

**Marek Nowacki**

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu  
Instytut Nauk Ekonomicznych  
e-mail: marek.nowacki@wsb.poznan.pl

## BARIERY ZWIEDZANIA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH NA PRZYKŁADZIE MUZEÓW I INSTYTUCJI PARAMUZEALNYCH

**Zarys treści:** Artykuł dotyczy barier aktywności podejmowanej w czasie wolnym i polegającej na zwiedzaniu atrakcji turystycznych. W badaniach uwzględniono trzy rodzaje atrakcji turystycznych: muzea oraz ogrody zoologiczne i botaniczne określane jako instytucje paramuzealne. Badania przeprowadzono na reprezentacyjnej próbie  $N = 981$  dorosłych mieszkańców Polski w 2010 r. Zidentyfikowano najistotniejsze bariery utrudniające zwiedzanie atrakcji, którymi jest dostępność, wysokie ceny wstępu oraz brak czasu. Stwierdzono, że z barierami mają związek zbadane cechy społeczno-demograficzne potencjalnych gości, takie jak: płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania oraz dochody na osobę w gospodarstwie domowym. Zidentyfikowano trzy segmenty osób ograniczanych przez podobne bariery i przejawiających podobną aktywność w zakresie zwiedzania atrakcji. Uzyskane skupienia scharakteryzowano za pomocą cech społeczno-demograficznych.

**Słowa kluczowe:** atrakcje turystyczne, muzea, bariery, frekwencja, segmentacja.

### 1. WSTĘP

Bariery można zdefiniować jako czynniki, które kształtują ludzkie preferencje w czasie wolnym, ograniczają aktywność lub redukują poziom odczuwanej przyjemności i zadowolenia (JACKSON 2005). Literatura dotycząca barier aktywności w czasie wolnym jest bardzo bogata (CRAWFORD, GODEY 1987, CRAWFORD, JACKSON, GODEY 1991, JACKSON 2005, SHAW, HENDERSON 2005), jednak problematyka barier aktywności turystycznej, a zwłaszcza barier zwiedzania atrakcji turystycznych, poruszana jest znacznie rzadziej. Badania zwykle koncentrują się na frekwencji w atrakcjach turystycznych, brakuje natomiast empirycznych badań identyfikujących bariery oraz aktywność społeczeństwa w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych. Bardzo ważne jest zwłaszcza, jak twierdzi P.A. WITT (1992), badanie barier łącznie z konsekwencjami przez nie wywoływanymi, a więc z poziomem aktywności. Niestety, jak dotąd niewiele zrealizowano prac próbujących zbadać łącznie oba fenomeny oraz interakcje występujące pomiędzy nimi.

Celem niniejszych badań jest określenie poziomu aktywności Polaków w zakresie zwiedzania atrakcji

turystycznych, zidentyfikowanie barier tej aktywności, czynników determinujących ich występowanie, a także zbadanie związków poszczególnych barier z poziomem aktywności. Drugorzędnym celem badań jest określenie i charakterystyka grup (segmentów) osób o podobnym poziomie aktywności i ograniczanych przez podobne bariery.

### 2. BARIERY AKTYWNOŚCI W CZASIE WOLNYM

Do najczęściej wymienianych barier aktywności w czasie wolnym zalicza się brak czasu i pieniędzy (JACKSON 2005), jednak za najtrudniejsze do przezwyciężenia uważa się bariery psychologiczne, tkwiące głęboko w świadomości społecznej (KUNICKI 1984, KIELBASIEWICZ-DROZDOWSKA 2001). Spośród cech społeczno-demograficznych najsilniejszy związek z aktywnością i percepcją barier ma płeć. Decydują o tym przede wszystkim role społeczne, jakie odgrywają kobieta

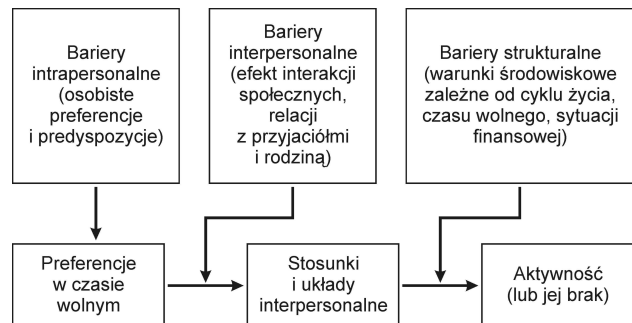
i mężczyzna w społeczeństwie, a nie ich cechy fizjologiczne (SHAW, HENDERSON 2005). Kobiety są znacznie bardziej podatne na działanie inhibitorów<sup>1</sup> aktywności w czasie wolnym niż mężczyźni. Należą do nich przede wszystkim ilość wolnego czasu, brak partnerów, dostępność komunikacyjna, odpowiedzialność za rodzinę, obawa przed przestępczością, brak odpowiednich umiejętności i brak wiary w siebie (WITT, GOODALE 1981, SEARLE, JACKSON 1985, SHAW, HENDERSON 2005).

