

BIZNESOWE ASPEKTY REKREACJI

Wprowadzenie

Kiedy studiuje się dorobek naukowy na temat rekreacji albo przegląda programy kształcenia odpowiednich specjalistów, to w pierwszej chwili powstają skojarzenia ze zdrowiem, z organizmem człowieka, z wykorzystaniem czasu wolnego od zajęć zawodowych, z metodami zajęć rekreacyjnych, natomiast gdzieś w oddali migotają wątki ekonomiczny lub menedżerski, gdzieś na marginesie pozostaje traktowanie rekreacji jako działalności gospodarczej, jako obszaru biznesowego. Ciekawe jest to, że praktyka wyprzedza tu naukowe teorie i w polskim krajobrazie gospodarczym pojawiają się liczne firmy wykonujące lepiej lub gorzej usługi rekreacyjne, działające zgodnie z regułami biznesowymi. Prowadzi to do stwierdzenia, iż jest miejsce i jest uzasadnienie dla wyodrębnienia i opisania biznesowych aspektów rekreacji.

Celem niniejszego artykułu jest uzupełnienie teorii rekreacji o nowe, dotychczas słabo zidentyfikowane ujęcie, jakim jest orientacja biznesowa działań rekreacyjnych, a także oraz wskazanie praktycznych implikacji takiej zmiany. Rozważania mają charakter teoretyczny, powstały na podstawie badań piśmiennictwa w zakresie teorii rekreacji, a także na podstawie dyskusji oraz własnej refleksji autora. Przedstawione tu wyniki mają charakter porządkujący i precyzujący wiedzę bazową oraz podejście metodyczne do rekreacji, respektując i rozwijając dotychczasowe ustalenia wielu badaczy. W kolejności 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 bez ujęć biznesowych

Dla przedstawienia w niniejszym artykule jednego – biznesowego - aspektu rekreacji ważne jest dokonanie przeglądu struktury dotychczas stworzonej wiedzy na temat szeroko pojętej rekreacji. 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 wypełnieniem czasu. 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, to jest uważana za osobny obszar naukowych poszukiwań. Mówi się także o istnieniu teorii rekreacji dającej podstawy do tych poszukiwań. (Winiarski R.W. 1989; Kiełbasiewicz-Drozdowska I. Siwiński W. red., 2001; Siwiński W., Pluta B. red., 2010; Muszkieta R., Napierała M., 2011; Dąbrowski A. red., 2006).

Trzeba zauważyć, iż 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 and Leisure With Web Resource, 2013). Pojawia się też określenie *LRT field* jako obszar badań i realnych działań w zakresach *leisure*, *recreation* oraz *tourism*. (Chen B.T., Gursoy D. 2008, s.21-41). Również w polskiej literaturze występuje stanowczy pogląd o braku podstaw do wyodrębniania nauki czy też teorii rekreacji. (Pawłucki A. 2013, str. 255 i nast.)

W polskiej nauce badania nad rekreacją i próby definiowania jej tożsamości są konsekwentnie prowadzone w obszarze nauk o kulturze fizycznej, głównie w środowiskach akademii wychowania fizycznego. Założeniem powszechnie akceptowanym jest rola czasu wolnego jako źródła i podstawy do podejmowania rekreacji (Winiarski R. 2012), badacze podążają tu za tezą francuskiego socjologa J.D. Dumazedier'a, który używał określenia „cywilizacja rekreacyjna” (*une civilization du loisir*) (Wolańska T. red. 1984 s.13). Wiele prac podejmuje problematykę metodyki rekreacji ruchowej (np. Demel M., Humen W. 1970, Pilawska A., Pilawski A., Petryński W. 2003; Dąbrowski A. red. 2006), wychowania do rekreacji (np. Czajkowski K. 1979; Wolańska T. red. 1988), organizowania imprez rekreacyjnych (np. Toczek-Werner S. red. 2007), czy bezpieczeństwa w rekreacji (np. Wiesner W. 2015).

