

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



**DOLNY
ŚLĄSK**

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 Dziedzic, 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

Magdalena Maćkowiak, Anna Jęczyk

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

STRATEGIA *HANDS-ON ACTIVITY* W TURYSTYCE WIEJSKIEJ I JEJ WYKORZYSTANIE W TWORZENIU EDUKACYJNYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Streszczenie: Turystyka jest formą aktywności podejmowaną w kontekście zaspokajania różnorodnych potrzeb człowieka. W zależności od obszaru destynacji turystycznej pozwala realizować m.in. cele wypoczynkowe, poznawcze, zdrowotne, biznesowe czy religijne. Artykuł ma charakter przeglądowy. Jego celem jest przedstawienie roli, jaką może odgrywać turystyka wiejska jako forma wspomaganie procesu edukacyjnego. Autorki pragną w ujęciu teoretycznym i empirycznym wskazać możliwości wykorzystania potencjału obszarów wiejskich w tworzeniu produktów turystycznych pozwalających na aktywne poznawanie kultury materialnej i niematerialnej tych terenów.

Słowa kluczowe: turystyka wiejska, edukacyjny produkt turystyczny, aktywne uczestnictwo.

1. Wstęp

Turystyka to jeden z najstarszych przykładów aktywności ludzi. Cele wyjazdów turystycznych zmieniały się na przestrzeni wieków, różna była ich hierarchia i struktura, zależna zarówno od czynników otoczenia (warunki i poziom życia, świadomość społeczna), jak i od stanu rozwoju turystyki (zasoby infrastruktury, poziom zagospodarowania) [Gołębski (red.) 2002]. Turystyka w swojej naturze jest zjawiskiem interdyscyplinarnym. Podejmowane w kontekście jej rozwoju problemy i zagadnienia dotyczą różnorodnych aspektów, m.in. ekonomicznych, organizacyjno-prawnych, społeczno-kulturowych i przyrodniczych. Ze względu jednak na fakt, że od najdawniejszych czasów do podróżowania skłaniała ludzi ciekawość świata oraz potrzeba przeżyć duchowych i poznawczych, w rozważaniach teoretycznych ważne miejsce zajmują także zagadnienia dotyczące wartości edukacyjnych turystyki i jej miejsca w procesie dydaktycznym [Turos 2001].

Bardzo ogólnie brzmiąca teza, że turystyka rozwija umysł i poszerza horyzonty [Smith, Jenner 1997], pozwala stwierdzić, że funkcja edukacyjna dotyczy wszel-

kich form tej aktywności, niezależnie od motywu jej podejmowania¹. Skutkiem podróży turystycznych jest bowiem możliwość poznania kraju i świata, ciekawych ludzi, zabytków, historii własnego kraju i innych narodów, obcych kultur, osobliwości przyrody [Gołębski 2002]. Co ważne, bezpośrednie poznanie przewyższa swoją wartością wszelkie opisy i relacje, pozostawia niezatarte i niezapomniane wrażenia, rozwija i kształci człowieka, rozbudza nowe potrzeby.

Możliwości realizacji idei wielostronnej i wieloaspektowej edukacji istnieją także w turystyce wiejskiej. Odróżniające ją od innych form turystyki cechy, a więc lokalizacja, funkcja, skala, charakter i wielorakość [Lane 1992], wyznaczają obszar, a raczej obszary jej oddziaływań edukacyjnych.

Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy, jego celem jest wskazanie możliwości wykorzystania potencjału obszarów wiejskich w tworzeniu edukacyjnych produktów turystycznych, z wykorzystaniem strategii *hands-on activity*.

2. Funkcja edukacyjna turystyki wiejskiej

Turysta korzystający z oferty turystyki wiejskiej wchodzi w kontakt ze środowiskiem zarówno społecznym i kulturowym, jak i przyrodniczym. Produkty turystyki wiejskiej są bowiem sposobem eksponowania dziedzictwa materialnego i niematerialnego tych terenów, ich wartości ekologicznych, tradycji i zachowań społecznych. Osoby wypoczywające na wsi w sposób bardziej lub mniej świadomy, czynny lub bierny mogą więc poszerzać swoją wiedzę i umiejętności. W procesie edukacyjnym, który niewątpliwie zachodzi w turystyce wiejskiej, największe znaczenie ma aspekt poznawczy, wychowawczy, edukacji kulturowej oraz kształtowania świadomości ekologicznej [Sikorska-Wolak 2007].