Na percepcję barier ma także wpływ faza cyklu życia jednostki. W zależności od tego, na jakim etapie jednostka się znajduje, uwydatniają się nowe bariery a inne przestają odgrywać ważną rolę. E.L. JACKSON (2005) zidentyfikował cztery etapy przemian w postrzeganiu barier w cyklu życia. Wraz z osiągnięciem kolejnych etapów życia czynniki związane ze zdolnościami i umiejętnościami stopniowo nasilają się, podczas gdy znaczenie kosztów dla podejmowania aktywności stopniowo maleje. Z kolei poziom zaangażowania w obowiązki zawodowe i rodzinne wzrasta w średnim wieku, by na starość zmaleć, przyjmując kształt odwróconej litery „U”. Odwrotna zależność U-kształtna cechuje percepcję czynników interpersonalnych, takich jak: relacje społeczne z członkami rodziny, przyjaciółmi, współpracownikami i sąsiadami. Percepcja oddziaływania różnorodnych barier nasila się wraz ze wzrostem kosztów podejmowania aktywności. Jest ona szczególnie istotna, gdy w gospodarstwie domowym znajduje się kilkoro dzieci. Podobnie jest z percepcją braku czasu jako barierą aktywności (JUN, KYLE, O'LEARY 2008).

Hierarchiczny model barier opracowany przez D. Crawford wraz z zespołem (CRAWFORD, GODEY 1987, CRAWFORD, JACKSON, GODEY 1991) uwzględnia trzy kategorie barier: intrapersonalne, interpersonalne i strukturalne (rys. 1). Bariery intrapersonalne to preferencje i predyspozycje wobec określonych typów aktywności. Bariery tego typu powstają jako efekt indywidualnych potrzeb, socjalizacji, stresu, depresji, preferowanych postaw i panujących w grupie rówieśniczej, percepcji własnych umiejętności i zdolności. Bariery interpersonalne są wynikiem interakcji społecznych, relacji z przyjaciółmi, rodziną i innymi osobami (np. trudności ze znalezieniem partnera na wyjście do muzeum). Bariery strukturalne zależą do fazy cyklu życia, czasu wolnego, dyspozycyjności, sytuacji finansowej i nadarzających się okazji.

Z przedstawionego modelu wynikają następujące wnioski: aktywność w czasie wolnym jest procesem, na który oddziałuje sekwencyjnie wiele czynników, w tym m.in. bariery. Efektem sekwencyjnego oddziaływania barier jest hierarchia ich ważności. W początkowej fazie rozwoju osobniczego bariery oddziałują na formowanie się preferencji wobec różnych form aktywności w czasie wolnym. Następnie, w zależności

od rodzaju podejmowanej aktywności, mogą pojawić się bariery interpersonalne. Wreszcie, gdy wymienione wcześniej bariery zostaną pokonane, mogą pojawić się bariery strukturalne, które stanowią czynniki interweniujące pomiędzy preferencjami a aktywnością.



Rys. 1. Hierarchiczny model barier aktywności w czasie wolnym (CRAWFORD, JACKSON, GODEY 1991, s. 313)

Bariery uczestnictwa coraz częściej postrzegane są jako czynniki zmienne, a nie stałe cechy przypisane jednostkom. Oznacza to, że wiele osób pomimo istniejących barier jest aktywnych dzięki stosowaniu różnych sposobów przełamania barier. Innymi słowy, dużo osób podejmuje aktywność pomimo obiektywnych i subiektywnych barier. Bariery mogą modyfikować uczestnictwo w aktywności, ale nie uniemożliwiają jej. Siła motywacji oraz percepcja korzyści, jakie mogą być uzyskane w wyniku aktywności decydują o pokonywaniu barier. W konsekwencji, umiejętność skutecznego pokonywania barier decyduje o poziomie aktywności w czasie wolnym (NADIROVA, JACKSON 1999).