Ogólnie można stwierdzić, że z badań polskich uczonych wyłania się określony ład pojęciowy i struktura wiedzy. Jedną z pierwszych prac (Winiarski R.W. 1989) dokonujących systematyzacji wiedzy wyodrębnia 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. (Pilawska A., Pilawski A., Petryński W., 2003, s. 75-90). Z kolei w ważnej pracy ze środowiska poznańskiego (Kiełbasiewicz-Drozdowska I. Siwiński W. red., 2001) mówi się o społecznych oraz biologicznych podstawach rekreacji, a także o ekonomicznych uwarunkowaniach rekreacji. Pojawienie się uwarunkowań ekonomicznych należy tu odnotować, ale zakres rozważań w przywołanej pracy był ograniczony i odnosił się do uwarunkowań przestrzennych, w tym procesów inwestycyjnych oraz do marketingu w rekreacji.

Nowe podejście do rekreacji oparte na wyeksponowaniu pojęcia „usługi rekreacyjne” zawiera praca R. Panfila (2015). Autor spogląda na rekreację z dwóch różnych punktów widzenia. 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 (mieszanie usług z rzeczami). Drugi punkt widzenia to „udostępnianie usług”, czyli tworzenie wielostronnych, kompleksowych warunków do przygotowania zajęć rekreacyjnych w formach zorganizowanych oraz warunków ich odbywania, do właściwego obsłużenia klienta, w szczególności przez: dotarcie z usługą do odpowiednich miejsc, stworzenie dogodnych warunków korzystania (np. trenerzy, sale, wyposażenie, ale także szatnie, wypożyczalnie, parkingi). Warto zauważyć, że między tymi dwoma ujęciami jest jeszcze ważny element - dopasowywanie ofert do zidentyfikowanych potrzeb i profili klientów. Jest to podejście typowe dla marketingu, gdzie na początku jest zawsze klient docelowy, adresat danej oferty usługowej, jego należy rozpoznać, aby samo stworzenie usługi i jej udostępnienie były trafne. Charakterystyczne dla R. Panfila jest traktowanie rekreacji jako usług, jako zorganizowanego zbioru czynności umożliwiających ludziom dostęp i uprawianie rekreacji.¹ Stąd już bliska jest droga do ekonomiczno-menedżerskiego podejścia do rekreacji.

Taką drogą podążają ci badacze, którzy traktują rekreację jako obszar biznesu, a więc wymagający respektowania kryteriów ekonomicznych, sprawności menedżerskiej oraz orientacji rynkowej (Pac-kianathan Ch., Shannon K. 2017; Panfil R. 2015a; Dejnaka A. 2015; Iwankiewicz-Rak B., Rak A. 2016).

Istota i kryteria orientacji biznesowej w działaniach rekreacyjnych

Wypada tu określić bliżej naturę orientacji biznesowej w rekreacji oraz granicę dzielącą tę orientację od nie biznesowego traktowania działań rekreacyjnych.

Jak rozumieć określenie „orientacja biznesowa”, które stanowi istotę rozważań w tym artykule? Objaśnienie 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, osoby przygotowujące i prowadzące zajęcia rekreacyjne, jak też 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 zachowaniach człowieka obliczonych na rekreacyjne zapewnienie czasu wolnego jest pierwiastek biznesowy? Odpowiedź jest twierdząca, gdyż człowiek ten zawsze ponosi jakiś koszt, także finansowy, a to każe mu włączyć kryterium ekonomiczne. Czy w działaniach animatorów bądź instruktorów rekreacji również to kryterium ma znaczenie? Odpowiadamy twierdząco, gdyż są oni

¹ W pracy (Panfil R. 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 obejmujące dietę i suplementację, a także bonusy zwiększające atrakcyjność usług.

podmiotem na rynku pracy, otrzymują wynagrodzenie za swoją pracę, staje się ono kryterium wielu decyzji zawodowych np. co do wyboru miejsca pracy, jej charakteru, zaangażowania, samorozwoju. We wskazanych przykładach można znaleźć tylko ślady orientacji biznesowej. Wystarczy to jednak do stwierdzenia, że przygotowanie człowieka do samodzielnej aktywności rekreacyjnej czy też przygotowanie instruktora do jej prowadzenia nie może całkowicie abstrahować od kryteriów ekonomicznych. Czas wyjaśnić bliżej te kryteria, pora na wskazanie, co wypełnia określenie „orientacja biznesowa”.