Dla turystów przybywających na wieś najważniejszym wyróżnikiem regionu są dziedzictwo kulturowe i środowisko przyrodnicze. Możliwość podziwiania zachowanych zabytków architektury, poznanie legend i przypowieści ludowych, uczestnictwo w tradycyjnym wiejskim życiu jest ważnym elementem decydującym o wyborze konkretnej oferty turystycznej. Oczekiwania gości dotyczące atrakcji ukazujących tradycyjną kulturę wiejską stanowią bodziec dla organizatorów turystyki wiejskiej do kultywowania i ochrony dziedzictwa kulturowego. Umiejętnie wykorzystane i eksponowane walory kulturowe regionu dostarczają odwiedzającym niezapomnianych wrażeń, stając się bezcenną autoreklamą.

Turystyka wiejska potęgując refleksyjny stosunek do kultury, zarówno ludzi ją prezentujących, jak i korzystających z jej uroku, samoistnie uczestniczy w czynnej ochronie dziedzictwa kulturowego [Piotrowski, Idziak 2001]. W dużej mierze mo-

¹ Należy jednak podkreślić, że funkcja edukacyjna turystyki nie jest jednoznaczna z terminem turystyka edukacyjna, w której doświadczenie uczenia się jest celem nadrzędnym podjęcia aktywności zarówno przez grupy, jak i przez turystów indywidualnych [por. Rodger 1998, s. 28-31; Williams 2010].

że także przyczyniać się do kształtowania preferowanych postaw społecznych: świadomości ekologicznej oraz wrażliwości na problemy środowiska naturalnego [Guzik 2005]. Wiele wsi polskich położonych jest na obszarach cennych z punktu widzenia przyrodniczego i krajobrazowego (w tym również leśnych, szczególnie predestynowanych do realizacji funkcji edukacyjnej [Bhuiyan i in. 2010]). Wdrażanie na tych terenach rozwiązań służących ochronie przyrody (zarówno w skali indywidualnych gospodarstw, jak i w gminach) oraz prezentowanie turystom dobrych praktyk w zakresie użytkowania środowiska i dbałości o nie, sprzyja rozpowszechnianiu właściwych wzorców, zachowań i idei.

Wykorzystanie potencjału obszarów wiejskich w tworzeniu produktów turystycznych pozwala zatem na przekazywanie turystom treści edukacyjnych związanych m. in. poznaniem regionu, gminy, wsi; poznaniem stylu życia i pracy rolnika; procesem produkcji i pozyskiwania żywności; przygotowaniem potraw regionalnych, poznaniem obrzędów, zwyczajów, tradycji, rzemiosła, rękodzieła oraz kształtowania właściwych postaw w zakresie ochrony przyrody i krajobrazu [Jędrysiak 2010].

3. Strategia *hands-on activity* w turystyce wiejskiej a efekt edukacyjny

Turystyka jest najbardziej uniwersalnym systemem edukacyjnym, w którym uczestniczą ludzie w różnym wieku, o różnym poziomie wykształcenia, potrzebach i zainteresowaniach, statusie zawodowym i społecznym [Sikorska-Wolak 2007]. Z jednej strony jest ona nośnikiem określonych wartości, z drugiej umożliwia ich poznanie nie tylko przez bezpośrednią obserwację i przyswajanie, ale też odkrywanie, działanie i przeżywanie. Zaangażowanie emocjonalne jest nieodłącznym elementem poznania również w turystyce wiejskiej. Stąd coraz częściej odwołują się do niego pomysłodawcy i twórcy produktów oferowanych turystom, wykorzystując przy ich realizacji interpretację dziedzictwa, w której największą wagę przywiązuje się do zastosowania różnorodnych i aktywnych form prezentacji, odniesienia do czynników zachęcających turystów do aktywności i objaśniających przekazywane treści, a także pozwalających przyswajać nowe informacje w przyjemny sposób [Lane 1999].

