywy uprawiania turystyki aktywnej przez studentów	339
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Ocena postaw społeczności lokalnej do rozwoju turystyki na przykładzie zwierzyńca	347
Piotr Zawadzki , <i>City placement</i> jako element promocji produktu turystycznego miast	358

Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Atrakcyjność turystyczna Buska-Zdroju w opinii jego mieszkańców.....	368
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński, Poniemie jako przykład przestrzeni o szerokich możliwościach rozwoju turystyki edukacyjnej.....	379

Summaries

Matylda Awedyk, Maciej Makarewicz, Justyna Weltrowska, Individual city break as a representative trend in the XXIst century European tourism.	18
Matylda Awedyk, Sandra Starczewska, Justyna Weltrowska, Private apartments as a complement for hotels. Case study of Poznań accommodation market.....	28
Agata Balińska, Competitiveness of eastern Poland as a tourist destination in the opinion of students of the University of the Third Age of Warsaw University of Life Sciences	39
Katarzyna Bieluszko, Customer expectations for online hotel prices and hotels activities on the e-market.....	49
Krzysztof Celuch, The role of Convention Bureaux in tourism regions marketing in Poland.....	59
Ewa Dziezic, Cultural policy of city governments vs. tourism development	68
Piotr Gryszel, Multiculturalism of Lower Silesia as a product of educational cultural tourism	77
Mikołaj Jalinik, Functioning and development prospects of agritourism farms in Białowieża municipality.....	89
Małgorzata Januszewska, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka, The role of social tourism in balancing tourism consumption	102
Mirosław Januszewski, Tourism activities diversification of the learning youth in Wałbrzyski district	113
Anna Jęczmyk, Magdalena Maćkowiak, Local Action Groups as an example of cooperation network favorable in creating a tourism product....	123
Zygmunt Kruczek, The importance of cultural routes for the development of educational tourism.....	133
Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczmyk, The strategy of hands-on activity in rural tourism and its use in creating tourism educational products.....	143
Beata Madras-Majewska, Janusz Majewski, Apitourism as a form of educational tourism.....	152
Janusz Majewski, Marcin Idzik, Regional differentiation of tourism activity of Poles.....	162
Andrej Malachovský, Simona Murínová, Tourism in Slovakia in the context of development in Europe	173

Barbara Marciszewska , Educational tourism: social and economic context	181
Mirosław Marczak , Branding in tourism: examples of its use by National Tourism Organizations (NTO) in selected states	190
Izabela Michalska-Dudek , Notion, types and motives of loyalty of tourist enterprises clients	202
Agnieszka Niezgoda , Prosumer on the tourist market – attempt to define	210
Stefan Nowak , Financial structure of Local Tourist Organizations	219
Katarzyna Orfin , Role of internet platforms in promotion activities of territorial units in the area of tourism.....	229
Eugenia Panfiluk , The analysis of economic results of investment activity in tourist sector. Case study of Podlasie Voivodeship	240
Renata Przeorek-Smyka , Law determinants of sustainable tourism development in the UE and Poland. Selected problems	252
Sławomir Pytel, Grzegorz Jankowski , Retirees and their influence on the labour market in tourists areas in Poland	263
Andrzej Rapacz , Possibilities for financing the development of social tourism in Poland.....	273
Kristína Šambronská, Daniela Matušíková, Anna Šenková , Pomiar jakości obsługi hoteli na podstawie modelu GAP z podkreśleniem wymiaru niezawodności usług.....	282
Renata Seweryn, Agata Niemczyk , Fairs as a platform of the trade direct communication (on the basis of the opinions of visitors of International Food Service Trade Fair EuroGastro 2012)	290
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska , Demand on the market of rural tourism in Poland in the light of empirical studies	302
Aleksandra Sychała, Sylwia Graja-Zwolińska , Specifics of educational tourism in protected areas. Case study of Polish national parks	313
Monika Staszek, Teresa Brzezińska-Wójcik, Andrzej Świeca , The analysis of Polish tour operators' offers for the season 2012/2013 on the basis of an outbound tourism to Tunisia – one of the most popular holiday destinations.	324
Adam R. Szromek , Indicators of tourist function and their correlation with other economic indicators on the example of Polish economy in 2000-2010..	338
Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik , Students' motivations for participation in active sport tourism	346
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek, Renata Krukowska , Evaluation of residents' attitudes to tourism development on the example of Zwierzyniec ..	357
Piotr Zawadzki , City placement as an element of town tourism product promotion	367
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Tourist attractiveness of Busko-Zdrój in the opinion of its inhabitants	378
Artur Zieliński, Krzysztof Czerwiński , Poniemie as an example of the area with the wide range of development opportunities in terms of educational tourism.....	388