### 3. BARIERY ZWIEDZANIA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

Bariery zwiedzania atrakcji turystycznych oraz mechanizm ich oddziaływania nie różni się znacząco od innych barier aktywności w czasie wolnym. Do barier zwiedzania atrakcji turystycznych można zaliczyć następujące czynniki: brak czasu ze względu na obowiązki zawodowe i domowe, brak energii po pracy, brak pieniędzy, mały zapal, brak nawyków i potrzeb w tym zakresie, konkurencję ze strony innych form aktywności, brak możliwości dojazdu (brak samochodu lub słaba komunikacja publiczna), koszty dojazdu, negatywne postrzeganie atrakcji turystycznych (np. często jako „ruin” lub „zawsze takich samych” i ciekawych tylko dla turystów) (DAVIES, PRENTICE 1995). S. TIAN, J. CROMPTON, P. WITT (1996), prowadzący badania wśród osób niechodzących do muzeów, ziden-

tyfikowali sześć czynników – inhibitorów zwiedzania muzeów: koszty, czas, dostępność, program, powtórne zwiedzanie oraz zainteresowanie ekspozycją.

J. JUN, G. KYLE i J. O'LEARY (2008), badający osoby zainteresowane zwiedzaniem muzeów, lecz niepodjemujące takiej aktywności, stwierdzili, że pewne cechy społeczno-demograficzne mają istotny związek z określonymi typami barier. Na przykład dochód jest związany z barierami intrapersonalnymi oraz strukturalnymi. Wiek, płeć i liczba dzieci w gospodarstwie domowym znacząco wpływają na bariery interpersonalne. Percepcja barier zwiedzania muzeum jest funkcją zarówno cech społeczno-demograficznych, jak i ich wzajemnych interakcji. I tak, percepcja barier intrapersonalnych i strukturalnych różnicuje się w zależności od płci i zależy od liczby dzieci w gospodarstwie domowym. W dodatku miejsce zamieszkania niejako „filtruje” wpływ cech społeczno-demograficznych na percepcję barier.

W przypadku zwiedzania muzeów bariera odległości lub braku możliwości dojazdu może być szczególnie istotna dla osób mieszkających poza ośrodkami miejskimi, gdzie nie ma placówek tego typu. Podobnie jak w przypadku problemów z dojazdem, może wystąpić problem znalezienia towarzystwa, problemy zdrowotne, a także ograniczone możliwości wyboru innych form aktywności (atrakcji turystycznych różnego typu) (SEARLE, JACKSON 1985, MCCARVILLE, SMALE 1993).

Autorzy zgodni są, co do tego, że jeśli jednostka posiada wiedzę na temat istnienia atrakcji, to decyzja o jej odwiedzeniu jest kompromisem pomiędzy percepcją korzyści, jakie może uzyskać w efekcie jej odwiedzenia, osiąganymi doznaniem a wysiłkiem i kosztem potrzebnym do przezwyciężenia barier związanych z wycieczką do niej. Na percepcję barier ma także wpływ liczba alternatywnych opcji, dostępnych w czasie wolnym, na wybór których wpływają bariery finansowe, czasowe i inne (WOODSIDE, LYSONSKI 1989, UM, CROMPTON 1992, TIAN, CROMPTON, WITT 1996).

#### 4. METODA

Dane do analizy uzyskano w wyniku badania typu Omnibus przeprowadzonego przez Fundację Centrum Badania Opinii Społecznej od 30 listopada do 8 grudnia 2010 r. na liczącej 981 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski. Próba została wylosowana z systemu PESEL. Wywiady zrealizowano metodą *face-to-face* przy zastosowaniu CAPI (Computer Assisted Personal Interviewing). Pytania sondażu obejmowały szerokie spektrum zagadnień

społeczno-politycznych. Wśród nich znalazły się pytania dotyczące poziomu aktywności oraz barier w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych. Skoncentrowano się na trzech typach atrakcji: muzeach i tzw. instytucjach paramuzealnych (ogrodach zoologicznych i botanicznych), gdyż dane z tych instytucji są przedmiotem badań GUS. Niniejsze badanie stanowiło fragment większego projektu, połączonego z analizą danych gromadzonych przez GUS. Pytanie pierwsze brzmiało: „Jak często zazwyczaj bywa Pan(i) w muzeum, zoo lub ogrodzie botanicznym?”. Respondent miał do wyboru następujące odpowiedzi: „raz lub parę razy w miesiącu”, „raz lub parę razy w roku”, „bywam rzadziej”, „nie bywam wcale” oraz „trudno powiedzieć”. Pytanie dotyczące barier aktywności brzmiało: „Z jakiego powodu nie chodzi Pan(i) lub chodzi rzadko do muzeum, zoo lub ogrodu botanicznego?”. Respondenci mogli wskazać na dowolną liczbę z 13 wymienionych barier (tab. 2).