Odpowiednia interpretacja dziedzictwa opiera się na sześciu zasadach, zwanych od nazwiska ich autora zasadami Tildena [1977]:

- **interpretacja musi być prowokacyjna** – wiadomość musi być ciekawa, wyróżnić się spośród wielu innych dostarczonych w ofercie, stymulować zainteresowanie, motywować do akcji i ukształtowania własnej opinii;
- **interpretacja powinna być odkrywczą** – odbiorcy powinni dowiedzieć się o nowych faktach, które pobudzą zainteresowanie, a nawet ich zaskoczą;

- **interpretacja powinna dotyczyć rzeczy nienamacalnych** – musi się zajmować tym, co jest doświadczane przez odbiorcę, lub czymś, czego uprzednio doświadczył;
- **głównym celem interpretacji nie jest instrukcja, lecz prowokacja** – wiąże się to z odejściem od tradycyjnej formy informowania, schematycznej, przepełnionej treścią i faktami, które nie zostaną zarejestrowane i zapamiętane przez odbiorcę;
- **interpretacja musi odzwierciedlać całość** – musi przedstawić fakty interesujące, ale też prawdziwe, i jej przekaz musi być tak skonstruowany, by wskazywał, że dana informacja nie jest jedyną ciekawą w tym zakresie tematycznym, i zachęcał do dalszych dociekań, poszukiwań, a tym samym korzystania z poszerzonych wariantów oferty turystycznej, powrotu w to samo miejsce bądź polecenia oferty znajomym;
- **interpretacja powinna być dostosowana do odbiorcy** – adresowana do dzieci musi być mniej przesycona informacją niż do dorosłych, ale musi posiadać ten sam szkielet informacyjny i wydźwięk: wymaga to innych metod i działań oraz osobnego programu.

W tworzeniu produktu turystyki wiejskiej należy zatem pamiętać, że każde miejsce ma historię wartą opowiedzenia, a osobisty kontakt mieszkańców z turystami jest znaczącym atutem. Zastosowanie technik interpretacyjnych powinno umożliwiać odwiedzającym dany region zrozumienie jego przeszłości, specyfiki i wartości, a dokonanie przez organizatorów turystyki odpowiedniej selekcji wykorzystywanych materiałów może wpływać na zachowania gości, zachęcać ich do odwiedzania poszczególnych miejsc

Jednym z niezbędnych elementów warunkujących powodzenie realizacji interpretacji dziedzictwa jest zastosowanie strategii *hands-on activity*². Niezależnie bowiem od przyjętego kryterium segmentacji rynku oraz rodzaju produktu sprawdza się Konfucjańska zasada: powiedz mi – a zapomnę, pokaż mi – a zapamiętam, pozwól mi zrobić – a zrozumieć. Zastosowanie strategii *hands-on activity* w turystyce wiejskiej, sprzyjające realizacji jej funkcji edukacyjnej, wiąże się z aktywnym udziałem turysty w poznawaniu i odkrywaniu miejsca recepcji, zrozumieniu jego specyfiki i wartości. Może dotyczyć samodzielnego wykonania lub empirycznego poznania zasad funkcjonowania itp. Podstawowym zadaniem strategii *hands-on* jest pobudzać do myślenia i działania, dając turystyce różnorodne doznania, które powodują, że dana oferta staje się w pełni zrozumiała i satysfakcjonująca dla odwiedzającego. Ma on świadomość, że czas poświęcony na zwiedzanie, zobaczenie został efektywnie i przyjemnie wykorzystany, co może zachęcić do ponownego przyjazdu lub do refleksji [Caulton 1998].

² Aktywny, osobisty udział, zaangażowanie, uczestniczenie w sposób bezpośredni, praktyczny.

Aby strategia *hands-on* mogła stać się elementem wzbogacającym wiejskie produkty turystyczne, lokalna społeczność powinna zrozumieć, że jej codzienność może być atrakcyjna dla odwiedzających, a odpowiednia interpretacja dziedzictwa, zaangażowanie w program jego rozpoznania, sklasyfikowania, oceny i prezentacji może przyczynić się do aktywizacji gospodarczej terenu, a także do ochrony i popularyzacji majątku kulturowego i przyrodniczego obszaru [Guide... 2000]. Realizacja strategii *hands-on* opiera się bowiem na wykorzystaniu miejscowej wiedzy, doświadczenia i siły roboczej oraz wzmocnieniu poczucia dumy wśród mieszkańców, pobudza też wzrost wydatków na lokalne produkty i usługi.

Zastosowanie strategii *hands-on activity* w tworzeniu produktów turystyki wiejskiej umożliwia uczestnikom skorzystanie z nich w najbardziej pożądanej z punktu widzenia edukacyjnego formie. Efektywna i wartościowa dla turysty jest bowiem jedynie podróż satysfakcjonująca go, wzbogacająca, śmiała i umożliwiająca uczenie się przez doświadczenie [Ritche 2003]³.

