

Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Katedra Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną

Wybrane aspekty turystyki społecznej w Polsce i Republice Czeskiej. Analiza komparatystyczna

Wstęp

W ostatnim czasie coraz więcej mówi się w Europie o turystyce społecznej jako środka realizacji różnych celów gospodarczych i społecznych. Powszechnie twierdzi się, że poszerzenie dostępu do turystyki poprzez propagowanie aktywności turystycznych wśród społeczeństwa oraz włączanie do niej tych grup społecznych, które mają trudności w samodzielnym w niej uczestnictwie, przynosi wiele korzyści. Przyczynia się nie tylko do wyrównywania szans i poziomu życia obywateli w danym kraju, ale również do rozwoju gospodarki turystycznej, wzmocnienia strony podażowej rynku turystycznego, aktywizowania miejscowości i regionów turystycznych, a tym samym do tworzenia dodatkowych możliwości zatrudnienia, co jest jednym z głównych celów strategii lizbońskiej.

Powszechnie wiadomo, że rozwój turystyki społecznej może się odbywać dzięki szerokiemu jej wsparciu przez rządy i jednostki samorządu terytorialnego, a także głębokiemu zaangażowaniu podmiotów gospodarczych działających w turystyce w realizację idei „turystyki dla wszystkich”. W różnych krajach Unii Europejskiej różnie jest to zorganizowane. W zależności od przyjętych rozwiązań można mówić o modelach turystyki społecznej. Modele te są opisywane i analizowane w literaturze dotyczącej problematyki zarządzania turystyką. Najczęściej przytacza się przykłady państw, których władze publiczne angażują się w rozwój turystyki społecznej. Są to: Belgia, Francja, Włochy, Grecja, Hiszpania, Portugalia i Słowenia. Stosunkowo mniej informacji można znaleźć na temat tych krajów, w których nie istnieje systemowe podejście w zakresie wsparcia turystyki społecznej, choć mają miejsce pewne określone (czasami jednostkowe) działania ukierunkowane na to wsparcie. Do takich krajów należy m.in. Polska i Czechy. Zapelniając tę lukę, autorzy artykułu postawili sobie trudne zadanie porównania rozwiązań i działań wspierających turystykę społeczną w wymienionych państwach, podejmowanych zarówno na poziomie

makro, tj. kraju, jak i mikro, tj. przedsiębiorstwa turystycznego. Dla potrzeb realizacji celu podjęto badania polegające z jednej strony na studiowaniu literatury dotyczącej analizowanego problemu oraz analizie dokumentów polityki turystycznej Polski i Czech, z drugiej natomiast na ankietowaniu przedstawicieli podmiotów oferujących usługi turystyczne.

Podstawową przyczyną rosnącego znaczenia turystyki społecznej jest z jednej strony świadomość istnienia w społeczeństwach warstw albo wykluczonych z udziału w turystyce, albo mających określone trudności z realizacją potrzeb turystycznych, a z drugiej zmiany demograficzne wpływające na powiększanie się liczebności grup społecznych o ograniczonym dostępie do turystyki. Z danych EUROSTATU i opublikowanego przez Komisję Europejską Eurobarometru wynika wprawdzie, że w 2008 r. prawie 67% mieszkańców Europy podróżowało, ale w przypadku tylko 58% z nich pobyt turystyczny poza domem obejmował co najmniej cztery nocegi (Bélanger 2011). Około 40% obywateli Europy nie wyjeżdża na wakacje, chociaż sytuacja w tym zakresie jest znacznie zróżnicowana w poszczególnych krajach. O ile w Szwecji ponad 85% obywateli podejmuje dłuższe wyjazdy turystyczne (co najmniej 4 nocegi poza domem), o tyle w Bułgarii, Rumunii oraz krajach nadbałtyckich (Estonia, Litwa i Łotwa) dotyczy to tylko 20% mieszkańców. Co więcej, we wszystkich krajach UE istnieją nadal liczne grupy obywateli „wykluczonych” z turystyki. Wśród przyczyn tego wykluczenia wymienia się m.in.: stan zdrowia, wiek, względy rodzinne i osobiste, zawodowe, przyczyny natury ekonomicznej (finansowe). Stąd też rosnące zainteresowanie państw Unii Europejskiej i Komisji Europejskiej rozwojem turystyki społecznej i zaproponowanie nowego podejścia, wyrażonego w sformułowaniu „turystyka dla wszystkich”.