Najprościej byłoby powiedzieć, że wyznacznikiem i kryterium decydującym jest dążenie do osiągnięcia zysku, ale byłoby to nadmierne uproszczenie. Wskazujemy tu 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.

Stopień osiągnięcia każdego z tych kryteriów nie jest możliwy do precyzyjnego pomiaru, zatem i określenie orientacji biznesowej danego podmiotu jest tylko zarysowaniem profilu jego działań, kierunku rozwoju, ogólną diagnozą.

Kryterium pierwsze to respektowanie zasad ekonomii. W działalności gospodarczej jest to 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:

- 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 co do planów i 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 to stosowanie 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 w pracy R. Panfila (2015);
- wykonujemy usługi rekreacyjne, które mają wszelkie atrybuty produktu w znaczeniu marketingowym, tj.: stanowią sprecyzowaną ofertę sprzedażową, mają swoją cenę, sprzedawca w ramach zawartej umowy jest gwarantem właściwej jakości; w tym znaczeniu czynności np. instruktora rekreacji staną się usługą-produktem dopiero wówczas, gdy przybiorą postać rynkowej oferty;²
- 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 tzw. marketing-mix w posługiwaniu się narzędziami działań rynkowych, kreowanie produktów i marki przedsiębiorstwa, budowanie systemów udostępniania usług i komunikacji z klientami.

Kryterium trzecie to respektowanie zasad skutecznego zarządzania - organizacją, procesem lub projektem rekreacyjnym. Nie może być powodzenia 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;

² Podobnie jest np. w usługach gastronomicznych, gdzie praca kucharzy, kelnerów, menedżerów 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.

- organizowanie kontaktów zewnętrznych, budowanie sprzyjających relacji z podmiotami otoczenia;
- zarządzanie przedsięwzięciami (pojedynczymi projektami).

Podane kryteria i ich szczegółowe przejawy mogą służyć do identyfikowania orientacji podmiotów organizujących działania rekreacyjne, pod kątem ogólnej oceny 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 tam gdzie to jest uzasadnione powinna być brana pod uwagę przez odpowiednie podmioty przy programowaniu ich działalności gospodarczej w obszarze rekreacji.

Zróznicowane 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 własny 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. Niekiedy nawet jest tak, że to koszty są kryterium decyzji czy i jaką formę rekreacji wybrać. Tym samym pojawia się tu potrzeba uwzględnienia czynnika finansowego, a to zbliża nieco do orientacji biznesowej.

Natomiast jeżeli spojrzeć na rekreację od strony **organizatora zajęć rekreacyjnych lub warunków dla ich wykonywania**, to 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 W. red., s. 225). Metodyka stanowi ważny element kształtującej się teorii rekreacji, ale w tym obszarze nie ma żadnych sposobności do 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 rzesze 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 elemencie również nie występuje potrzeba orientacji biznesowej, podstawowe znaczenie ma tu realizacja roli pedagoga zorientowanego na zdrowie powierzonych osób, na ich dobrze pojęte stany *wellness* i *fitness*. Jak już wcześniej wspomniano, jedynym miejscem, gdzie pojawia się orientacja ekonomiczna osób pracujących w rekreacji jest system motywacyjny, ściślej – wynagrodzenia za pracę.

