



Janusz Olearnik

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO WE WROCŁAWIU

BIZNESOWE ASPEKTY REKREACJI

Punktem wyjścia prezentowanego artykułu jest teza o konieczności poprawienia struktury merytorycznej teorii rekreacji. Ma ona ukształtowaną strukturę merytoryczną, w której są dobrze rozwinięte wątki takich uwarunkowań rekreacji, jak: fizjologiczne, społeczne, pedagogiczne, istnieją opracowane koncepcje metodyki rekreacji, ale brak określenia uwarunkowań ekonomicznych, rynkowych i menedżerskich. Tym samym teoria ta nie uwzględni aspektów biznesowych. Celem przedstawionej pracy jest uzupełnienie teorii rekreacji o nowe ujęcie, jakim jest orientacja biznesowa, oraz wskazanie praktycznych implikacji takiej zmiany. Artykuł został opracowany na podstawie badań piśmiennictwa w zakresie teorii rekreacji, a także na podstawie dyskusji oraz refleksji własnej autora. Przedstawione wyniki mają charakter porządkujący i precyzujący wiedzę bazową oraz podejście metodyczne do rekreacji. Wskazano i opisano trzy kryteria wyznaczające orientację biznesową: respektowanie zasad ekonomii, podejście rynkowe, respektowanie zasad skutecznego zarządzania. Postawiono i rozwinięto tezę o zróżnicowanym znaczeniu podejścia biznesowego w różnych rodzajach działań rekreacyjnych. To znaczenie jest bezsprzeczne w usługach rekreacyjnych oferowanych na rynku, ale jest ono wyraźnie zredukowane w usługach bezpłatnych finansowanych ze środków publicznych.

Słowa kluczowe: rekreacja, biznes, usługi rekreacyjne

WPROWADZENIE

Kiedy studiuje się dorobek naukowy na temat rekreacji albo przegląda programy kształcenia z tego zakresu, w pierwszej chwili pojawiają się skojarzenia ze zdrowiem, organizmem człowieka, wykorzystaniem czasu wolnego od zajęć zawodowych i metodami zajęć rekreacyjnych, natomiast problemy takie, jak ekonomiczny lub menedżerski są pomijane lub traktowane drugoplanowo. Na marginesie pozostaje traktowanie rekreacji jako działalności gospodarczej, jako obszaru biznesowego. Znaczące jest to, że praktyka wyprzedza w tym wypadku naukowe teorie i w polskim krajobrazie gospodarczym pojawiają się liczne firmy działające zgodnie z regułami biznesowymi, wykonujące lepiej lub gorzej usługi rekreacyjne. Wynika z tego, że jest zapotrzebowanie i uzasadnienie dla wyodrębnienia i opisanie biznesowych aspektów rekreacji.

CEL BADAŃ

Celem niniejszego artykułu jest uzupełnienie teorii rekreacji o nowe, dotychczas nie

w pełni sprecyzowane podejście, jakim jest orientacja biznesowa działań rekreacyjnych, oraz wskazanie praktycznych implikacji takiej zmiany. Rozważania mają charakter teoretyczny, powstały na podstawie badań piśmiennictwa w zakresie teorii rekreacji, a także na bazie dyskusji oraz refleksji autora. Przedstawione wyniki mają charakter porządkujący i precyzujący wiedzę bazową oraz podejście metodyczne do rekreacji, respektując i rozwijając dotychczasowe ustalenia wielu badaczy. Po kolei zostaną omówione: ogólny zarys struktury wiedzy o rekreacji, istota i kryteria podejścia biznesowego w działaniach rekreacyjnych, zróżnicowane znaczenie podejścia biznesowego w działaniach rekreacyjnych.

TEORIA REKREACJI Z POMINIĘCIEM ASPEKTU BIZNESOWEGO

W celu przedstawienia jednego – biznesowego – aspektu rekreacji ważne jest dokonanie przeglądu struktury dotychczas stworzonej szeroko pojętej wiedzy na jej temat. Chodzi o wskazanie bazy, a zarazem punktu

odniesienia dla rozważań na temat aspektów biznesowych rekreacji.

Najogólniej rekreacja jest traktowana jako rodzaj aktywności człowieka podejmowanej w określonych celach, na ogół w czasie wolnym od pracy. Służy odnowieniu (odtworzeniu) zdolności fizycznych i umysłowych organizmu do sprawnego funkcjonowania, jest źródłem pozytywnych doznań i sposobem spędzania czasu wolnego. Rekreacja jest przedmiotem badań naukowych, w tym o silnej orientacji praktycznej (aplikacyjnej). W środowiskach nauk o kulturze fizycznej rekreacja jest postrzegana jako część tych nauk i choć nie ma ona wyodrębnionej, oryginalnej metodologii ani swoistego aparatu pojęciowego, jest uważana za osobny obszar naukowych poszukiwań. Mówi się także o istnieniu teorii rekreacji dającej podstawy do tych poszukiwań (Dąbrowski, 2006; Kiełbasiewicz-Drozdowska i Siwiński, 2001; Muszkieta i Napierała, 2011; Siwiński i Pluta, 2010; Winiarski, 1989).