W ostatnich dziesięcioleciach w Europie wyraźnie zaznaczyła się tendencja starzenia się społeczeństw. W krajach europejskich co 7. osoba jest w wieku powyżej 65 lat, podczas gdy liczba osób w przedziale 0–19 lat wyraźnie się zmniejsza. Obserwuje się również spadek przyrostu naturalnego oraz wydłużanie trwania życia, w związku z czym relatywny ciężar głównych grup zależnych w społeczeństwie, czyli dzieci i młodzieży oraz osób starszych przesuwają się wyraźnie w kierunku tych ostatnich. Problem starzenia się społeczeństw stał się tak ważny, że WHO w 2002 r. zaprezentowało w Madrycie *Ramową Politykę Dotyczącą Aktywnego Starzenia się*. Przyjęto również dwa dokumenty: *Deklarację Polityczną* i *Międzynarodowy Plan Działania Dotyczący Aktywnego Starzenia się*. Oba zawierają przesłanie skierowane do społeczeństw świata, aby wzmacniały zachowania społeczne nakierowane na pełną akceptację i możliwości rozwoju osób starszych (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce* 2010). Ten sam problem dotyczy porównywanych w tym artykule dwóch krajów. *Prognoza demograficzna dla Polski do 2035 r.* wskazuje, że liczba osób starszych (pow. 65 lat) w polskim społeczeństwie ciągle rośnie i w 2030 r. osiągnie udział około 24%. Podobnie *Prognoza demograficzna dla Republiki Czeskiej do 2066 r.* przewiduje, że odsetek osób starszych w 2030 r. przekroczy tam 25%. Według badań GUS z 2009 r., liczba osób niepełnosprawnych w Polsce wynosiła 4,2 mln, co stanowi ponad 12% społeczeństwa (www.niepelnosprawni.gov.pl). Podobne badania przeprowadził czeski urząd statystyczny (Český statistický úřad); okazało się, że w 2007 r. na 10,3 mln mieszkańców Republiki Czeskiej było ponad 1 mln osób z różnym stopniem niepełnosprawności, czyli 9,9% mieszkańców (Witner 2008).

Pojawiają się zatem pytania: czy kraje, których analiza niniejsza dotyczy, są przygotowane do takich zmian po stronie popytowej rynku turystycznego? Czy podmioty podaży są w stanie przygotować ofertę odpowiadającą oczekiwaniom segmentów turystyki społecznej i czy potrafią takim produktem zarządzać? Autorzy podjęli próbę odpowiedzi na powyższe kwestie.

Pojęcie turystyki społecznej

Pierwsze definicje tego zjawiska pojawiły się w latach 50. XX w., a przełom pierwszej i drugiej dekady XXI w. zaowocował obfitością artykułów naukowych oraz dokumentów podejmujących ten problem (tab. 1).

Nie ma jednomyślności w definiowaniu kategorii *turystyka społeczna*. Komisja Europejska definiuje turystykę społeczną jako działalność organizowaną 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 społeczeństwa (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce 2010*). Bardzo dokładnie pojęcie turystyki społecznej ujął B. Włodarczyk (2010), wg którego turystyka społeczna to rodzaj (forma) 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.). W zaktualizowanej w 2010 r. definicji, Międzynarodowe Biuro Turystyki Społecznej (Bureau International du Tourisme Social – BITS, OITS-ISTO), pod pojęciem turystyki społecznej rozumie związki i zjawiska dotyczące udziału zarówno mieszkańców krajów docelowych, jak i turystów, nieuprzywilejowanych grup społecznych lub tych, którzy z jakiegokolwiek innej przyczyny nie mogą uczestniczyć w turystyce i wynikających z niej korzyściach. Zgodnie z tą definicją następuje poszerzenie grup beneficjentów tej formy turystyki. Nie są to już wyłącznie warstwy społeczne o niskich dochodach, lecz wszyscy, którzy mogą czerpać korzyści z udziału w turystyce, co odpowiada idei „turystyka dla wszystkich”.