Barbara Marciszewska

Akademia Morska w Gdyni

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

TURYSTYKA EDUKACYJNA – KONTEKST SPOŁECZNY I EKONOMICZNY

Streszczenie: Funkcja poznawcza turystyki, niezależnie od tego czy jest pochodną głównego motywu podróży, czy też jedynie znajduje odzwierciedlenie w indywidualnych korzyściach turysty, potwierdza istnienie więzi między turystyką w dowolnej formie a kształceniem. Wzrost znaczenia aspektu edukacyjnego w ostatnich dwu dekadach jako motywu wyjazdów turystycznych stanowi wyzwanie zarówno dla badaczy zjawisk i procesów turystycznych, jak i podmiotów odpowiedzialnych za marketing destynacji turystycznych. Turystyka edukacyjna staje się nie tylko ważnym obszarem badawczym, ale i potencjałem dla biznesu regionów i miast. Jego wykorzystanie uwarunkowane jest jednak pełniejszym zrozumieniem natury uczenia się w kontekście rozwoju turystyki. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie społecznej roli turystyki edukacyjnej, dla jej uczestników, oraz ekonomicznej, dla podmiotów sektora turystycznego i edukacyjnego na obszarze recepcji turystycznej.

Słowa kluczowe: turystyka edukacyjna, uczenie się a turystyka, ekonomiczny wymiar turystyki edukacyjnej.

1. Wstęp

Edukacyjne aspekty podróżowania jako zjawiska społecznego są istotnym czynnikiem rozwoju podaży turystycznej opartej na komponentach ukierunkowanych na nauczanie oraz popytu turystycznego kreowanego poprzez dążenie jednostki do uczenia się. Biorąc pod uwagę znany z literatury podział motywacji na wewnętrzną i zewnętrzną [Niebrzydowski 1972, s. 60], można założyć, iż uczenie się zależy od obu tych rodzajów motywów. W ślad za tą tezą należy zwrócić szczególną uwagę na motywację zewnętrzną uczenia się, która tkwi m.in. w ofercie edukacyjnej, czyli stronie popytowej turystyki edukacyjnej. Istnieją jednak poglądy, które wskazują również inne oddziaływanie motywacji zewnętrznej: „Ujemne znaczenie motywacji zewnętrznej (oddziaływania i polecenia innych osób, nagrody pieniężne itd.) polega na tym, że na dłuższą metę [...] zmniejsza ciekawość poznawczą czy bezpośrednie zainteresowanie daną dziedziną działalności” [Gracz, Sankowski 2001, s. 120]. Powyższe stwierdzenie w odniesieniu do aktywności edukacyjnej podczas

pobyty turystycznych może sugerować potrzebę „kontrolowanego” formułowania oferty takich wyjazdów, aby funkcja poznawcza była źródłem nowego – doświadczeń, wiedzy, umiejętności.

Poznawczy komponent turystyki – niezależnie od tego, czy jest zawarty w motywie podróży, czy też jedynie pojawia się w indywidualnych korzyściach turysty, odzwierciedla istnienie więzi między turystyką i edukacją, kształceniem. Rozwój tego ostatniego aspektu (szczególnie w obecnym stuleciu) jako motywu wyjazdów turystycznych stanowi wyzwanie zarówno dla badaczy zjawisk i procesów turystycznych, jak i podmiotów odpowiedzialnych za marketing destynacji turystycznych. Turystyka edukacyjna staje się nie tylko ważnym obszarem badawczym, ale i potencjałem dla biznesu regionów i miast. Jego wykorzystanie uwarunkowane jest jednak pełniejszym zrozumieniem natury uczenia się w kontekście rozwoju turystyki [Falk i in. 2012, s. 900]. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie społecznej roli turystyki edukacyjnej, dla jej uczestników, oraz ekonomicznej, dla podmiotów sektora turystycznego i edukacyjnego obszaru recepcji turystycznej.