Trzeba zauważyć, że w literaturze zagranicznej nie ma podobnych poglądów eksponujących teorię rekreacji, nawet terminologia jest niejednolita, stosuje się i odróżnia pojęcia: *recreation*, *leisure*, *play*, *entertainment* (Introduction to Recreation..., 2013). Pojawia się też określenie *LRT field* jako obszar badań i realnych działań w zakresach *leisure*, *recreation* oraz *tourism* (Chen i Gursoy, 2008). Również w polskiej literaturze panuje stanowczy pogląd o braku podstaw do wyodrębniania nauki czy teorii rekreacji (Pawłucki, 2013, s. 255 i nast.).

W polskiej nauce badania nad rekreacją i próby definiowania jej tożsamości są konsekwentnie prowadzone w obszarze nauk o kulturze fizycznej, głównie przez naukowców z akademii wychowania fizycznego. Założeniem powszechnie akceptowanym jest rola czasu wolnego jako źródła i podstawy do podejmowania rekreacji (Winiarski, 2012) – badacze podążają tu za tezą francuskiego socjologa J.D. Dumazediera (1962), który używał określenia „cywilizacja rekreacyjna” (*une civilization du loisir*) (Wolańska, 1984, s. 13). Wiele prac podejmuje problematykę metodyki rekreacji ruchowej (np. Dąbrowski, 2006; Demel i Humen, 1970; Piławska, Piławski i Petryński, 2003), wychowania do rekreacji (np. Czajkowski, 1979; Wolańska,

1988), organizowania imprez rekreacyjnych (np. Toczek-Werner, 2007) czy zasad bezpieczeństwa w rekreacji (np. Wiesner, 2015).

Ogólnie można stwierdzić, że z badań polskich uczonych wyłania się określony ład pojęciowy i struktura wiedzy. W jedna z pierwszych prac (Winiarski, 1989), dokonujących systematyzacji wiedzy, wyodrębnia się trzy aspekty rekreacji: biologiczne, psychologiczne oraz socjokulturowe. W dalszych pracach obok wymienionych ujęć pojawia się określenie „środowiskowe uwarunkowania rekreacji” (ruchowej) eksponujące rolę czynnika klimatycznego dla uprawiania rekreacji (Piławska i wsp., 2003, s. 75–90). Z kolei w ważnej pracy ze środowiska poznańskiego (Kiełbasiewicz-Drozdowska i Siwiński, 2001) mówi się o: społecznych oraz biologicznych podstawach rekreacji, a także o jej ekonomicznych uwarunkowaniach. Odwołanie się autorów do uwarunkowań ekonomicznych należy tu odnotować, ale zakres rozważań w przywołanej pracy był ograniczony i odnosił się do uwarunkowań przestrzennych, w tym procesów inwestycyjnych oraz roli marketingu w rekreacji.

Nowe podejście do rekreacji oparte na wyeksponowaniu pojęcia „usługi rekreacyjne” zawiera praca Panfila (2015b). Autor analizuje rekreację w dwóch odmiennych ujęciach. Pierwszy określa jako „kreowanie usług”, czyli oferowanie wartości w postaci konkretnej formy prowadzenia zajęć rekreacyjnych, poszerzanej o dodawanie waloru innowacyjności, tworzenie ofert pakietowych lub hybrydowych (mieszanych usług z produktami materialnymi). Drugi to „udostępnianie usług”, czyli tworzenie wielostronnych, kompleksowych warunków do przygotowania zajęć rekreacyjnych w formach zorganizowanych oraz warunków ich odbywania: do właściwego obsłużenia klienta, zwłaszcza przez: dotarcie z usługą do odpowiednich miejsc czy stworzenie dogodnych warunków korzystania z zajęć (np. trenerzy, sale, wyposażenie, ale także szatnie, wypożyczalnie, parkingi). Warto zauważyć, że przy takim marketingowym podejściu do zagadnień rekreacji należy uwzględnić jeszcze jeden czynnik – dopasowywanie ofert do zidentyfikowanych potrzeb i profili klientów. Jest to podejście typowe dla marketingu, w którym punktem wyjścia do opracowywania

strategii jest zawsze klient docelowy, adresat danej oferty usługowej, którego należy określić, aby samo stworzenie usługi i jej udostępnienie były trafne. Charakterystyczne dla Panfila jest traktowanie rekreacji jako usług, jako zorganizowanego zbioru czynności umożliwiających ludziom uprawianie rekreacji i dostęp do niej¹. Stąd już bliska jest droga do ekonomiczno-menedżerskiego podejścia do rekreacji.