Ciekawe jest porównanie podejść do rozumienia pojęcia turystyka społeczna w Polsce i Republice Czeskiej. W Polsce, zgodnie z Raportem Ministerstwa Sportu i Turystyki pt. *Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, przyjmuje się definicję zaproponowaną przez Komisję Europejską i akceptuje podejście Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego do turystyki społecznej jako wyrazu powszechnego prawa do udziału w turystyce oraz prawa do wolnego czasu i wypoczynku. Turystyka społeczna jest zatem praktyczną formą realizacji praw, o których wspomniano.

Jeśli chodzi natomiast o Republikę Czeską, to wyjaśnienia pojęcia turystyka społeczna należy szukać w *Słowniku pojęć turystycznych* (Pásaková, Zelenka 2002), gdzie znajdują się dwa hasła, a mianowicie:

- turystyka reglamentowana (*vázaný cestovní ruch*, ang. *articled tourism, bound tourism, social tourism*) – jest to turystyka, której uprawianie jest uzależnione 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.
- turystyka socjalna (*sociální cestovní ruch*)¹ – autorzy słownika stwierdzają, że jest ona odmianą turystyki reglamentowanej i można ją określić jako wyodrębnioną formę

¹ 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.

Tab. 1. Definicje turystyki społecznej

Autor	Definicja
W. Hunziker (1951, 1957)	Turystyka społeczna to ogół stosunków i zjawisk wynikających z uczestnictwa w podróżach turystycznych przez słabsze ekonomicznie lub w inny sposób poszkodowane warstwy społeczne (1951). Określony typ turystyki polegający na udziale ludzi o niskich dochodach, dostarczający im usług szczególnego rodzaju (1957).
Z. Filipowicz (1965)	Turystyka socjalna oznacza pomoc finansową dla jednostek lub grup społecznie wartościowych, a ekonomicznie słabych. Jest to np. turystyka dla członków związków zawodowych (zły stan zdrowia, wysoki stan rodzinny, niski poziom zarobkowy) – ujęta w system łącznego pokrywania kosztów: pracownik + zakład + związki zawodowe (system celowego oszczędzania); turystyka młodzieży – dotowana w wysokości dopełnienia do pełnych kosztów – przez szkoły lub zakłady pracy; turystyka członków organizacji społecznych (zniżki).
T. Sajewski (1984)	Turystyka społeczna w szerokim znaczeniu to każde przedsięwzięcie turystyczne, w którym uczestnictwo dofinansowane jest ze środków jakichkolwiek funduszy społecznych. To turystyka dotowana z funduszy społecznych.
Komisja Europejska (1993)	Turystyka socjalna jest organizowana w niektórych krajach przez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, której celem jest umożliwienie podróżowania jak największej liczbie ludzi, w szczególności osobom należącym do najmniej uprzywilejowanych grup społeczeństwa.
R. Łazarek (2005)	Turystyka socjalna oznacza taką formę turystyki, w której biorą udział warstwy społeczne o niskich dochodach, przy czym udział w tej formie turystyki ułatwiają świadczenia socjalne oraz inne ułatwienia dotyczące zarówno popytu, jak i podaży turystycznej.
Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (2006)	Turystyka socjalna to wszelka działalność spełniająca poniższe warunki: – sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia korzystanie w pełni z prawa do turystyki, – określone podmioty podejmują działania na rzecz likwidacji lub ograniczenia barier uniemożliwiających zainteresowanym osobom korzystanie z turystyki, – powyższe działania są skuteczne i faktycznie umożliwiają określonej grupie osób udział w turystyce w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, dostępności i solidarności.
L. Minnaert, R. Maitland, G. Miller (2006)	Turystyka społeczna to turystyka z wartością dodaną o charakterze etycznym, przynosząca korzyści zarówno społecznościom przyjmującym turystów, jak i turystom, wynikające z wymiany turystycznej.
OITS – ISTO, BITS (2003, 2010)	Całością stosunków i zjawisk, wynikający z uczestnictwa w turystyce warstw społecznych o skromnych dochodach. To uczestnictwo staje się możliwe bądź ułatwione przez wyraźnie określone środki o charakterze społecznym (2003). Związki i zjawiska dotyczące udziału zarówno mieszkańców krajów docelowych, jak i turystów, nieuprzywilejowanych grup społecznych lub tych, którzy z jakiegokolwiek innej przyczyny nie mogą uczestniczyć w turystyce i wynikających z niej korzyściach (2010).
B. Włodarczyk (2010)	Turystyka społeczna to rodzaj (forma) turystyki 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.)