2. Istota zjawiska – formułowanie pojęcia

Pytania nurtujące badacza turystyki, odnoszone do jej związków z edukacją, mogą dotyczyć różnych aspektów aktywności w ramach zarówno jednego sektora (turystyki), jak i dwóch (turystyki i edukacji). Jak można zdefiniować zjawisko podróży w celach edukacyjnych? Czy jego istota zawiera się w pojęciu turystyki edukacyjnej i wyczerpuje je? Jaka jest relacja funkcji poznawczej turystyki w dowolnej formie do istoty turystyki edukacyjnej? Próba poszukiwania odpowiedzi na powyższe pytania jest podstawowym problemem niniejszego artykułu.

Analiza istoty zjawiska turystyki edukacyjnej może być przeprowadzona następującymi metodami naukowego myślenia:

- poprzez próbę zdefiniowania zjawiska na podstawie funkcjonującego w literaturze określenia dowolnej formy turystyki, wywodzącego jej istotę z motywów i celów podróżowania; w tym podejściu istota turystyki edukacyjnej jest odzwierciedleniem edukacyjnej funkcji dowolnej formy turystyki;
- poprzez pryzmat każdej aktywności (zarówno tej, dla której podjęto decyzję o podróży, jak i uczenia się „przy okazji”);
- poprzez próbę określenia celów dydaktycznych założonych w ofercie edukacyjnej, której realizacja wymaga niejednokrotnie wyjazdów osób świadczących usługi edukacyjne w miejscowościach oddalonych od miejsca stałego zamieszkania zarówno ich samych, jak i słuchaczy-turystów.

To ostatnie podejście do definiowania istoty zjawiska turystyki edukacyjnej uprawnia do skorzystania z rozumienia istoty turystyki naukowej prezentowanego przez J. Kosiewicza [2011, s. 59-77]: „Turystyka naukowa jest to podróżowanie związane z konkretną aktywnością profesjonalną, to znaczy z uprawianiem nauki. W tym sensie – a więc w ujęciu ogólnym – nie różni się od innych form turystyki,

które kojarzone są z działalnością zawodową, na przykład w zakresie polityki, biznesu (turystyka biznesowa)” [Kosiewicz 2011, s. 59]. Wyjazdy w celach dydaktycznych charakteryzują się zatem dychotomią: z jednej strony stanowią chyba najbardziej istotny komponent podaży turystyki edukacyjnej, z drugiej zaś dla nauczyciela są aktywnością zawodową.

Spośród prezentowanych powyżej podejść do istoty turystyki edukacyjnej pierwsze w szczególności wiąże jej istotę z motywami i celami wyjazdu, „zubożając” ją tym samym o te efekty edukacyjne, które powstają niezależnie od pierwotnych zamierzeń turysty, odzwierciedlonych w jego motywach podróży. Najszerszy potencjalnie zakres efektów edukacyjnych zawiera druga koncepcja rozumienia turystyki edukacyjnej; uwzględnia ona zarówno korzyści edukacyjne wynikające z celów wyjazdu, jak i wszystkie inne wartości poznawcze, emocjonalne, a także informacje pozyskane podczas podróży i pobytu w miejscowości turystycznej (w sensie wąskim lub szerokim). Tak interpretowana istota turystyki edukacyjnej przybliżyła ją do funkcji dowolnej formy turystyki; chodzi tu nie tylko o funkcję edukacyjną, ale i poznawczą czy naukową. Uczestnictwo w turystyce powoduje, iż „W sposób niemal samoczynny pojawia się [...] zwielokrotniona ciekawość **poznawcza**” [Lipiec 2008, s. 29]. Będąc turystą, musimy podróżować; aktywność ta – według niektórych autorów – to przede wszystkim czynność poznawcza [Podemski 2005, s. 104]. Element uczenia się tkwi więc w dowolnej formie turystyki.