Taką drogą podążają badacze, którzy traktują rekreację jako obszar biznesu, a więc wymagający respektowania kryteriów ekonomicznych, sprawności menedżerskiej oraz orientacji rynkowej (Dejnaka, 2015; Iwaniewicz-Rak i Rak, 2016; Panfil, 2015a; Pacianathan i Shannon, 2017).

ISTOTA I KRYTERIA ORIENTACJI BIZNESOWEJ W DZIAŁANIACH REKREACYJNYCH

Wypada tu sprecyzować naturę orientacji biznesowej w rekreacji oraz granicę dzielącą tę orientację od niebiznesowego traktowania działań rekreacyjnych.

Jak rozumieć określenie „orientacja biznesowa”, które stanowi istotę rozważań tej pracy? Objasnienie należy rozpocząć od wskazania, do czego odnosi się to określenie. Otóż jest ono odzwierciedleniem zachowań podmiotów uczestniczących w różnych rolach w procesach organizowania aktywności rekreacyjnej człowieka. Podmioty, o których tu mowa, to zarówno osoby podejmujące aktywność rekreacyjną, przygotowujące i prowadzące zajęcia rekreacyjne, jak i organizacje i instytucje zapewniające warunki materialne oraz oferty usługowe związane z rekreacją. Zachowania wymienionych podmiotów mogą być mniej lub bardziej zorientowane biznesowo. Można postawić pytanie, czy w zacho-

waniach człowieka obliczonych na rekreacyjne zapełnienie czasu wolnego występuje pierwiastek biznesowy? Odpowiedź jest twierdząca, gdyż człowiek ten zawsze ponosi jakiś koszt, także finansowy, a to powoduje zastosowanie przez niego kryterium ekonomicznego do określenia wartości wybranej formy rekreacji. Czy dla animatorów bądź instruktorów rekreacji również to kryterium ma znaczenie? Odpowiedź jest twierdząca, ponieważ są oni podmiotem na rynku pracy, otrzymują wynagrodzenie za swoją pracę, czynnik marketingowy staje się kryterium oceny wielu decyzji zawodowych, np. wyboru miejsca pracy, jej charakteru, zaangażowania, samorozwoju. We wskazanych przykładach można znaleźć tylko nieliczne elementy orientacji biznesowej. Wystarczy to jednak do stwierdzenia, że przygotowanie człowieka do samodzielnej aktywności rekreacyjnej czy przygotowanie instruktora do jej prowadzenia nie może całkowicie abstrahować od kryteriów ekonomicznych. Czas wyjaśnić bliżej te kryteria, wskazać, co zawiera określenie „orientacja biznesowa”.

Najprościej byłoby powiedzieć, że wyznacznikiem i kryterium decydującym jest dążenie do osiągnięcia zysku, ale byłoby to nadmierne uproszczenie. Wskazać trzeba trzy kryteria wyznaczające orientację biznesową:

1. Respektowanie zasad ekonomii.
2. Podejście rynkowe, w tym traktowanie działań rekreacyjnych z pozycji usługodawcy.
3. Respektowanie zasad skutecznego zarządzania organizacją, procesem lub projektem rekreacyjnym.

Nie można precyzyjnie zmierzyć poziomu osiągnięcia w zakresie każdego z tych kryteriów, zatem i określenie orientacji biznesowej danego podmiotu jest tylko zarysowaniem profilu jego działań, kierunku rozwoju, czyli ogólną diagnozą.

Kryterium pierwsze odwołuje się do respektowania zasad ekonomii. W działalności gospodarczej jest to zjawisko oczywiste, ale rekreacja nie dla wszystkich oznacza prowadzenie biznesu. Wszystkie podmioty rekreacji powinny jednak rozumieć biznesowe podstawy tej działalności. Najogólniej respektowanie zasad ekonomicznych w działalności danego podmiotu oznacza:

¹ W pracy Panfila (2012) można znaleźć określenie usług rekreacyjnych mówiące, że są one zbiorem cech zaspokajających potrzeby bycia *fit* lub *well*, a obejmują markę świadczonych usług, kompetencje trenerów i instruktorów, funkcjonalność przestrzeni, w której są świadczone, bezpieczeństwo usług i stosowane wzmocnienia obejmującego dietę i suplementację, a także bonusów podnoszących atrakcyjność usług.

– racjonalne tworzenie i wykorzystywanie zasobów: ludzkich, rzeczowych, finansowych, intelektualnych w prowadzonej działalności; skuteczne gospodarowanie kapitałem (w różnych postaciach) pod kątem wzrostu wartości przedsiębiorstwa i jego pozycji;

– konsekwentne posługiwanie się rachunkiem ekonomicznym konfrontującym przychody i koszty, zyski i straty osiągnięte i przewidywane przy prowadzeniu działalności, podczas przygotowywania i podejmowania decyzji dotyczących funkcjonowania tego podmiotu;

– stosowanie narzędzi diagnostyki ekonomiczno-finansowej do tworzenia planów i oceny efektów działalności – wymaga to posługiwania się systemami analiz i wskaźników finansowych, a także prowadzenia obserwacji i analiz uwarunkowań ekonomicznych w makro- i mikroskali;

– stosowanie rachunku optymalizującego, co oznacza porównywanie wielu możliwości w poszukiwaniu wyboru najlepszej lub badanie różnych algorytmów działania pod kątem podjęcia właściwej decyzji, ze szczególnym uwzględnieniem kryteriów efektywności ekonomicznej.