Źródło: opracowanie na podstawie: Hunziker (1952), Minnaert, Maitland, Miller (2006), Minnaert, Maitland, Miller (2011), Zawistowska (2009), Włodarczyk (2010), *International Social Tourism Organisation Statutes* (2003, 2010).

turystyki, gdzie część albo całość nakładów na podróżowanie osób społecznie najmniej uprzywilejowanych (wysoki wiek, niskie dochody, fizyczne albo psychiczne upośledzenie) albo uczestników programów motywacyjnych pokrywają różne instytucje, państwo, pracodawcy, fundacje itp.

Analizując przedstawione definicje, można stwierdzić, że podejście do problemu turystyki społecznej w Polsce i Republice Czeskiej nieco się różni. Różnice te dotyczą przede wszystkim definicji słownikowych i podręcznikowych, ale w dokumentach programowych oba kraje wykorzystują definicję BITS. W obu krajach wymienia się też podobne grupy beneficjentów wsparcia w ramach turystyki społecznej (tab. 2). Działania prowadzone w Polsce skłaniają się ku idei turystyki dla wszystkich, natomiast działania władz czeskich prowadzą ku turystyce w ujęciu socjalnym, chociaż podtytuł rządowego programu sformułowano jako *Turystyka dla wszystkich*. Analizując w dalszej części artykułu działania podmiotów czeskich na rynku turystyki socjalnej, można będzie znaleźć uzasadnienie dla tak sformułowanej tezy.

Podsumowując, należy podkreślić, że pojęcie turystyki społecznej nie jest pojęciem jednoznacznym. Stosunkowo często utożsamiane jest z turystyką socjalną. Choć, jak wskazuje nowelizacja podejścia BITS do turystyki społecznej, zauważa się upowszechnianie się szerokiego rozumienia tego pojęcia. Turystyki społecznej nie należy utożsamiać wyłącznie z turystyką dotowaną czy subwencjonowaną z określonych funduszy socjalnych, umożliwiającą zaspokojenie potrzeb turystycznych uprawnionym do tego grupom. Jest to dalece szersza koncepcja uwzględniająca również stronę podażową rynku turystycznego. Obejmuje wszystkie inicjatywy zapewniające dostęp do turystyki osobom o szczególnych potrzebach, przynosząc równocześnie korzyści społeczne i gospodarcze różnym sektorom, działaniom, grupom i obszarom (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce 2010*).

Tab. 2. Grupy beneficjentów wsparcia w ramach turystyki społecznej

Segmenty rynku turystyki społecznej (wyróżnione w dokumentach rządowych)		
Narodowy Program Wsparcia Turystyki w Republice Czeskiej na lata 2007–2013	Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce (2010)	Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia (2007)
<ul style="list-style-type: none"> – młodzież, – rodziny z dziećmi, – osoby niepełnosprawne i z problemami zdrowotnymi, – osoby starsze. 	<ul style="list-style-type: none"> – młodzież i dzieci, – rodziny, – osoby niepełnosprawne, – osoby starsze. 	<ul style="list-style-type: none"> – młodzież i dzieci, – rodziny w specjalnej sytuacji, – osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunowie, – osoby starsze (grupa 50+).

Źródło: *Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce (2010)*, *Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce (2007)*, *Národní program podpory cestovního ruchu pro 2010–2013*.