Za zmienną zależną uznano poziom aktywności w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych, zaś za zmienne niezależne – cechy społeczno-demograficzne badanych osób. Bariery aktywności uznano za zmienne pośredniczące: jako zmienne niezależne – wpływające na poziom aktywności oraz zmienne zależne, na które oddziałują cechy społeczno-demograficzne.

W analizie danych wykorzystano wiele metod statystycznych. Najpierw obliczono częstotliwość uczęszczania przez badane osoby do atrakcji turystycznych oraz częstość występowania poszczególnych typów barier w badanej próbie. Następnie za pomocą testów nieparametrycznych U Manna-Whitneya i H Kruskala-Wallisa sprawdzono, które z cech społeczno-demograficznych, które bariery mają związek z poziomem aktywności oraz które z cech mają związek z poziomem barier. W testach statystycznych przyjęto za istotny poziom  $p < 0,05$ . Na koniec wykonano analizę skupień, której celem było wyłonienie spośród badanej grupy homogenicznych segmentów osób, które charakteryzują się podobną aktywnością i w podobny sposób postrzegają bariery.

#### 5. CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ

W badanej próbie znalazło się 47,6% kobiet i 52,4% mężczyzn. Najliczniejszą grupę stanowiły osoby najstarsze, w wieku 54–54, 55–64 i powyżej 64 lat – po 18% badanych, zaś najmniej liczne były grupy najmłodsze: 25–34 lata – 14,6% i 18–24 lata – 13,6%. Wykształcenie podstawowe i zasadnicze zawodowe posiadało po 25% badanych, wykształcenie średnie – 33%, zaś wykształcenie wyższe – 15% badanych. Naj-

liczniesz grupę badanych stanowiły osoby mieszkające na wsi (37,6%), następnie w miastach liczących od 20 do 100 tys. mieszkańców (19,9%). Najmniej liczną grupę stanowili mieszkańcy największych miast – zaledwie 12,7% badanych. Najliczniesz grupę pod względem dochodów przypadających na jedną osobę w gospodarstwie domowym stanowiła grupa z dochodem 751–1000 zł. Pozostałe grupy stanowiły około 15% badanej próby.

## 6. ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Analiza odpowiedzi uzyskanych w efekcie przeprowadzonych badań wykazała, że aktywność badanych osób w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych jest bardzo niska. Niemal połowa badanych osób (42,2%) nie odwiedza wcale obiektów tego typu, a dalsze 28,14% bywa w nich rzadziej niż raz w roku (tab. 1). Oznacza to, że niemal  $\frac{3}{4}$  dorosłych mieszkańców Polski nie przejawia żadnej aktywności w tym zakresie. Jedynie 29,15% przyznaje się do dość regularnego (raz w roku lub częściej) odwiedzania atrakcji turystycznych.

Tabela 1. Poziom aktywności w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych

„Jak często zazwyczaj bywa Pan(i) w muzeum, zoo lub ogrodzie botanicznym?”	Liczba przypadków	Proporcja w %
Raz lub parę razy w miesiącu	32	3,26
Raz lub parę razy w roku	254	25,89
Bywam rzadziej	276	28,14
Nie bywam wcale	414	42,20
Trudno powiedzieć	5	0,51
Suma	981	100,00

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

Analiza odpowiedzi na pytanie: „Z jakiego powodu nie chodzi Pan(i) lub chodzi rzadko do muzeum, zoo lub ogrodu botanicznego?”, wykazała, że najczęściej wskazywaną barierą zwiedzania atrakcji jest brak takich obiektów w okolicy (wskazało na nią 46% badanych) oraz brak czasu (32,32%) (tab. 2). Następne w kolejności najczęściej wskazywane przez badanych bariery to kłopotliwy (trudny) dojazd (23,05%), wysokie ceny wstępu (22,21%), inne sposoby spędzania wolnego czasu (20,20%) oraz brak zainteresowania (14,40%). Najrzadziej wskazywaną barierą było stwierdzenie: „złe się tam czuję (nie rozumiem, nudzi mnie to)” (0,90%), „wystawy są dla mnie niezrozumiałe” (1,07%) oraz „z powodu dzieci” (1,11%).