Kryterium drugie odnosi się do stosowania podejścia rynkowego. Oznacza to, że:

– przedmiot naszej działalności jest definiowany jako oferta skierowana do określonych segmentów klientów za pośrednictwem rynku;

– działania rekreacyjne są traktowane z pozycji usługodawcy, co z kolei opiera się na założeniu, że przedmiotem naszej działalności jest świadczenie usług rekreacyjnych, innymi słowy – traktowanie rekreacji jako usługi, jak w podejściu przedstawionym w pracy Panfila (2015b);

– wykonujemy usługi rekreacyjne, które mają wszelkie atrybuty produktu w znaczeniu marketingowym, czyli stanowią sprecyzowaną ofertę sprzedażową, mają swoją cenę, sprzedawca w ramach zawartej umowy jest gwarantem właściwej jakości wykonania usługi; w tym znaczeniu przykładowo działania instruktora rekreacji staną się usługą-produktem dopiero wówczas, gdy przybiorą postać rynkowej oferty²;

– w pełni są respektowane, badane i przewidywane uwarunkowania płynące z otoczenia rynkowego, w tym: obserwowanie konkurencji, analizowanie klientów – ich potrzeb i zachowań, monitorowanie zmian i trendów rynkowych, budowanie relacji z podmiotami rynkowymi;

– działania rynkowe są oparte na marketingu usług rekreacyjnych, co wymaga takich konsekwentnych działań, jak: badanie rynku, określanie celów rynkowych w planach i strategiach, wykorzystywanie koncepcji tak zwanych marketing-mix w posługiwaniu się narzędziami działań rynkowych, kreowanie produktów i marki przedsiębiorstwa, budowanie systemów udostępniania usług i komunikacji z klientami.

Kryterium trzecie dotyczy respektowania zasad skutecznego zarządzania organizacją, procesem lub projektem rekreacyjnym. Nie można osiągnąć sukcesu w biznesie bez dobrego zarządzania. Wśród obszarów zarządzania, które należałoby uwzględnić w działalności firm rekreacyjnych, można wymienić:

– kierowanie ludźmi i zespołami pracowników z uwzględnieniem wszystkich funkcji zarządzania personelem;

– gospodarowanie pieniędzmi, w tym kapitałami własnymi i zewnętrznymi, procesami gromadzenia, wykorzystywania i inwestowania kapitału pieniężnego;

– zarządzanie majątkiem rzeczowym i jego rozwojem;

– gospodarowanie czasem;

– planowanie i organizowanie pracy w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem struktur i możliwości zespołów pracowniczych;

– organizowanie kontaktów zewnętrznych, budowanie sprzyjających relacji z podmiotami otoczenia;

– zarządzanie przedsięwzięciami (pojedynczymi projektami).

Podane kryteria i stopień ich spełnienia mogą służyć do identyfikowania orientacji biznesowej podmiotów organizujących działania rekreacyjne, pod kątem ogólnej oceny

nedżerów jest tylko elementem właściwej usługi gastronomicznej wykonywanej przez podmiot, jakim jest restauracja, a oprócz pracy wymienionych osób na usługę-produkt składa się szereg innych elementów.

² Podobnie jest np. w usługach gastronomicznych, w których praca kucharzy, kelnerów, me-

tych orientacji. Trzeba podkreślić, że nie ma orientacji zdecydowanie lepszych lub gorszych, ważniejsze jest stwierdzenie, czy postrzegane orientacje są realizowane we właściwy sposób, konsekwentnie i wszechstronnie, czy są dopasowane do specyfiki usług, czy są właściwie rozumiane przez pracowników i menedżerów. Przedstawiona tu sugestia dostrzegania orientacji biznesowej w tych aspektach działalności, w których jest to uzasadnione, powinna być brana pod uwagę przez odpowiednie podmioty przy programowaniu ich działalności gospodarczej w obszarze rekreacji.