3. Edukacyjny motyw wyjazdów turystycznych – ewolucja poglądów

- Prowadzone w Polsce badania naukowe, których przedmiotem jest turystyka, nie należą do bogatych, ale pozwalają spojrzeć z dłuższej perspektywy na motywy uprawiania turystyki. K. Lubański [1987], opierając się na wynikach badań przeprowadzonych wśród młodzieży, wskazywał następujące motywy uprawiania turystyki [za: Gracz, Sankowski 2001, s. 125]: motyw wypoczynku,
- motyw zmiany otoczenia,
- motyw przeżycia (emocjonalny),
- motyw współuczestnictwa,
- motyw poznawczy,
- motyw samorealizacyjny,
- motyw zdrowotny.

Motyw edukacyjny nie został wśród powyższych wymieniony enumeratywnie; błędem byłoby jednak sądzić, iż turystyka lat osiemdziesiątych nie służyła edukacji. Wydaje się, iż funkcja edukacyjna bezpośrednio wiąże się z chęcią poznawania, a więc współtowarzyszy funkcji poznawczej. Wąska interpretacja miejsca edukacji w turystyce sugerowałaby, że turystyka edukacyjna jako zjawisko rozwinęła się dopiero wtedy, gdy uczenie się i nauczanie poza miejscem stałego za-

mieszkania stało się głównym motywem podróżowania. Niedostatek takiego rozumienia turystyki edukacyjnej tkwi w tym, iż pomija ono społeczno-edukacyjne korzyści turystów wyjeżdżających z domu w najróżniejszych celach, a wracających bogatszych o nową wiedzę, przeżycia, informacje. O racji krytycznego podejścia do tego węższego interpretowania turystyki edukacyjnej świadczą m.in. wyniki badań turystyki kulturowej w Europie prowadzonych od początku lat dziewięćdziesiątych. „Turyści kulturowi mogą dowiedzieć się o kulturze destynacji i posiadać doświadczenie związane z kulturą w różny sposób, w zależności od formy kultury, którą konsumują” [Richards 2001, s. 7]¹. Wśród najczęściej wskazywanych przez turystów motywów (oraz korzyści) wyjazdów w celu uczestniczenia w kulturze były: *to learn new things* (uczenie się nowych rzeczy) oraz *to experience* (zdobywanie doświadczeń) [Richards 2001, s. 47]. To zjawisko stanowi pewną przeciwwagę do konsumpcji wytworów kultury poprzez media, które w ostatnich latach „służyły głównie konsumpcji” [Shirky 2010, s. 286]. Turystyka kulturowa jest więc jednocześnie turystyką edukującą.

Inne klasyfikacje – zarówno z ostatnich lat XX stulecia, jak i z obecnego wieku – także w zasadzie nie wskazują wprost na miejsce edukacyjnych motywów w procesie podejmowania decyzji o wyjeździe turystycznym. R. Winiarski [1988] mówi o motywie poznawczym, a K. Przeclowski [1996] zwraca uwagę na motyw wyjazdu związany z uprawianiem turystyki w szerokim tego słowa znaczeniu, np. nauka, biznes, handel, sport, kongres, konferencje, pielgrzymki, odwiedziny krewnych i znajomych. Współczesne procesy polityczne (m.in. otwarcie granic) oraz globalizacyjne ukształtowały nowe potrzeby konsumentów i nowe motywy uprawiania turystyki. Wśród nich znajduje się motyw edukacyjny, który w Polsce rozwijał się w szczególnie szybkim tempie po akcesji do Unii Europejskiej w 2004 r., w związku z nasileniem się potrzeby nauki języków obcych (głównie angielskiego). Ponadto uczelnie w krajach zachodniej Europy stały się dostępne polskim studentom w szerszym zakresie, co powodowało wzrost liczby wyjazdów również do jednego roku.