Wsparcie działań z zakresu turystyki społecznej w programach rządowych w Polsce i Republice Czeskiej

W Polsce jedynym dokumentem rządowym odnoszącym się bezpośrednio do turystyki społecznej jest opracowany w 2010 r. Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki pt. *Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*. Raport ten jest analizą dotychczasowych działań podejmowanych przez różne organy publiczne na poziomie krajowym (Ministerstwo Sportu i Turystyki, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Zdrowia, Ministerstwo Edukacji Narodowej oraz Biuro Pełnomocnika Rządu ds. Osób Niepełnosprawnych). Są to działania, które można by zaliczyć do inicjatyw wspierających udział w turystyce osób zaliczanych do segmentów rynku turystyki społecznej. W dokumencie tym zdefiniowano pojęcie turystyki społecznej oraz ustalono grupy jej beneficjentów. Jest on również deklaracją opracowania krajowego programu turystyki społecznej w Polsce w przyszłości, co będzie poprzedzone gromadzeniem i analizą informacji na temat wspierania wypoczynku dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych i osób starszych przez różne instytucje, stowarzyszenia oraz ministerstwa. W tym celu powołano grupę roboczą ds. projektów działań na rzecz zwiększania udziału Polaków w turystyce krajowej. Grupa ta składa się z przedstawicieli ministerstw, urzędów centralnych, stowarzyszeń i organizacji turystycznych i współpracuje z Międzyresortowym Zespołem ds. koordynacji zadań rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 r.* W raporcie nakreślono również cel główny i cele szczegółowe koncepcji turystyki społecznej w Polsce. Celem nadrzędnym powinien być rozwój turystyki krajowej (zwiększenie liczby Polaków korzystających z usług turystycznych), który prowadzić będzie do zmniejszenia efektów wahań popytu turystycznego w ciągu całego roku. Cele szczegółowe natomiast dotyczą:

- wzrostu aktywności turystycznej Polaków początkowo w określonych grupach docelowych,
- zmniejszania strat podmiotów branży turystycznej związanych z sezonowością na rynku turystycznym,
- zmniejszania fluktuacji poziomu zatrudnienia w sektorze turystyki i bezpośrednio powiązanych, a tym samym powstrzymanie odpływu pracowników do pracy na rynkach zagranicznych,
- wzrostu konkurencyjności/rentowności podmiotów branży turystycznej poprzez tworzenie ofert pozasezonowych,
- stworzenia szansy dla restytucji/podniesienia jakości społecznej bazy turystycznej (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce 2010*).

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 „turystyka 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 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 niej 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 koron czeskich², nieprzekraczające 50% wartości przedsięwzięcia. W 2010 r. z tego programu dofinansowano 36 projektów na ogólną kwotę 6,4 mln koron czeskich, czyli około 2,5 mln euro. W 2011 r. z programu dofinansowano już 42 przedsięwzięcia na ogólną kwotę 6,6 mln koron czeskich (około 2,7 mln euro). Natomiast w pierwszej połowie 2012 r. przyznano dofinansowania kolejnym 18 projektom, na kwotę stanowiącą równowartość około 1,3 mln euro. Jako główne grupy odbiorców realizowanych przedsięwzięć wskazano: dzieci do 15 lat, młodzież w wieku 16–26 lat, rodziny z dziećmi o niskich dochodach, osoby z problemami zdrowotnymi oraz osoby starsze powyżej 60. roku życia. W ramach dofinansowania realizowano projekty związane z tworzeniem lub przebudową infrastruktury, zakupem wyposażenia oraz organizacją imprez turystycznych.

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. Przygotowanie do obsługi specjalistycznych segmentów rynku turystycznego może być elementem przewagi konkurencyjnej współczesnych przedsiębiorstw turystycznych. Z tego względu jesienią 2011 r. przeprowadzono badania, które pozwoliły udzielić odpowiedzi na następujące pytania:

² To jest: od 40 tys. do 200 tys. euro.

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

W celu uzyskania odpowiedzi na powyższe pytania wywiadem kwestionariuszowym³ objęto 44 czeskich i 29 polskich przedsiębiorców, prowadzących działalność w sektorze turystyki 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). Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw to przedsiębiorstwa prywatne (ponad 80% firm czeskich i 83% firm polskich).