ZRÓŻNICOWANE ZNACZENIE PODEJŚCIA BIZNESOWEGO DLA DZIAŁAŃ REKREACYJNYCH

W rekreacji podstawowe znaczenia ma ta jej część, która obejmuje działania samego człowieka uprawiającego rekreację, wówczas to w zasadzie nie ma mowy o żadnej innej orientacji, jak tylko prozdrowotna, gdyż mamy do czynienia ze świadomym wykorzystywaniem czasu wolnego dla dobrego oddziaływania na swój organizm przez określone formy zajęć rekreacyjnych. Jednakże uprawianie rekreacji – nawet podporządkowane wymogom zdrowotnym – zawsze wiąże się z ponoszeniem przez człowieka pewnych kosztów finansowych, czasem znacznych. Zdarza się, że to koszty są kryterium decyzji, czy i jaką formę rekreacji wybrać. Tym samym pojawia się potrzeba uwzględnienia czynnika finansowego, a to już można zakwalifikować jako orientację biznesową.

Jeżeli spojrzeć na rekreację od strony organizatora zajęć rekreacyjnych lub warunków ich wykonywania, należy wziąć pod uwagę kilka czynników. Pierwszym z nich jest metodyka rekreacji określana jako „[...] droga postępowania oparta na zbiorze praktycznych wskazówek, zasad diagnozowania i prognozowania potrzeb oraz sposobów kierowania procesem rekreacji z wykorzystaniem form, środków i metod pozwalających na uzyskanie optymalnego wykorzystania czasu wolnego dla utrzymania zdrowia, wypoczynku, rozrywki oraz samorealizacji” (Kiełbasiewicz-Drozdowska i Siwiński, 2001,

s. 225). Metodyka stanowi ważny element kształtującej się teorii rekreacji, ale w tym obszarze nie ma żadnych możliwości poszukiwania orientacji biznesowej.

Drugim czynnikiem identyfikującym rekreację od strony jej organizatora jest czynnik ludzki, a więc osoby zdolne prowadzić zajęcia rekreacyjne dla zorganizowanych grup lub pojedynczych osób. Chodzi tu o rzeszę trenerów, instruktorów, animatorów, doradców, nauczycieli, opiekunów dysponujących odpowiednimi kompetencjami do przygotowania i prowadzenia zajęć pozwalających osiągnąć założone cele rekreacyjne. W podejściu tych osób do wykonywanych obowiązków dominuje orientacja humanistyczna – na człowieka, którego muszą rozumieć i szanować, na jego organizm, który muszą wszechstronnie znać, na jego potrzeby, które muszą doskonale identyfikować (oczywiście wymagane jest tu właściwe przygotowanie w zakresie metodyki rekreacji), zatem w tym aspekcie teorii rekreacji również nie występuje potrzeba orientacji biznesowej, podstawowe znaczenie ma tu realizacja roli pedagoga zorientowanego na zdrowie powierzonych mu osób, na ich dobrze pojęte stany *wellness* i *fitness*. Jak już wspomniano, jedynym aspektem, do którego odnosi się orientacja ekonomiczna osób pracujących w rekreacji, jest system motywacyjny, ściślej – wynagrodzenie za pracę.

Trzecim czynnikiem jest całokształt warunków materialnych niezbędnych do uprawiania rekreacji. W tym wypadku problem się komplikuje, ponieważ należy rozróżnić dwie sfery: sferę usług zbiorowych organizowanych w ramach środków publicznych, dostępnych powszechnie i bezpłatnie oraz sferę usług rekreacyjnych oferowanych za pośrednictwem rynku, a więc za określoną cenę.

Pierwsza sfera jest najczęściej domeną samorządów lokalnych i podporządkowanych im organizacji, stowarzyszeń, placówek oświatowych, klubów i podobnych podmiotów mających w zakresie swoich działań także tworzenie warunków do uprawiania rekreacji. Na pozór nie ma tu miejsca dla orientacji biznesowej, gdyż podmioty te działają w ramach budżetów, a nie dla zysku. Jednak warto zwrócić uwagę, że wszędzie tam, gdzie w grę wchodzi wydawanie pieniędzy

(także publicznych), dokonywanie zakupów, realizowanie inwestycji, nie sposób pominąć kryteriów właściwych racjonalności biznesowej. Niekiedy spotyka się przykłady niewłaściwie wykonanych lub źle ulokowanych obiektów rekreacyjnych sfinansowanych np. przez gminę. Wówczas mówi się o „źle wydanych pieniądzach z budżetu gminnego”. Gdyby oceniać te działania z punktu widzenia biznesowego, należałoby powiedzieć, iż „nie zbadano relacji nakładów do przewidywanych efektów”, albo „inwestycja nie była poprzedzona należytych rachunkiem optymalizacyjnym”. Nie jest to wyłączenie kwestia sformułowań interpretacyjnych, lecz różnica w podejściu do problemu. Czym innym jest wydawanie środków zapisanych w budżecie, a czym innym ich racjonalne wykorzystanie, uwzględniające rachunek kosztów i efektów. Można zatem stwierdzić, iż działalność organizatorska w zakresie rekreacji w ramach publicznie finansowanych usług zbiorowych powinna – w ograniczonym

stopniu – respektować reguły biznesowe.