4. Społeczno-ekonomiczny kontekst rozwoju turystyki edukacyjnej

Określenie roli turystyki edukacyjnej w kontekście społecznym i ekonomicznym wymaga zrozumienia jej jako komponentu i efektu podróży (pochodnego motywu i uczestnictwa). J.H. Falk i inni [2012, s. 913-915], podejmując próbę zdefiniowania uczenia się i jego związków z rozwojem doświadczeń turysty, wskazują kilka cech uczenia się, ważnych dla jego analizy w kontekście podróżowania. Należą do nich:

1. Uczenie się jest procesem trwającym przez całe życie i w różnych jego aspektach (obszarach).

¹ Tłumaczenie własne autorki artykułu.

2. Uczenie się jest zarówno procesem jak i produktem.
3. Efekty uczenia się są indywidualnie uwarunkowane.
4. Uczenie się jest procesem „konstruowania znaczeń”.
5. Uczenie się jest zależne od kontekstu.
6. Uczenie się jest procesem kumulatywnym.
7. Uczenie się może być zabawą.

Autorzy podkreślają, iż podróżowanie pozytywnie wpływa na rozwój wiedzy i umiejętności oraz praktycznego wykorzystania powyższych atutów. Istnienie takiej zależności sugeruje, że uczenie się podczas wyjazdu turystycznego (niejako dzięki niemu) oparte jest (przynajmniej w wielu przypadkach) na zasadzie dobrowolności, bo turystyka podejmowana jest dobrowolnie. Warunek ten staje się więc swoistym czynnikiem „sukcesu” odbieranego przez pryzmat uczenia się jako produktu, który może kształtować się przy okazji uprawiania dowolnej formy turystyki. Uczenie się turysty opiera się zaś albo na jego zaangażowaniu w ten proces, albo na „automatycznym” przyswajaniu wiedzy i/lub nowych umiejętności. W tym zakresie uczenie się wymaga:

- nawiązania relacji społecznych oraz relacji z atrakcjami turystycznymi [Moscardo 2000, s. 5] w miejscu pobytu turystycznego; Przeclawski [2006, s. 13] podkreśla, iż „Turystyką w szerokim znaczeniu jest całokształt zjawisk ruchliwości [...] związanych z [...] z wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym”;
- pozytywnego doświadczenia poturystycznego, „wartościującego” to, czego nauczono się podczas wyjazdu turystycznego;
- „innego” doświadczenia: gdy turysta podróżuje w celach edukacyjnych do miejsc upamiętniających katastrofy czy wydarzenia związane z zagładą (*dark tourism*) [Cohen 2011, s. 194-195];
- właściwych metod przekazu werbalnego i niewerbalnego wszelkich informacji, co warunkuje ich przyswajalność.

Rozpoznanie powyższych komponentów to proces badań naukowych i marketingowych oparty na zastosowaniu uprawnionych metod, angażujących nie tylko badacza, ale i turystę, w zakresie umożliwiającym identyfikację jego zachowań oraz ich konsekwencje. Rozwój nowych metod badawczych powoduje aktywne zainteresowanie ich zastosowaniem do analizy zjawisk i procesów w turystyce. Należą do nich m.in. metody oparte na wizualizacji lub wizualizacji i uczestnictwie w określonej aktywności, które stanowią alternatywę dla badań opartych na opisie i liczbach wyrażających znaczenia, których tekst nie jest w stanie wyrazić [Rydzik i in. 2013, s. 284]. Metody te mogą być bardzo efektywne w badaniu turystyki edukacyjnej, gdyż jej uczestnicy mają istotny (aktywny) wpływ na przebieg procesu badawczego nie tylko poprzez kreowanie materiału wizualnego, ale i jego interpretację. Ta ostatnia zaś będzie istotnym komponentem w procesie marketingu destynacji turystycznej [Marciszewska, Marciszewski 2011] – również takiej, która oferuje produkty i procesy edukacyjne.

Uczenie się nie jest jedynie motywem, składnikiem czy efektem podróży; stanowiąc nierozzerwalną jedność z aktywnością turystyczną, wyznacza kierunek jej rozwoju, a tym samym kształtuje podażową stronę rynku turystycznego.