Wśród badanych przedsiębiorstw w obsłudze interesujących nas segmentów, czyli seniorów oraz osób niepełnosprawnych, specjalizuje się 28% firm czeskich i 17% polskich. Są to głównie obiekty hotelarskie oraz przedsiębiorstwa funkcjonujące w miejscowościach uzdrowiskowych, jak np. czeskie Lázně Libverda. Jeśli chodzi o stopień przystosowania i przygotowania przedsiębiorców do obsługi wskazanych segmentów rynku, to w przypadku osób starszych znaczna większość badanych przedsiębiorców stwierdziła, że jest w pełni przygotowana do obsługi tej grupy klientów (ryc. 1). Natomiast w odniesieniu do turystów niepełnosprawnych tylko co drugi zadeklarował pełne przygotowanie do obsługi tej grupy rynkowej (ryc. 2). Zdecydowanie większy odsetek polskich firm przyznało, że nie są w żaden sposób przystosowane do obsługi osób niepełnosprawnych (blisko 35%). Po stronie czeskiej takich przedsiębiorstw było 9,1%, a 40,9% czeskich 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.

W odniesieniu do osób starszych (50+) najczęściej wymienianym sposobem przystosowania do obsługi zarówno przez polskich, jak i czeskich przedsiębiorców, było oferowanie specjalnych zniżek tej grupie klientów oraz rozszerzanie oferty o produkty skierowane do seniorów (głównie w zakresie usług gastronomicznych), a także przystosowanie infrastruktury do specyficznych wymagań osób starszych (windy, przestronne pokoje, łazienki z uchwyty, dekoracje odpowiadające gustom seniorów). Co ciekawe, znaczna część czeskich przedsiębiorców (w odróżnieniu od polskich) zadeklarowała, że w ostatnim czasie przeszkoliła personel z zakresu obsługi osób starszych, tak aby pracownicy wykazywali większe zrozumienie i cierpliwość przy obsłudze tej grupy gości. Przedsiębiorcy czescy 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.

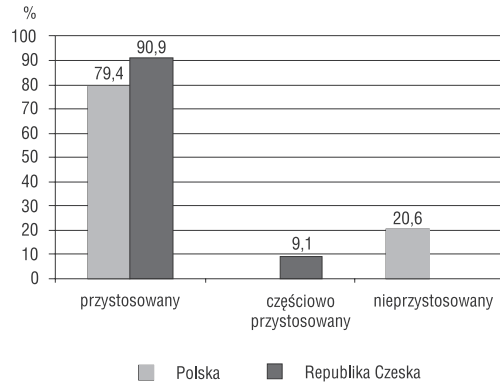
W odniesieniu do osób niepełnosprawnych najczęściej deklarowanym sposobem przystosowania było tworzenie bezbarierowego dostępu do obiektu (blisko połowa badanych) oraz łatwego poruszania się po obiektach (ponad 75% przedsiębiorców). Podobne

³ Badania przeprowadzono od października 2011 r. do lutego 2012 r., głównie w Libercu i kraju libereckim, po stronie czeskiej, a po stronie polskiej w województwach: wielkopolskim i małopolskim, przede wszystkim w Poznaniu i Krakowie.

rozwiązania stosowano zarówno w polskich, jak i czeskich firmach. Przedsiębiorcy czescy deklarowali także pomoc asystentów w czasie pobytu osób niepełnosprawnych w przedsiębiorstwie. W dalszej kolejności wymieniali oni specjalne programy zniżek oraz specjalne oferty dla osób niepełnosprawnych. Zapewne związane jest to z faktem, że poprzez konieczność dostosowania infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych, koszty obsługi tego segmentu rynku są znacznie wyższe i oferowanie specjalnych zniżek jest nieopłacalne. Polscy przedsiębiorcy zauważali potrzebę realizacji szkoleń personelu z obsługi osób niepełnosprawnych w celu wykształcenia odpowiedniego podejścia do klienta z określonymi typami niepełnosprawności. Niestety, jedynie w przypadku dwóch podmiotów takie szkolenie miało miejsce.