Druga sfera, w której tworzy się warunki materialne do uprawiania rekreacji, to usługi rynkowe. Tu pojawia się obszar funkcjonowania podmiotów oferujących odpłatne usługi rekreacyjne, owe podmioty w naturalny sposób są zorientowane na zysk i działają zgodnie z rachunkiem ekonomicznym oraz dostosowują się do warunków rynkowych. Ich działania opierają się na: tworzeniu zorganizowanego zbioru warunków do zajęć rekreacyjnych, kreowaniu ofert usług rekreacyjnych i towarzyszących, a następnie sprzedawaniu tych usług. Orientacja biznesowa jest w tym wypadku koniecznością.

Podsumowując, kiedy spoglądamy na rekreację z punktu widzenia człowieka jako podmiotu uprawiającego oraz z punktu widzenia kreatorów i organizatorów działalności rekreacyjnej, można wskazać różny zakres wymaganego bądź faktycznie występującego podejścia biznesowego. W tabeli 1 przedstawiono zróżnicowany zakres orien-

Tab. 1. Zakres orientacji biznesowej a rodzaj, charakter i podmiot działalności rekreacyjnej

Rodzaj działalności związanej z rekreacją	Źródła i charakter	Podmiot	Zakres orientacji biznesowej
bezpośrednie uczestnictwo w rekreacji	potrzeby człowieka, jego motywacja, czas wolny od pracy	sam człowiek, jego świadomość i system zachęt	ograniczona orientacja biznesowa – koszty dostępu do rekreacji
kreowanie zajęć rekreacyjnych	ordynowanie, animacja, trening, instruktaż, doradztwo, nauczanie, opieka	animator, trener, instruktor, doradca, nauczyciel	ograniczona orientacja biznesowa – motywacja personelu
tworzenie warunków materialnych do uprawiania rekreacji w sferze usług zbiorowych	zagospodarowanie rekreacyjne w przestrzeni publicznej (niekomercyjnie)	organizacje, samorządy	ograniczona orientacja biznesowa, równowaga racji ekonomicznych i społecznych
tworzenie usług rekreacyjnych	tworzenie podmiotów usługowych, inwestowanie w obiekty, urządzenia i ludzi, tworzenie zorganizowanego zbioru warunków do uczestnictwa i do kreowania zajęć rekreacyjnych	komercyjne przedsiębiorstwa usług rekreacyjnych	pełna orientacja biznesowa
oferowanie i sprzedaż usług na rynku	oferty rynkowe usług rekreacyjnych	komercyjne przedsiębiorstwa usług rekreacyjnych	pełna orientacja biznesowa

Źródło: opracowanie własne

tacji biznesowej w odniesieniu do różnych rodzajów działalności związanej z rekreacją.

WNIOSKI

1. Rekreacja przez wiele lat była postrzegana jako powinność społeczna: państwa wobec obywateli, nauczycieli wobec uczniów, kierownictwa przedsiębiorstwa wobec pracowników itp. W praktyce oznaczało to, że nie ukształtował się naturalny mechanizm funkcjonowania instytucji i procesów organizowania i korzystania z rekreacji, powoli też rozwijały się odpowiednie nawyki w społeczeństwie, w szczególności praktycznie nie dostrzegano w należyтым stopniu związku rekreacji ze zdrowiem. Ostatnie trzydzieści lat formowania polskiej rzeczywistości przyniosło wydłużenie czasu wolnego i świadomość jego istnienia jako przestrzeni życiowej, którą należy zagospodarować, zmiany stylu życia, nawyków żywieniowych, dbałości o zdrowie i trybu realizacji codziennych obowiązków. Te zmiany spowodowały wzrost zainteresowania rekreacją w najróżniejszych formach, rzec można – pojawiła się dobra koniunktura dla uprawiania i organizowania rekreacji. Jednak jej model wymaga nowego podejścia. W szczególności konieczne jest uwzględnienie niezwykle charakterystycznej okoliczności polskiego życia społeczno-gospodarczego, jaką jest komercjalizacja działalności organizowanej dotąd na zasadach społecznych, w ramach funduszy publicznych, na miarę możliwości budżetowych. Komercjalizacja zazwyczaj jest napędem dla rozwoju podaży usług i nie inaczej stało się w Polsce w wypadku usług rekreacyjnych, co jest obiecujące dla przyszłości rekreacji, ale wymaga rozważnego ukształtowania i zmiany podejścia wielu osób i podmiotów funkcjonujących w tej sferze. Wymaga takiej korekty systemu myślenia i działania w sferze rekreacji, który dopuszcza, a niekiedy nakazuje orientację biznesową, opartą na respektowaniu i stosowaniu reguł ekonomicznych, rynkowych i menedżerskich.