Tabela 2. Bariery zwiedzania atrakcji turystycznych

„Z jakiego powodu nie chodzi Pan(i) lub chodzi rzadko do muzeum, zoo lub ogrodu botanicznego?”	Liczba przypadków	Proporcja w %
Nie ma w mojej okolicy (bariera strukturalna)	435	46,00
Jestem zbyt zajęty (bariera intrapersonalna)	304	32,32
Zbyt kłopotliwy (trudny) dojazd (bariera strukturalna)	222	23,05
Bilety wstępu są zbyt drogie (nie stać mnie na to) (bariera strukturalna)	200	22,21
Wolę spędzać czas w inny sposób (bariera intrapersonalna)	191	20,20
Nie interesuje mnie to (bariera intrapersonalna)	122	14,40
Z powodów osobistych (zdrowotnych, bezpieczeństwa) (bariera intrapersonalna)	88	9,26
Jest tam cały czas to samo (nie zmieniają się ekspozycje) (bariera strukturalna)	49	5,07
Nie mam towarzystwa (bariera interpersonalna)	30	3,44
Ekspozycje nie są interesujące (bariera strukturalna)	15	1,39
Z powodu dzieci (bariera interpersonalna)	10	1,11
Wystawy są dla mnie niezrozumiałe (bariera intrapersonalna)	9	1,07
Złe się tam czuję (nie rozumiem, nudzi mnie to) (bariera intrapersonalna)	8	0,90
Trudno powiedzieć	22	1,85
Odmowa odpowiedzi	5	0,08

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

## 7. POZIOM AKTYWNOŚCI I BARIERY A CECHY SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNE

Poziom aktywności jest silnie związany z cechami społeczno-demograficznymi (tab. 3): kobiety częściej niż mężczyźni zwiedzają atrakcje ( $Z = 2,21$ ;  $p = 0,014$ ), osoby młodsze częściej odwiedzają atrakcje od starszych – wyraźną granicę stanowi tutaj wiek około 45 lat ( $H = 124,23$ ;  $p < 0,001$ ). Podobnie miejsce zamieszkania wyraźnie różnicuje aktywność, co jest oczywiste z powodu utrudnionej dostępności: aktywność mieszkańców wsi i małych miast jest zdecydowanie najmniejsza i rośnie proporcjonalnie wraz ze wzrostem wielkości miejscowości zamieszkania ( $H = 123,23$ ;  $p < 0,001$ ). Również wprost proporcjonalną zależność stwierdzono pomiędzy poziomem wykształcenia: aktywność osób o wykształceniu podstawowym jest najniższa i stopniowo rośnie w grupach o wyższym wykształceniu ( $F = 248,92$ ;  $p < 0,001$ ). Zwiedzanie atrakcji ma także ścisły związek z sytuacją materialną: rośnie wprost proporcjonalnie do dochodów przypadających na jedną osobę w gospodarstwie domowym ( $H = 88,45$ ;  $p < 0,001$ ).

Tabela 3. Poziom aktywności a cechy społeczno-demograficzne

Cechy społeczno-demograficzne		Jak często zazwyczaj bywa Pan(i) w muzeum, zoo lub ogrodzie botanicznym (dane w %)?						Test (U lub H)
		raz lub parę razy w miesiącu	raz lub parę razy w roku	bywam rzadziej	nie bywam wcale	trudno powiedzieć	średnia	
Płeć	mężczyźni	2,5	21,7	29,1	46,2	0,5	3,20	Z = 2,21 p = 0,019
	kobiety	3,4	25,9	27,1	43,1	0,4	3,05	
Wiek	18-24 lata	7,4	35,2	26,6	30,7	0,0	2,76	H = 124,23 p < 0,001
	25-34	1,0	38,9	38,0	22,0	0,0	2,79	
	35-44	5,8	32,2	32,7	28,8	0,6	2,77	
	45-54	2,3	14,7	31,5	51,5	0,0	3,24	
	55-64	2,2	19,1	24,9	52,3	1,6	3,31	
	65 lat i więcej	0,8	8,3	15,8	74,5	0,6	3,59	
Miejsce zamieszkania	wieś	1,1	15,1	24,3	59,3	0,3	3,38	H = 123,23 p < 0,001
	miasto: do 20 tys.	1,6	13,8	27,0	56,2	1,3	3,38	
	20-100 tys.	3,6	24,1	32,2	40,2	0,0	3,08	
	101-500 tys.	3,7	35,2	32,4	27,4	1,3	2,82	
	501 tys. i więcej	8,2	46,6	28,6	16,6	0,0	2,47	
Wykształcenie	podstawowe	0,4	10,4	13,4	74,5	1,3	3,73	H = 248,92 p < 0,001
	zasadnicze zawodowe	1,3	14,0	28,6	56,1	0,0	3,43	
	średnie	4,8	26,0	40,4	28,6	0,2	2,97	
	wyższe	6,2	58,0	24,3	11,0	0,6	2,43	
Dochody na jedną osobę	do 500 zł	0,6	13,7	21,4	63,8	0,5	3,49	H = 88,45 p < 0,001
	501-750	1,4	13,3	32,0	53,2	0,0	3,38	
	751-1000	2,8	23,7	24,2	48,4	1,0	3,22	
	1001-1500	3,4	27,0	32,8	36,3	0,5	3,00	
	powyżej 1500 zł	4,2	42,9	33,7	18,4	0,8	2,67	