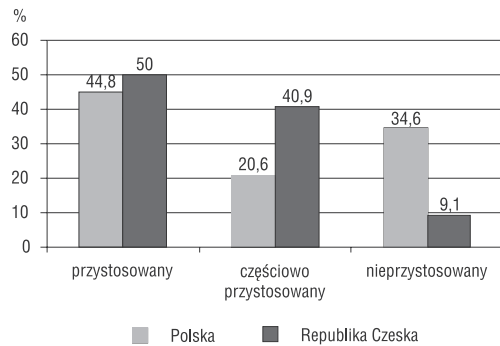
Z najczęściej wymienianych barier przy obsłudze osób starszych wymieniano brak współpracy z organizatorami turystyki przygotowującymi ofertę dla tych klientów (21% polskich i 44% czeskich respondentów) oraz brak popytu ze strony osób starszych (odpowiednio 17% i 33%). Przedsiębiorcy zwracali także uwagę, że trudno pogodzić oczekiwania segmentu z oczekiwaniami innych gości, inni goście nie chcą towarzyszenia osobom starszym, a osoby starsze wymagają ciszy i spokoju, co może prowadzić do konfliktów, np. z rodzinami z dziećmi (7% i 28% badanych). W odniesieniu do osób niepełnosprawnych najczęstszą barierą był zbyt mały popyt ze strony tej grupy klientów (35% i 68% odpowiedzi) oraz niewystarczająca wielkość tego segmentu rynkowego (35% i 42%). Blisko 1/3 czeskich przedsiębiorców uważa, że obsługa tego segmentu rynku nie jest dla nich zyskowna. Podobnego zdania jest 17% polskich respondentów. Przedsiębiorcy z Polski za najważniejsze bariery obsługi klienta niepełnosprawnego uznali brak współpracy z organizatorami turystyki specjalizującymi się w obsłudze osób niepełnosprawnych (41% badanych) oraz niedostosowanie infrastrukturalne przedsiębiorstwa (tab. 3).

Respondenci, zarówno z Polski, jak i Republiki Czeskiej, zdają sobie sprawę, że jest jeszcze wiele do zrobienia, aby móc sprawnie obsługiwać wspomniane grupy turystów.



Ryc. 1. Ocena stopnia przystosowania polskich i czeskich przedsiębiorców do obsługi osób starszych

Źródło: badania własne.



Ryc. 2. Ocena stopnia przystosowania polskich i czeskich przedsiębiorców do obsługi osób niepełnosprawnych

Źródło: badania własne.

Tab. 3. Bariery obsługi osób starszych i niepełnosprawnych w opinii respondentów

Bariery	Polska [%]	Republika Czeska [%]
W obsłudze osób starszych		
Brak współpracy z organizatorami turystyki	21	44
Brak popytu ze strony starszych osób	17	33
Firma nie ma odpowiedniej infrastruktury	17	35
Trudno pogodzić oczekiwania osób starszych z oczekiwaniami innych gości	7	28
W obsłudze osób niepełnosprawnych		
Brak współpracy z organizatorami turystyki	41	45
Firma nie ma odpowiedniej infrastruktury	38	60
Brak popytu ze strony osób niepełnosprawnych	35	68
Zbyt mały segment	35	42
Obsługa segmentu nie jest opłacalna dla firmy	17	28

Źródło: badania własne.

Najpotrzebniejsze zmiany dotyczą głównie infrastruktury i jej dostosowania do potrzeb zwłaszcza osób niepełnosprawnych, a także organizacji większej ilości imprez kulturalnych skierowanych do osób starszych i niepełnosprawnych, tworzenia specjalnej oferty usługowej uwzględniającej również programy rabatowe oraz szkolenia personelu w zakresie obsługi grup z segmentu turystyki społecznej.

Należy też zauważyć, że około 1/3 badanych respondentów (66% polskich i 62% czeskich przedsiębiorców) spotkało się z pojęciem turystyki społecznej. Niestety, co drugi badany stwierdził, że nie posiada żadnej wiedzy na temat tego zjawiska (20% badanych zarówno po stronie polskiej, jak i czeskiej), posiada małą wiedzę (14% polskich i 18% czeskich respondentów) lub średnią wiedzę (20% polskich i 25% czeskich respondentów). Jedynie dwóch czeskich i czterech polskich przedsiębiorców skorzystało z zewnętrznego wsparcia w zakresie przygotowania firmy do obsługi segmentów turystyki społecznej. Należy również zauważyć, że tylko 1/5 badanych przedsiębiorców z Czech i 17% z Polski współpracuje z organizacjami społecznymi wspierającymi osoby przynależące do tzw. grup słabszych (osoby starsze, niepełnosprawne, dzieci i młodzież).