4. Strategia *hands-on activity* w produktach turystyki wiejskiej – studia przypadków

„Kraina Legend Świętokrzyskich”

Produkt turystyczny „Kraina Legend Świętokrzyskich” funkcjonuje na obszarze gminy Bielany, położonej malowniczo wśród pasm Gór Świętokrzyskich [http://www.bieliny.pl/asp/pl_start.asp?typ=14&sub=167&menu=173&strona]. Produkt oparty jest na powiązaniu walorów przyrodniczych regionu (urozmaicona rzeźba terenu, malowniczy krajobraz, położenie w obszarze przyrody chronionej) oraz zasobów dziedzictwa kulturowego (gwary świętokrzyskiej, magii i wierzeń ludowych, bogactwa historycznego).

„Kraina Legend Świętokrzyskich” opiera się na wykorzystaniu idei gry terenowej, która wymaga od uczestników zaangażowania i współpracy w grupie. Łączy przygodę i naukę z zabawą. Jest to rodzaj gry strategicznej, przeniesionej z wirtualnego świata do rzeczywistości, której scenariusze dopasowane są do wieku i oczekiwań uczestników. Trasy tych gier mają zazwyczaj od 2 do 3 km i wiodą przez malownicze zakątki Gór Świętokrzyskich, mroczne i tajemnicze ostępy leśne oraz niespotykane plenery świętokrzyskich pasiaków. Uczestnicy zabawy tworzą grupy, tzw. plemiona, które rywalizują o zwycięstwo. Na starcie każda z grup dostaje mapę, która ma doprowadzić do celu podróży. Na trasie gracze spotykają ożywione postaci z legend i podań (przebrani mieszkańcy): mnichów, piękne czarownice rzucające uroki na mężczyzn, mądre zielarki udzielające rad, jak pokonać

³ REAL Travel – akronim angielskich słów: Rewarding, Enriching, Adventuresome, Learning experience.

czyhające wokół niebezpieczeństwa, oraz wiele innych postaci znanych z kultury wczesnosłowiańskiej. Gry mają charakter integracyjno-edukacyjny. Dzięki interesującym dialogom i pomysłom scenarzystów gracze poznają historie i legendy związane z postaciami, a atrakcyjne gry i zabawy zespołowe oraz „misje do spełnienia” integrują grupy i pozwalają im się dobrze bawić [Dąbek 2009].

Ekomuzeum Rzemiosła w Dobkowie

Ekomuzeum Rzemiosła w Dobkowie to muzeum bez murów, w którym nie ma nietykalnych eksponatów, a ludzie i przedmioty dają się poznać w ich naturalnym otoczeniu. Obejmuje ono wieś Dobków położoną w Krainie Wygasłych Wulkanów, na granicy Gór i Pogórza Kaczawskiego w Sudetach Zachodnich [<http://www.ekomuzeum.info/index.html>]. Punktem wyjścia do stworzenia tego typu muzeum był potencjał przyrodniczo-kulturowy wsi Dobków, typowej sudectkiej wsi łańcuchowej z zachowanym układem architektoniczno-osadniczym. Większość domów posiada ponad 100-letnią historię i indywidualny charakter, który odzwierciedla jednocześnie strukturę społeczną [Rozpędowski 2009].

Ekomuzeum w Dobkowie tworzą punkty ekomuzealne, w tym pracownie ceramików i rękodzielników wraz z galeriami prac artystycznych, gospodarstwa rolne i pasieczne, obiekty noclegowe, wypożyczalnię rowerów i sklep z produktami lokalnymi. Wszystkie obiekty są ogólnie dostępne dla turystów, a punkty ekomuzealne otwarte przez cały rok. W pracowniach artystycznych można zobaczyć autentyczny warsztat, warunki pracy artystów rzemieślników, metody, jakimi się posługują, oraz uczestniczyć w warsztatach. Gospodarstwa pasieczne przystosowane są do zwiedzania, prezentują pracę pszczelarza i produkty pszczele, takie jak miody i miody pitne wytwarzane według XIX-wiecznych receptur, chłodniki miodowe, świece. Gospodarstwa agroturystyczne oferują wysokiej jakości miejsca zakwaterowania oraz liczne usługi dodatkowe [Kmita-Dziasek 2012]. Sztandarową imprezą proponowaną turystom są odbywające się od 2005 r. „Kaczawskie Warsztaty Artystyczne” [<http://www.ekomuzeum.info/index.html>].