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

Na następnym etapie analizy zweryfikowano pytanie, w jakim stopniu bariery aktywności są pochodną cech społeczno-demograficznych (tab. 4)? Mężczyźni wykazują znacznie mniejsze zainteresowanie zwiedzaniem niż kobiety: wolą spędzać czas w inny sposób. Z kolei dla kobiet barierę stanowi cena biletów wstępu, kłopotliwy dojazd oraz dzieci. Związek wieku z barierami jest zróżnicowany: brak zainteresowania zwiedzaniem dotyczy najczęściej osób najstarszych i najmłodszych (jedynie 5% osób w wieku 35-44 nie wykazuje zainteresowania zwiedzaniem), brak czasu to domena osób w wieku do 44 lat, osoby w wieku 25-34 w największym stopniu narzekają na monotonię ekspozycji. Miejsce zamieszkania różnicuje percepcję barier: najwięcej osób z dużych miast wymienia powo-

dy osobiste, brak czasu, możliwość spędzania czasu w inny sposób. Z kolei mieszkańcy wsi i małych miast wskazują na brak zainteresowania, brak atrakcji w okolicy, zbyt kłopotliwy dojazd. Podobne zależności występują w odniesieniu do wykształcenia i dochodów (tab. 4). W efekcie przeprowadzonych testów U Manna-Whitney'a stwierdzono, że występują różnice w aktywności osób, które wskazały lub nie na występowanie sześciu barier: „nie interesuje mnie to”, „z powodów osobistych”, „jestem zbyt zajęty” (tutaj zależność jest odwrotna – osoby aktywne, które twierdzą, że są zbyt zajęte i tak zwiedzają atrakcje częściej od tych, którzy dysponują wystarczającą ilością czasu), „wystawy są niezrozumiałe”, „bilety są zbyt drogie”, „zbyt kłopotliwy dojazd”.

Tabela 4. Bariery a cechy społeczno-demograficzne i poziom aktywności  
(dane w procentach, różnice zbadano testem  $\chi^2$  Pearsona i U Manna-Whitney'a; istotne różnice zaznaczono czcionką bold)