Trzecim czynnikiem jest **całokształt warunków materialnych** niezbędnych do uprawiania rekreacji. Tu rzecz się komplikuje, gdyż 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 polu swoich działań także tworzenie warunków dla 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 – tam 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 ocenić to z punktu widzenia biznesowego, to należałoby powiedzieć, iż „nie zbadano relacji nakładów do przewidywanych efektów” albo „inwestycja nie była poprzedzona należytych rachunkiem optymalizacyjnym”. To nie jest tylko kwestia sformułowań interpretacyjnych. To jest różnica w podejściu. 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, te podmioty w naturalny sposób są zorientowane na zysk i działają zgodnie z rachunkiem ekonomicznym oraz w dostosowaniu 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 przypadku 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 nr 1 przedstawiono zróżnicowany zakres orientacji biznesowej w odniesieniu do różnych rodzajów działalności związanej z rekreacją.

Tabela nr 1:

Zakres orientacji biznesowej a rodzaj, charakter i podmiot działalności rekreacyjnej

Rodzaj działalności związanej z rekreacją	Źródła i charakter	Podmiot	Zakres orientacji biznesowej
1. 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
2. Kreowanie zajęć rekreacyjnych	Ordynowanie, animacja, trening, instruktaż, doradztwo, nauczanie, opieka	Animator, trener, instruktor, doradca, nauczyciel	Ograniczona orientacja biznesowa – motywacja personelu
3. Tworzenie warunków materialnych do uprawiania rekreacji w sferze usług zbiorowych (publicznych)	Zagospodarowanie rekreacyjne w przestrzeni publicznej (nie-komercyjnie)	Organizacje, samorządy	Ograniczona orientacja biznesowa, równowaga racji ekonomicznych i społecznych
4. Tworzenie rynkowych usług rekreacyjnych	Działanie 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
5. Oferowanie i sprzedaż usług na rynku	Oferty rynkowe usług rekreacyjnych	Komercyjne przedsiębiorstwa usług rekreacyjnych	Pełna orientacja biznesowa

Źródło: opracowanie własne

Konkluzje

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, iż nie ukształtował się naturalny mechanizm funkcjonowania instytucji i procesów organizowania i korzystania z rekreacji, powoli też rozwijały się odpowiednie nawyki w społeczeństwie, w szczególności nie dostrzegano w praktyce w należyтым stopniu związku rekreacji ze zdrowiem. Ostatnie trzydzieści lat formowania polskiej rzeczywistości przyniosło wzrost czasu wolnego i jego postrzeganie, zmiany stylu życia, nawyków żywienio-

wych, dbałości o zdrowie i tryb realizacji codziennych obowiązków. Te zmiany wzmogły zainteresowanie rekreacją w najróżniejszych formach, rzecz 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 przypadku usług rekreacyjnych. To 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 uwzględnia dokonania różnych dziedzin i dyscyplin nauki, że stara się respektować wszechstronne uwarunkowania o charakterze humanistycznym, fizjologicznym, pedagogicznym, psychologicznym, socjologicznym, zdrowotnym. Wydaje się, że do tej długiej i różnorodnej listy wypadłoby 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 oddziela 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, dla osiągnięcia określonych celów związanych ze stanami wellness bądź fitness. W tym ujęciu istnieje ogromny dorobek naukowy i praktyczny, 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 szybkich zmian, innowacji, galopującym tempie życia, samo czynnościowe przygotowanie do rekreacji okazuje się niewystarczające. Konieczne staje się stworzenie systemu instytucjonalno-organizacyjnego, najlepiej opartego na mechanizmie rynkowym, który umożliwi, zachęci, ułatwi coraz to szerszym kręgom ludzi realizację aktywności rekreacyjnej w nowoczesnych formach. Dlatego wyłania się tu owo drugie ujęcie rekreacji – organizatorskie, które ukazuje inne jej aspekty: ekonomiczny, menedżerski i rynkowy. Z pewnym trudem przychodzi używanie określenia „biznesowy”, z uwagi na jego popularny a nie naukowy wydźwięk, jednak na tym etapie teoretycznych rozważań