Formalne funkcjonowanie Ekomuzeum jest oparte na strukturach Stowarzyszenia Dobków, które zrzesza mieszkańców miejscowości, należy do sieci ekomuzeów w Polsce i jest członkiem Dolnośląskiej Sieci Ekomuzeów.

„Małopolska Wieś dla Dzieci”

„Małopolska Wieś dla Dzieci” to szlak, na którym znajduje się 16 gospodarstw agroturystycznych z terenu Podhala, Beskidu Niskiego i Beskidu Sądeckiego, a każde z nich dysponuje specjalną ofertą przygotowaną pod kątem najmłodszych turystów (tab. 1).

Tabela 1. *Hands-on activity* w gospodarstwach agroturystycznych na szlaku „Małopolska Wieś dla Dzieci”

Gospodarstwo	Oferta dla dzieci
1	2
„We Młynie”	Możliwość samodzielnego zrywania owoców i warzyw, nauka samodzielnego ich mycia i wykorzystania w przyrządzaniu posiłków, konfitur; możliwość przyglądania się pracy gospodarzy, wykonywania drobnych czynności gospodarskich, opieki nad małymi zwierzętami; karmienie kur, zbieranie jaj, podglądanie życia pszczoł, zbieranie i suszenie ziół, zakładanie zielników, konkursy plastyczne, nauka wyplatania wianków, lepienie z gliny, malowanie na szkle, nauka haftu.
„Skotnica”	„Zagroda Jurajska”: założona w czereśniowo-śliwkowym sadzie z linami, kładkami linowymi i wigwamem; poznawanie zwierząt gospodarskich, opieka nad nimi, żywienie, przyglądanie się uprawie warzyw, nauka wykonywania kwiatów z bibuły, wyplatania wianków; bajki przy ognisku, konkursy plastyczne, pokazy wypieku chleba i ciastek, wspólne spacery.
„Szczęśliwa Trzynastka”	„Wielka przygoda na małej wsi”: poznawanie zwyczajów i tradycji gospodarstwa wiejskiego, uczestnictwo w pokazie dawnych narzędzi rolniczych, wypieku chleba, podpłomyków, ziemniaczanych talarków; pielęgnacja i karmienie zwierząt; poznawanie legend, bajek i opowieści o historii i przyrodzie regionu i „Szczęśliwej Trzynastki”.
„Łopusze”	„Wioska Leśnych Ludzi”: plac zabaw, ścieżka przyrodniczo-rekreacyjna „Dziki Trakt”; „Krasnalowa Sala” wypełniona gramami i zabawkami; „Skarby Ziołowego Wzgórza” – warsztaty edukacyjno-artystyczne, zabawy tematyczne „Niezłe Ziółko”, „Potencjał możliwości”, gry i zabawy z różnych zakątków świata, zajęcia artystyczne „Łopuszańskie Okienka”, tworzenie trwałych pamiątek z wakacji; wieczorne „Spotkania z bajką”, rozmowy i opowieści o historii i przyrodzie regionu, wypatrywanie Ziołowego Dziadka, „Dziki Wyprawy” przyrodnicze, malowanie obrazu na sztalugach.
„Biały Jeleń”	„U nas same rarytasy”: zajęcia edukacyjne w skansenie zagrody karpackiej, pokaz pieczenia chleba „Od ziarenka do bochenka”, piesze wyprawy w głąb lasu, grzybobranie, piknik; „Leśne podchody” – szukanie skarbu, lepienie z gliny, malowanie na sztalugach, tworzenie kolaży, gry i zabawy sportowe, zajęcia rytmiczne i muzyczne, nauka tańca, karmienie zwierząt, opowiadanie bajek, grillowanie w szałasie, leśne wyprawy konne.
„Domek pod Różami”	„Spotkanie z przeszłością” – pokaz przygotowania zaczynu na chleb, zwiedzenie Zaklinacza, pieczenie chleba, ognisko.
„Chata na Podlesiu”	„Czas na naturę”: oprowadzanie dzieci po gospodarstwie ekologicznym, zapoznanie z zasadami zdrowego odżywiania, karmienie zwierząt, przyglądanie się pracom polowym, wycieczki do lasu ścieżką edukacyjną, poznawanie legend i historii Łużnej, gry i zabawy, konkursy plastyczne.
„U Grzegorza”	„Barwy wakacyjnej przygody”: gry i zabawy, wyprawy na farmę zwierzęcą (dojenie kóz, karmienie koni i kur, jazda na kucyku), wyprawy na łąkę, zajęcia artystyczne, zabawy ruchowe z chustą, zdobywanie dyplomu małego ekologa, ogniska, bale przebierańców.
„Orle Gniazdo”	„Tajemnice Rycerskiego Wzgórza”: odwiedziny ruin zamku w Rytrze, poznanie legend Szlaku Bursztynowego, bajkowej postaci Rogasia, poznanie gospodarstwa (karmienie zwierząt, podglądanie prac polowych), spacer po lesie, udział w przygotowaniu i pieczeniu chleba oraz podpłomyków, zajęcia plastyczne.