2. Podkreśla się często i słusznie, że rekreacja jest interdyscyplinarnym obszarem wiedzy i praktycznych działań. Oznacza to, że formowana teoria rekreacji uwzględni do-

konania różnych dziedzin i dyscyplin nauki, że stara się respektować wszechstronne uwarunkowania o charakterze humanistycznym, fizjologicznym, pedagogicznym, psychologicznym, socjologicznym i zdrowotnym. Wydaje się, że do tej długiej i różnorodnej listy wypadałoby dopisać także uwarunkowania o charakterze ekonomicznym i menedżerskim. W trosce o pełną skuteczność działań rekreacyjnych należy uznać za sprawę fundamentalną także ich należyte, profesjonalne oraz efektywne pod względem ekonomicznym zorganizowanie.

3. Warto rozważyć taki kierunek rozwoju wiedzy o rekreacji, który odróżnia jej dwa ujęcia: czynnościowe i organizatorskie. Ujęcie czynnościowe można tu określić mianem tradycyjnego – obejmuje ono zespół działań i czynności podejmowanych samodzielnie lub przy profesjonalnym wsparciu przez człowieka w czasie wolnym od pracy w celu osiągnięcia określonych celów związanych ze stanami *wellness* bądź *fitness*. Istnieje ogromny dorobek naukowy i praktyczny dotyczący tego ujęcia wiedzy o rekreacji, pozwalający diagnozować potrzeby rekreacyjne człowieka i zaspokajać je, opierając się na rozwiniętych podstawach metodycznych i kwalifikowanych kadrach. Problem polega jednak na tym, że we współczesnym świecie dynamicznych zmian, innowacji, szybkiego tempa życia samo czynnościowe przygotowanie do rekreacji okazuje się niewystarczające. Konieczne staje się stworzenie systemu instytucjonalno-organizacyjnego, opartego na mechanizmie rynkowym, który umożliwi, zachęci, ułatwi coraz to szerszym kręgom ludzi realizację aktywności rekreacyjnej w nowoczesnych formach. Dlatego pojawia się owo drugie ujęcie rekreacji – organizatorskie, które ukazuje inne jej aspekty: ekonomiczny, menedżerski i rynkowy. Z pewnym trudem przychodzi używanie określenia „biznesowy” w odniesieniu do teorii rekreacji ze względu na jego popularny, a nie naukowy wydźwięk, jednak na tym etapie teoretycznych rozważań ważniejszy wydaje się sens, a nie terminologia. Stosując to drugie ujęcie w odniesieniu do rekreacji, należy mieć na myśli całokształt warunków organizacyjnych, rynkowych, kadrowych, sprzętowych, finansowych i innych, które umożliwiłybyostęp-

ność i bezproblemowe uprawianie rekreacji, z wykorzystaniem fachowej wiedzy i nowoczesnej metodyki. W tym ujęciu chodzi o stworzenie usług rekreacyjnych rozumianych szeroko, jako kompleksu: fachowych świadczeń stanowiących istotę rekreacji, przyjaznych warunków spędzania czasu podczas zajęć rekreacyjnych oraz dodatkowej infrastruktury usług o charakterze towarzyszącym.

4. Wszechstronne podejście do rekreacji wymaga kształcenia specjalistów o odpowiednich profilach zawodowych. W akademiach wychowania fizycznego istnieją sprawdzone i wciąż rozwijane programy kształcenia dla rekreacji, są one zorientowane na przygotowanie instruktorów, trenerów i nauczycieli, czyli osób sprawujących opiekę i doradztwo w uprawianiu rekreacji. Tak wykształceni specjaliści nie mają jednak przygotowania ekonomiczno-menedżerskiego, co grozi tym, że w rolę organizatorów usług rekreacyjnych mogą wchodzić metodyczni ignoranci, u których dominuje orientacja menedżerska, albo rynek zostanie zdominowany przez sieci usług rekreacyjnych opartych na gotowych, a niekoniecznie sprawdzających się w polskich realiach, wzorach zagranicznych (przykładem jest rozwijająca się firma Mrs. Sporty). Powstaje więc dylemat: czy modyfikować kształcenie specjalistów z rekreacji w taki sposób, aby dodać im kompetencje ekonomiczne i menedżerskie, czy też dążyć do wyodrębnienia nowej ścieżki kształcenia, gdzie byliby przygotowywani specjaliści dla rekreacji, ale o profilu biznesowym, zdolni do zorganizowania działalności gospodarczej w zakresie usług rekreacyjnych. Przykładem takiej inicjatywy był kierunek „usługi rekreacyjne i relaksacyjne” utworzony w Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu w 2015 r. w ramach studiów drugiego stopnia, który jednak nie został rozwinięty na miarę potrzeb tej nowej dziedziny teorii rekreacji. Inny przykład to próba utworzenia kierunku studiów interdyscyplinarnych „nowoczesny biznes w rekreacji i turystyce” na studiach pierwszego stopnia, podjęta w latach 2015–2016 wspólnie przez wrocławskie uczelnie – Akademię Wychowania Fizycznego i Uniwersytet Ekonomiczny. Niezależnie od mało satysfakcjonujących efektów

powyższych prób pokazują one, że istnieje zrozumienie odnośnie do podjęcia działań w zakresie omawianego w przedstawionym artykule problemu i chęć modyfikacji kształcenia w kierunkach, o których traktuje niniejsza praca.