Cechy społeczno-ekonomiczne		Bariery												
		intrapersonalne						interpersonalne		strukturalne				
		nie interesuje mnie to	z powodów osobistych	złe się tam czuję	jestem zbyt zajęty	wolę spędzać czas w inny sposób	wystawy są dla mnie niezrozumiałe	z powodu dzieci	nie mam towarzystwa	bilety wstępu są zbyt drogie	nie ma w mojej okolicy	zbyt kłopotliwy dojazd	jest tam cały czas to samo	ekspozycje nie są interesujące
Płeć	mężczyźni	<b>19</b>	7	1	36	<b>24</b>	1	<b>0</b>	2	<b>17</b>	45	<b>20</b>	6	2
	kobiety	<b>10</b>	11	1	29	<b>17</b>	1	<b>2</b>	4	<b>27</b>	47	<b>26</b>	5	1
Wiek	18-24 lata	<b>26</b>	<b>1</b>	1	<b>43</b>	27	<b>1</b>	<b>0</b>	6	22	51	24	<b>6</b>	1
	25-34	<b>10</b>	<b>0</b>	1	<b>50</b>	28	<b>0</b>	<b>5</b>	1	20	38	21	<b>11</b>	4
	35-44	<b>5</b>	<b>1</b>	0	<b>41</b>	15	<b>1</b>	<b>1</b>	1	21	50	27	<b>4</b>	1
	45-54	<b>15</b>	<b>3</b>	1	<b>33</b>	20	<b>0</b>	<b>1</b>	3	26	51	16	<b>5</b>	1
	55-64	<b>12</b>	<b>10</b>	0	<b>27</b>	18	<b>0</b>	<b>0</b>	5	22	52	27	<b>3</b>	0
	65 lat i więcej	<b>20</b>	<b>35</b>	2	<b>6</b>	15	<b>4</b>	<b>0</b>	4	21	37	24	<b>2</b>	0
Miejsce zamieszkania	wieś	<b>18</b>	<b>10</b>	1	<b>31</b>	<b>15</b>	2	1	2	20	<b>59</b>	<b>29</b>	<b>3</b>	1
	miasto:													
	do 20 tys.	<b>10</b>	<b>10</b>	0	<b>21</b>	<b>19</b>	0	1	2	22	<b>66</b>	<b>33</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	20-100 tys.	<b>14</b>	<b>3</b>	0	<b>27</b>	<b>21</b>	0	1	5	21	<b>48</b>	<b>22</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	101-500 tys.	<b>16</b>	<b>9</b>	2	<b>37</b>	<b>29</b>	2	3	3	26	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>5</b>
501 tys. i więcej	<b>8</b>	<b>17</b>	2	<b>52</b>	<b>27</b>	1	1	8	26	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	
Wykształcenie	Podstawowe	<b>22</b>	<b>15</b>	1	<b>19</b>	<b>10</b>	3	1	4	26	<b>55</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	zasadnicze zawodowe	<b>18</b>	<b>11</b>	1	<b>27</b>	<b>22</b>	1	1	3	25	<b>51</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	średnie	<b>9</b>	<b>6</b>	1	<b>40</b>	<b>23</b>	0	1	4	19	<b>44</b>	<b>23</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
	wyższe	<b>5</b>	<b>3</b>	1	<b>49</b>	<b>28</b>	0	3	2	17	27	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>4</b>
Dochody na jedną osobę	do 500 zł	13	7	0	<b>24</b>	<b>11</b>	1	3	2	33	57	23	1	1
	501-750	10	9	1	<b>29</b>	<b>12</b>	2	0	3	28	62	28	3	0
	751-1000	21	12	1	<b>31</b>	<b>19</b>	2	1	4	17	45	23	4	0
	1001-1500	12	12	1	<b>30</b>	<b>27</b>	0	0	2	23	41	30	7	2
	powyżej 1500 zł	10	6	1	<b>47</b>	<b>27</b>	1	2	3	14	29	<b>14</b>	<b>10</b>	3
Ocena własnych wartości materialnych	złe	12	<b>21</b>	0	<b>16</b>	<b>9</b>	2	1	6	47	48	<b>28</b>	<b>2</b>	1
	średnie	17	<b>10</b>	1	<b>29</b>	<b>18</b>	1	1	4	21	49	<b>26</b>	<b>4</b>	1
	dobrze	12	5	1	<b>43</b>	<b>27</b>	1	1	2	15	41	17	8	2
Jak często zazwyczaj bywa Pan(i) w muzeum, zoo lub ogrodzie botanicznym?	raz lub parę razy w miesiącu	<b>0</b>	<b>0</b>	0	<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	0	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	raz lub parę razy w roku	<b>4</b>	<b>3</b>	1	<b>45</b>	22	1	2	4	<b>24</b>	34	<b>19</b>	11	3
	bywam rzadziej	7	7	1	<b>40</b>	26	1	1	3	22	49	<b>28</b>	6	2
	nie bywam wcale	<b>22</b>	<b>15</b>	1	<b>18</b>	15	1	1	3	19	51	<b>23</b>	1	0
	test U (wart. p)	<b>0,001</b>	<b>0,001</b>	n.i.	<b>0,001</b>	n.i.	<b>0,007</b>	n.i.	n.i.	<b>0,001</b>	n.i.	<b>0,001</b>	n.i.	n.i.

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

## 8. ANALIZA SKUPIEŃ

W celu zidentyfikowania grup osób ograniczanych przez podobne bariery i o podobnym poziomie aktywności wykonano analizę skupień. Zastosowano kolejno dwie metody: hierarchiczną i *k*-średnich. W obu przypadkach jako kryterium segmentacji przyjęto 13 barier oraz poziom aktywności. Analizę skupień metodą hierarchiczną przeprowadzono w celu zidentyfikowania optymalnej liczby skupień, którą należy wykorzystać w analizie metodą *k*-średnich. Analiza ta wykazała istnienie trzech wyraźnych segmentów. Następnie w analizie skupień wykonanej metodą *k*-średnich (procedura Warda) przyjęto założenie o istnieniu trzech skupień. W efekcie tak przeprowadzonej procedury uzyskano trzy skupienia osób ograniczanych przez podobne bariery i przejawiające podobny poziom aktywności (tab. 5).

Na kolejnym etapie analizy uzyskane skupienia scharakteryzowano za pomocą cech społeczno-demograficznych osób, które się w nich znalazły. Analiza różnic międzygrupowych przeprowadzona za pomocą testu  $\chi^2$  Pearsona wykazała istotne zróżnicowanie pomiędzy skupieniami ze względu na wszystkie z badanych cechy społeczno-demograficznych (tab. 6).