1	2
„Eko – Łatka”	„Eko-Łatka spełnia marzenia dzieci”: poznanie gospodarstwa ekologicznego, karmienie zwierząt, wycieczki do lasu, zwiedzanie kapliczek, wyprawa na łąki, wykonanie zielników, wieczory bajek, pokaz pieczenia chleba i wykonania przetworów, lepienie pierogów, konkursy malowania i wyplatania wianków, zabawy z psem Sabą i kotem Rudkiem.
„Owieczka”	„Tradycyjna góralska wieś dla małych gospodarzy”: imprezy okolicznościowe z okazji Bożego Narodzenia, Świąt Wielkanocnych, Majówki; w ofercie również m.in.: uczestnictwo w pracach gospodarskich (karmienie zwierząt, wyrób masła, pieczenie chleba, przygotowanie przetworów, które dzieci zabierają do domu, gry i zabawy, zwiedzanie okolicznych zabytków, wycieczki do lasu, minizoo, dzieci biorą udział w konkursach plastycznych i zdobywają dyplomy „Dojarza”, „Gospodarza Kurnika”, „Najlepszego Gospodarza”.
„U Haliny”	W programie dla dzieci przygotowano m.in. wycieczkę do lasu w poszukiwaniu krasnoludków i leśnych dziadków, opowiadanie bajek i legend przy ognisku, gry i zabawy zespołowe, konkursy rysunkowe.
„Jodełka”	„Weekend na łonie natury”: poznawanie gospodarstwa i okolicy, karmienie zwierząt, zbieranie jajek, wycieczki do lasu (zbieranie runa leśnego), w zimie jazda na sankach i zabawy na śniegu.
„Adamcykówka”	„Bajkowe wspomnienia z gór”: poznawanie tajemnic gospodarstwa, karmienie zwierząt i opieka nad nimi, zwiedzanie ogrodu, wycieczki po okolicy, gry i zabawy, promocja zdrowego trybu życia, konkursy rysunkowe i góralskie bajania przy ognisku.
„Akiko”	Gimnastyka japońska, „Radio Taiso”, nauka piosenek japońskich, japońskie i góralskie „Karaokę”, nauka kaligrafii japońskiej „Szuji”, zwyczaje „Gyogi”, układanie kwiatów i dekoracja stołów „Ikebana” oraz tradycyjne gry i zabawy dzieci „Asobi”.
„U Kazika”	Oferta zabaw i wycieczek, na którą składają się m.in.: opowieści o tradycjach i zwyczajach, wycieczki do lasu, gry i zabawy na świeżym powietrzu, wycieczki nad rzekę, poszukiwanie złotej rybki, zabawy w świetlicy, konkursy.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Matopolska Wieś dla Dzieci... 2010].

5. Podsumowanie

Turystyka wiejska jest niekonwencjonalną formą edukacji. Uprawiana przez zróżnicowanych pod wieloma względami odbiorców, pozwala łączyć naukę z zabawą, relaksem i aktywnością fizyczną. Wypoczywając, uczestnicy są jednocześnie wdrażani do zdobywania różnorodnego doświadczenia w bezpośrednim kontakcie z przyrodą. Podstawowe treści edukacyjne w turystce wiejskiej związane są z wartościami kulturowymi i przyrodniczymi tych obszarów.