bardziej chodzi o sens aniżeli o nazewnictwo. Stosując to drugie ujęcie w odniesieniu do rekreacji należy mieć na myśli całokształt warunków organizacyjnych, rynkowych, kadrowych, sprzętowych, finansowych, i innych, które umożliwiłyby dostępność 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 odpowiednio ukształtowanych 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 o dominującej orientacji menedżerskiej albo rynek zostanie zdominowany przez sieci usług rekreacyjnych opartych na gotowych „formatach” 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 na studiach drugiego stopnia, który jednak nie został rozwinięty na miarę oczekiwań. Inny przykład to próba utworzenia kierunku studiów interdyscyplinarnych „Nowoczesny biznes w rekreacji i turystyce” na studiach pierwszego stopnia, podjęta w okresie 2015-2016 wspólnie przez wrocławskie uczelnie - Akademię Wychowania Fizycznego i Uniwersytet Ekonomiczny. Niezależnie od mało satysfakcjonujących efektów powyższych prób pokazują one, że istnieje zrozumienie i chęć modyfikacji kształcenia w kierunkach, o których traktuje niniejszy artykuł.

Bibliografia

- Chen B.T., Gursoy D. (2008), Preparing Students for Careers in the Leisure, Recreation and Tourism Field; *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, April 2008
- Czajkowski K. (1979) *Wychowanie do rekreacji*; Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne Warszawa
- Dąbrowski A. (red) (2006) *Zarys teorii rekreacji ruchowej*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa
- Dejnaka A. Social media as a communication area in fitness services; *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, Vol. 15 Nr. 6 s. 825-833
- Demel M., Humen W. (1970) *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej* Wyd. Sport i Turystyka Warszawa
- Dumazedier J.D. (1962), *Vers une civilization du loisir?* Paris
- Introduction to Recreation and Leisure With Web Resource (2013) 2nd Edition, Human Kinetics
- Iwankiewicz-Rak B., Rak A. (2016) Marka w usługach rekreacyjnych – znaczenie i kształtowanie; *Marketing i Zarządzanie* nr 1 (42), *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu* s. 231-242
- Kiełbasiewicz-Drozdowska I. Siwiński W. (red.) (2001) *Teoria i metodyka rekreacji*, AWF Poznań
- Muszkiet R., Napierała M. (2011) *Wstęp do teorii rekreacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz
- Packianathan Ch., Shannon K., *Human Resource Management in Sport and Recreation*, 3.ed. 2017
- Panfil R. (2015) *Usługi rekreacyjne – kreowanie i udostępnianie*, AWF Wrocław
- Panfil R. (2015a) *Coaching w zarządzaniu relacjami z klientami w usługach rekreacyjnych*, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, Vol. 15 Nr. 6 s. 835-843
- Panfil R. (2012) *Produkty sportowe. Identyfikacja, rozwój, dystrybucja*. Wrocław, Wyższa Szkoła Zarządzania i Coachingu
- Pawłucki A. (2013) *Nauki o kulturze fizycznej*; *Studia i Monografie Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu* nr 117, Wrocław
- Pilawska A., Pilawski A., Petryński W. (2003), *Zarys teorii i metodyki rekreacji ruchowej*, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice
- Siwiński W., Pluta B. (red.) (2010) *Teoria i metodyka rekreacji*, AWF Poznań
- Wiesner W. (2015) *Bezpieczeństwo klienta jako istotny atrybut usług rekreacyjnych*; *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, Vol. 15 Nr. 6 s.797-803
- Winiarski R.W. (1989) *Wstęp do teorii rekreacji (ze szczególnym uwzględnieniem rekreacji fizycznej)*; AWF Kraków, Wydawnictwo skrytowe nr 100
- Winiarski R. (2012) *Rekreacja i czas wolny*; Oficyna Wydawnicza Łośgraf
- Wolańska T. (red.), (1984) *Rekreacja ruchowa i turystyka*, AWF, Warszawa
- Wolańska T. red. (1988) *Wychowanie do rekreacji fizycznej*; Akademia Wychowania Fizycznego Warszawa