5. Ekonomiczne tło edukacji poprzez turystykę

Jak już wspomniano, edukacyjne komponenty turystyki nadają jej specyficzny charakter: tworzą unikatowe pole do rozwoju człowieka-turysty dzięki jego chęci i sposobności uczenia się z jednej strony oraz edukacyjnym „zasobom” turystyki z drugiej. Wzajemne relacje turystyki i edukacji umocniły nie tylko atrakcyjność produktu dla współczesnego turysty oczekującego od wyjazdu czegoś więcej niż wypoczynku; wyodrębnił się nurt myśli naukowej badającej turystykę edukacyjną, choć zakres tych badań (przynajmniej w Polsce) jest ciągle ubogi. Ich wyniki są warunkiem rozpoznania uwarunkowań rozwoju tej formy produktu turystycznego, którego konsumpcja przekłada się na efekty społeczne, kulturowe, ekonomiczne. N. Vanhove [2005, s. 11-19]² zidentyfikował następujące *cechy ekonomiczne* turystyki jako działu gospodarki:

- produkt turystyczny jest czymś więcej dla turysty niż sumą usług,
- turystyka jest działalnością usługową,
- produkty turystyczne są nietrwałe,
- sezonowość popytu turystycznego,
- współzależność produktów turystycznych,
- względnie niski poziom kosztów inwestycyjnych, lecz wysokie koszty stałe,
- turystyka charakteryzuje się wysokim tempem wzrostu,
- wysoka elastyczność dochodowa,
- dominacja małych i średnich przedsiębiorstw.

Odniesienie tych cech do turystyki edukacyjnej powoduje określone trudności w stwierdzeniu ich występowania. Wynika to m.in. z faktu, iż – jak wspomniano – w Polsce brak jest badań, w których turystyka edukacyjna stanowi ich przedmiot w wieloaspektowym ujęciu. Ponadto każda z powyższych cech jest odzwierciedleniem oddzielnego zjawiska ekonomicznego, którego przebieg należy analizować w czasie. Z powyższego wynika więc, że jeśli badania turystyki edukacyjnej zostaną podjęte (w wielu aspektach), to identyfikacja – przynajmniej niektórych – czynników ekonomicznych wyodrębnionych przez Vanhove’a w odniesieniu do turystyki oraz sprawdzenie ich występowania w turystyce edukacyjnej wymaga obserwacji wieloletniej. Jednakże, opierając się na teorii turystyki, można z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, iż turystyka edukacyjna charakteryzuje się następującymi cechami ekonomicznymi:

- jej produkt zawiera potencjał nowych doświadczeń (również negatywnych), które – jeśli są oczekiwane – są czynnikiem popytotwórczym;

² Tłumaczenie własne.

- działalność podmiotów oferujących produkty zawierające rdzeń edukacyjny opiera się zwykle na współpracy co najmniej dwóch sektorów – turystycznego i edukacyjnego;
- aktualność (trwałość) oferty produktów turystycznych z elementami edukacyjnymi zdeterminowana jest czasem (zarówno podjęcia decyzji nabywczej, jak i „użyteczności” efektów uczenia się);
- sezonowość popytu turystycznego jest złagodzona, gdy motywem wyjazdu jest uczenie się, a jego proces i efekt nie zależą od zjawisk charakterystycznych dla „szczytu” sezonu;
- istnieje współzależność produktów turystyki edukacyjnej względem siebie, co najmniej w relacji: komponent uczenia się jako motyw podróży – dostępność odpowiedniej oferty;
- wysoka elastyczność dochodowa;
- oferta tworzona jest nie tylko przez małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne; podmioty edukacyjne „współtworzą” ten segment rynku turystycznego;
- ekonomiczne czynniki popytu na produkty turystyki edukacyjnej to: dochody, czas, ceny tych produktów.