BIBLIOGRAFIA

- Chen, B.T., Gursoy, D. (2008). Preparing Students for Careers in the Leisure, Recreation and Tourism Field. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 3(7), 21-41.
- Czajkowski, K. (1979). *Wychowanie do rekreacji*. Warszawa: WSiP.
- Dąbrowski, A. (red.) (2006). *Zarys teorii rekreacji ruchowej*. Warszawa: WSE.
- Dejnaka, A. (2015). Social media as a communication area in fitness services. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, 15(6), 825–833.
- Demel, M., Humen, W. (1970). *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej*. Warszawa: SiT.
- Dumazedier, J.D. (1962). *Vers une civilization du loisir?* Paris.
- Introduction to Recreation and Leisure With Web Resource*. 2nd Edition (2013). Champaign: Human Kinetics.
- Iwankiewicz-Rak B., Rak A. (2016). Marka w usługach rekreacyjnych – znaczenie i kształtowanie. *Marketing i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 1(42), 231–242.
- Kielbasiewicz-Drozdowska, I., Siwiński, W. (red.) (2001). *Teoria i metodyka rekreacji*. Poznań: AWF.
- Muszkiet, R., Napierała, M. (2011). *Wstęp do teorii rekreacji*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- Packianathan, Ch., Shannon, K. (2017). *Human Resource Management in Sport and Recreation*, 3 ed. Champaign: Human Kinetics
- Panfil, R. (2012). *Produkty sportowe. Identyfikacja, rozwój, dystrybucja*. Wrocław: Wyższa Szkoła Zarządzania i Coachingu.
- Panfil, R. (2015a). Coaching w zarządzaniu relacjami z klientami w usługach rekreacyjnych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, 15(6), 835–843.
- Panfil, R. (2015b). *Usługi rekreacyjne – kreowanie i udoskonalanie*. Wrocław: AWF.
- Pawłucki, A. (2013). *Nauki o kulturze fizycznej. Studia i Monografie AWF we Wrocławiu*, 117.
- Pilawska, A., Pilawski, A., Petryński W. (2003). *Zarys teorii i metodyki rekreacji ruchowej*. Katowice: Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa.

- Siwiński, W., Pluta, B. (red.) (2010). *Teoria i metodyka rekreacji*. Poznań: AWF.
- Toczek-Werner S. (red.) (2007). *Podstawy rekreacji i turystyki*. Wrocław: AWF.
- Wiesner, W. (2015). Bezpieczeństwo klienta jako istotny atrybut usług rekreacyjnych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, 15(6), 797–803.
- Winiarski, R. (2012). *Rekreacja i czas wolny*. Warszawa: Łośgraf.
- Winiarski, R.W. (1989). *Wstęp do teorii rekreacji (ze szczególnym uwzględnieniem rekreacji fizycznej)*. Kraków: AWF.
- Wolańska, T. (red.) (1984). *Rekreacja ruchowa i turystyka*. Warszawa: AWF.
- Wolańska, T. (red.) (1988). *Wychowanie do rekreacji fizycznej*. Warszawa: AWF.

Abstract

Business aspects of recreation

The starting point for this paper is the thesis of the need to improve the structure of the theory of recreation. Nowadays, such elements of the theory are well developed as physiological, social, and pedagogical conditions of recreation, or ideas of recreation methodology. But the economy-, market-, and management-related conditions are still ignored, so the theory does not take into account the business aspects. The aim of the paper is to supplement the theory of recreation with a new, business-oriented approach, as well as to indicate the practical implications of such a change. The article was prepared on the basis of literature research in the theory of recreation, discussion, and the author's own reflection. The presented results aim at clarifying and specifying the existing knowledge and the methodological approach to recreation. Three criteria for defining business orientation were identified: respect for the principles of economics, market approach, respect for the principles of effective management. The author put forward and developed a thesis of a diverse significance of business approach in different types of recreational activities. The approach is undoubtedly essential in recreational services offered on the market but it is less important in free services financed from public funds.

Key words: recreation, business, recreation services

Praca wpłynęła do Redakcji: 17.03.2017

Po recenzji: 04.04.2017

Zaakceptowano do druku: 04.04.2017

Adres do korespondencji:

Janusz Olearnik
Katedra Turystyki
Zakład Organizacji i Zarządzania w Turystyce
Akademia Wychowania Fizycznego
al. Paderewskiego 35
51-612 Wrocław
e-mail: janusz@olearnik.pl

Jak cytować:

Olearnik, J. (2017). Biznesowe aspekty rekreacji. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 57, 73–81.