Podsumowanie

Analiza dokumentów polityki turystycznej, dotyczących problematyki turystyki społecznej pozwala stwierdzić, że Republika Czeska jest o krok dalej niż Polska. Pojawił się bowiem w Czechach, opracowany przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej (*Ministerstvo pro místní rozvoj ČR*), *Narodowy Program Wsparcia Turystyki na lata 2010–2013*, a w nim podprogram *Turystyka dla Wszystkich*, w którym skonkretyzowano działania na rzecz turystyki społecznej. Są już tego namacalne efekty w postaci zrealizowanych

projektów, głównie infrastrukturalnych. W Polsce natomiast nadal trwają dyskusje nad pojęciem i diagnozą stanu turystyki społecznej, a dokument programowy jej rozwoju jest dopiero zapowiadany.

Jeśli chodzi natomiast o przygotowanie przedsiębiorców w zakresie obsługi segmentów rynku turystyki społecznej, to zauważa się znaczne podobieństwa. Zarówno czeskie, jak i polskie badane przedsiębiorstwa są lepiej przygotowane do obsługi osób starszych niż niepełnosprawnych. Jako główny problem braku pełnego przygotowania do obsługi osób niepełnosprawnych przedsiębiorcy podają lukę infrastrukturalną. Zauważają również brak zainteresowania organizatorów turystyki tym segmentem rynku, czego wynikiem jest brak współpracy między usługodawcami a organizatorami turystyki w zakresie jego obsługi. Badani uznają, że segment jest zbyt mały i generuje zbyt mały popyt, aby zapewnić rentowność przedsiębiorstwom go obsługującym. Takie podejście potwierdza potrzebę wsparcia przedsiębiorców odpowiednimi rozwiązaniami polityki turystycznej. W innym razie hasło „turystyka dla wszystkich” pozostanie jedynie hasłem.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Bélangier Ch.E., 2011, *Social Tourism in Europe*, NET-StaR-Network for Social Tourism and Regeneration, London, www.westminster.ac.uk (10.09.2012).
- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, 2010, Raport Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Gryszel P., 2004, *Działania Lokalnej Organizacji Turystycznej na rzecz kształtowania jakości produktu turystycznego regionu* [w:] *Kształtowanie jakości produktu turystycznego regionu z zachowaniem rozwoju zrównoważonego*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Hunziker W., 1952, *Social Tourism: Its Nature and Problems*, International Tourist Alliance Scientific Commission, Geneva.
- International Social Tourism Organisation Statutes*, ISTO 2003, http://www.bits-int.org/files/1177082769_doc_Statutes.pdf. (10.09.2012).
- International Social Tourism Organisation Statutes*, ISTO 2010, http://www.bits-int.org/files/d9fcc3bbbf5399879828d1b3792a43bo_1309767114.pdf (10.09.2012).
- Minnaert L., Maitland R., Miller G., 2006, *Social Tourism and Its Ethical Foundations*, *Tourism, Culture and Communicatio*, 1(7), 7–17.
- Minnaert L., Maitland R., Miller G., 2011, *What is Social Tourism?*, *Current Issue in Tourism*, 5(14), 403–415.
- Národní program podpory cestovního ruchu (2010–2013)*, <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-Dotace/Narodni-program-cestovniho-ruchu> (10.09.2012).
- Pásaková M., Zelenka J., 2002, *Cestovní ruch. Výkladový slovník*, Česka Republika. Ministerstvo pro místní rozvoj, Praha.
- Witner J., 2008, *Každý desátý občan ČR se řadí mezi osoby se zdravotním postižením*, Národní rada osob se zdravotním postižením ČR, Praha, <http://www.nrzp.cz/aktualne/tiskove-zpravy/175-kazdy-desaty-obcan-cr-se-radi-mezi-osoby-se-zdravotnim-postizenim.html> (10.09.2012).
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska* [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTiH, Łódź.

Zawistowska H., 2009, *Koncepcje turystyki socjalnej*, ZN, Uczelnia Warszawska im. Marii Skłodowskiej-Curie, 26, 129–151.

Zdravotní problémy populace v produktivním věku v ČR. Analiza Czeskiego Urzędu Statystycznego, <http://www.czso.cz> (10.09.2012).

Źródła internetowe

www.niepelnosprawni.gov.pl (10.09.2012).