6. Podsumowanie

Wobec różnego zakresu interpretacyjnego zjawiska turystyki edukacyjnej określenie jej udziału w tworzeniu PKB może być trudne. Przyjęcie zaś za punkt wyjścia tego szacunku tezy, iż każda forma turystyki jest kształcąca [Williams 2010], może uniemożliwić wiarygodny rachunek wpływu edukacyjnych komponentów produktu turystycznego na wzrost ekonomiczny destynacji turystycznej; możliwe do oceny wydają się jednak wybrane aspekty jej rozwoju ekonomicznego, np. zwiększenie dostępności lokalnej społeczności do określonych form kształcenia czy pobudzanie popytu na dobra i usługi przez konsumpcję przyjeżdżających turystów. Z punktu widzenia turysty ekonomiczna wartość dodana wynikająca z uczenia się podczas pobytu turystycznego może być porównana z korzyścią wynikającą z każdej innej formy aktywności w czasie wolnym i należy ją traktować jako inwestycję w człowieka, służącą rozwojowi kapitału ludzkiego.

Literatura

- Cohen E.H., *Educational Dark Tourism at an in Populo Site. The Holocaust Museum in Jerusalem*, “Annals of Tourism Research” 2011, vol. 38, no. 1, s. 193-209.
- Falk J.H., Ballantyne R., Packer J., Benckendorff P., *Travel and Learning: A Neglected Tourism Research Area*, “Annals of Tourism Research” 2012, vol. 39, no. 2, s. 908-927.
- Gracz J., Sankowski T., *Psychologia w rekreacji i turystyce*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań 2001.

- Kosiewicz J., *Protreptikos – zachęta do turystyki naukowej*, „Folia Turistica” 2011, nr 24, s. 59-77.
- Lipiec J., *Filozofia turystyki*, [w:] *Turystyka w naukach humanistycznych*, red. R. Winiarski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 13-32.
- Marciszewska B., Marciszewski K., *Promocja destynacji turystycznej za granicą. Odyseja Turystyczna – nowe trendy w turystyce*, <http://www.gdansk4u.pl/odyseja/materialy>, dostęp: 15.03.2013.
- Moscardo G., *Cultural and Heritage Tourism. The Great Debates*, [w:] *Tourism in the 21 century. Lessons from experience*, red. B. Faulkner, G. Moscardo, E. Laws, Continuum, London–New York, 2000, s. 3-17.
- Niebrzydowski L., *Wpływ motywacji na uczenie się*, NK, Warszawa 1972.
- Przeclawski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, ALBIS, Kraków 1996.
- Przeclawski K., *Społeczny wymiar turystyki*, [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek – przestrzeń – przedsiębiorstwo*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006, s. 13-21.
- Richards G. (red.), *Cultural Attractions and European Tourism*, CABI Publishing, Wallingford 2011.
- Rydzik A., Pritchard A., Morgan N., Sedgley D., *The Potential Of Arts-Based Transformative Research*, “Annals of Tourism Research” 2013, vol. 40, s. 283-305.
- Shirky C., *Dżin, telewizja i nadwyżka kognitywna*, [w:] *Ekonomia kultury. Przewodnik krytyki politycznej*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2010.
- Vanhove N., *The Economics of Tourism Destinations*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford 2005.
- Williams P., *Educational Tourism: Understanding The Concept*, Recognising The Value, 2010. <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational%20Tourism:%20Understanding%20the%20Concept,%20Recognising%20the%20Value#All%20tourism%20is%20educational>, dostęp: 14.04.2013.

EDUCATIONAL TOURISM: SOCIAL AND ECONOMIC CONTEXT

Summary: The educational tourism is generally an overlooked field of research as well as sub-sector of the tourism market in Poland. Little attention is also paid to a role of education for tourism development and destination management. This is probably due to the lack of understanding the concept of educational tourism and its economic value. This article presents approaches to understanding an educational tourism and attempts to explain how travelers and tourists could be motivated by a desire to learn; it is suggested that even where this is not the primary reason for travel an educational function education is an important factor of a change in socio-economic sense. The significant role of the education tourism is described based on literature review, with particular emphasis on its social influence, as well as its impact on a visitor and destination economies. It is also suggested that destination management requires more effective marketing which could emphasize a value of education as a demand-stimulating factor.

Keywords: educational tourism, learning and tourism, economic aspect of educational tourism.