Na efektywność przekazu i przyswajanie informacji przez turystów wpływa niewątpliwie sposób prezentacji. Budowanie produktów turystycznych na obszarach wiejskich z wykorzystaniem założeń strategii *hands-on activity*, opartej na aktywnym i emocjonalnym zaangażowaniu odbiorcy, nie tylko podnosi atrakcyjność oferty, ale również decyduje o skuteczności procesu edukacyjnego.

Literatura

- Bhuiyan A.H., Islam R., Siwar Ch., Ismail S.M., *Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education*, "Elsevier, Procedia Social and Behavioral Sciences" 2010, no. 7 (C).
- Caulton T., *Hands-on Exhibition: Managing Interactiv Museum and Science Centres*, TJ International Ltd, UK 1998.
- Dąbek D., *Kraina Legend Świętokrzyskich*, [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego. Inicjatywy i inspiracje*, CDR w Brwinowie, Kraków 2009.
- Gołembski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 2002.
- Guide d'observation du patrimoine rurale*, Ministere de l'Agriculture et de la Peche, Paris 2000.
- Guzik Cz., *Edukacja ekologiczna w agroturystyce*, [w:] *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, red. Z. Kryński, E. Kmita-Dziasek, Materiały Sesji Naukowej XI Ogólnopolskiego Sympozjum Agroturystycznego, Prace Naukowo-Dydaktyczne PWSZ w Krośnie 2005, nr 15.
- Jędrysiak T., *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2010.
- Kmita-Dziasek E., *Współpraca na rzecz wiejskiego produktu turystycznego*, [w:] *Wiejski produkt turystyczny. Doświadczenia i wyzwania*, red. J. Majewski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa w Kielcach, Kielce 2012.
- Lane B., *Strategia interpretacji dziedzictwa. PHARE TOURIN II*, [w:] *Dziedzictwo kulturowe polskiej wsi a turystyka wiejska*, materiały konferencyjne, CDiEwR, Kraków 1999.
- Lane B., *A philosophy for rural tourism*, [w:] *Tourism on the farm*, Environmental Institute, University College, Dublin 1992.
- Małopolska Wieś dla Dzieci. Katalog ofert gospodarstw agroturystycznych*, Sądecka Organizacja Turystyczna, Nowy Sącz 2010.
- Piotrowski J.P., Idziak W., *Kultura bogactwem turystyki wiejskiej*, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa 2001.
- Ritche B.W., *Managing Educational Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, UK 2003
- Rodger D., *Leisure, learning and travel*, „*Journal of Physical Education, Research and Dance*” 1998, no. 69 (4).
- Rozpędowski K., *Ekomuzeum Rzemiosła w Dobkowie*, [w:] *Marka wiejskiego produktu turystycznego. Inicjatywy i inspiracje*, CDR w Brwinowie, Kraków 2009.
- Smith C., Jenner P., *Market Segments. The Senior's Travel Market*, "Travel i Tourism Analyst" 1997.
- Sikorska-Wolak I., *Turystyka jako system dydaktyczno-wychowawczy*, [w:] *Turystyka wiejska a edukacja. Różne poziomy, różne wymiary*, red. J. Sikora, Wydawnictwo Akademii Rolniczej w Poznaniu, Poznań 2007.
- Tilden F., *Interpreting Our Heritage*, University of North Carolina Press, Chapel Hill 1977.
- Turoś L., *Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej*, Ypsilon, Warszawa 2001.
- Williams P., *Educational Tourism: Understanding the Concept, Recognising the Value*, 2010, [http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational Tourism: Understanding the Concept, Recognising the Value#References](http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational+Tourism:+Understanding+the+Concept,+Recognising+the+Value#References), dostęp: 26.03.2013.
- <http://www.bieliny.pl>, dostęp: 28.03.2013.
- <http://www.ekomuzeum.info/index.html>, dostęp: 28.03.2013.
- <http://www.ekomuzeum.info/index.html>.

THE STRATEGY OF HANDS-ON ACTIVITY IN RURAL TOURISM AND ITS USE IN CREATING TOURISM EDUCATIONAL PRODUCTS

Summary: Tourism is a form of activity undertaken to satisfy different human's needs. According to tourism destination area it allows to accomplish various aims, for instance: leisure, exploration, health, business or religion. The aim of this article is to show the role of rural tourism in supporting educational process. The authors want to show the theoretical and empirical aspect of using rural areas potential in creating tourism products which actively allow to familiarize with material and not-material culture of these areas.

Keywords: rural tourism, educational tourism product, hands-on-activity.