W skupieniu pierwszym – „barier intrapersonalnych” – znalazła się większość badanych (522 osoby – 53,2%) (tab. 5). Są to osoby o najniższej aktywności w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych ( $\bar{x} = 3,65$ ) i ograniczane głównie przez bariery intrapersonalne, a więc braku zainteresowania, powody osobiste, brak czasu, inne zainteresowania, oraz dwie bariery strukturalne – zbyt drogie bilety oraz brak atrakcji w okolicy. Jest w nim istotnie więcej kobiet niż mężczyzn w porównaniu do średniej w próbie (48,08%). Znalazło się tutaj także istotnie więcej respondentów w wieku 45–54 lat (22,61%) i w wieku 65 lat i starszych (21,84%). W skupieniu tym jest znacznie więcej niż przeciętnie w próbie osób o wykształceniu podstawowym (23,56%) i zawodowym (28,32%). Miejsce zamieszkania nie wyróżnia tej grupy w sposób szczególny, jedynie osób mieszkających w wielkich miastach jest znacznie mniej niż w całej próbie (8,81%). W skupieniu dominują respondenci o najniższych dochodach (do 1000 zł na osobę w gospodarstwie domowym).

Skupienie drugie – „z prowincji”, w którym znalazły się 174 osoby (17,7%), również o bardzo niskim

Tabela 5. Wyniki analizy skupień

(dane w procentach; czcionką pogrubioną wyróżniono proporcje ponadprzeciętnie wysokie \* –  $p < 0,05$ ; \*\* –  $p < 0,01$ ; \*\*\* –  $p < 0,001$ )

Zmienne	Skupienie 1. ( <i>n</i> = 522; 53,2%)	Skupienie 2. ( <i>n</i> = 174; 17,7%)	Skupienie 3. ( <i>n</i> = 286; 29,1%)	Test $\chi^2$
„Jak często zazwyczaj bywa Pan(i) w muzeum, zoo lub ogrodzie botanicznym?”	3,65 <sup>a</sup>	3,55	<b>1,89</b>	3,12
<b>BARIERY INTRAPERSONALNE</b>				
Nie interesuje mnie to	<b>10,70</b>	0,71	1,02	60,43***
Z powodów osobistych	<b>6,42</b>	1,83	0,71	21,47***
Źle się tam czuję	0,41	0,20	0,20	n.i.
Jestem zbyt zajęty (brak czasu)	<b>15,49</b>	3,47	<b>12,03</b>	25,35***
Wolę spędzać czas w inny sposób	<b>11,62</b>	2,04	5,81	8,80*
Wystawy są dla mnie niezrozumiałe	0,61	0,00	0,31	n.i.
<b>BARIERY INTERPERSONALNE</b>				
Nie mam towarzystwa	1,63	0,31	1,12	n.i.
Z powodu dzieci	0,31	0,20	0,51	n.i.
<b>BARIERY STRUKTURALNE</b>				
Ekspozycje nie są interesujące	0,71	0,00	0,82	n.i.
Bilety wstępu są zbyt drogie	<b>9,48</b>	4,69	6,22	6,38*
Nie ma w mojej okolicy	<b>22,53</b>	13,05	8,77	86,06***
Zbyt kłopotliwy dojazd	0,00	<b>17,64</b>	4,99	749,08***
Jest tam cały czas to samo	1,83	0,20	<b>2,96</b>	23,95***

Uwaga: <sup>a</sup> – wartość średniej obliczono dla następujących wartości: 1 – raz lub parę razy w miesiącu, 2 – raz lub parę razy w roku, 3 – bywam rzadziej, 4 – nie bywam wcale.

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

Tabela 6. Charakterystyka skupień za pomocą zmiennych społeczno-demograficznych (dane w procentach; czcionką pogrubioną wyróżniono proporcje ponadprzeciętne wysokie)

Cechy społeczno-demograficzne		Skupienie 1.	Skupienie 2.	Skupienie 3.	Średnia
Płeć	kobiety	<b>48,08</b>	41,04	38,46	44,04
	mężczyźni	51,92	<b>58,96</b>	<b>61,54</b>	55,96
	Test $\chi^2$ Pearsona	$\chi^2 = 7,71; df = 2; p = 0,02$			
Wiek	18-24 lata	9,20	9,25	<b>17,48</b>	11,62
	25-34	(12,64)	13,29	<b>23,08</b>	15,80
	35-44	(12,64)	(12,14)	<b>22,73</b>	15,49
	45-54	<b>22,61</b>	16,18	(12,94)	18,65
	55-64	21,07	<b>26,59</b>	(16,78)	20,80
	65 lat i więcej	<b>21,84</b>	<b>22,54</b>	(6,99)	17,64
	Test $\chi^2$ Pearsona	$\chi^2 = 80,08; df = 10; p < 0,001$			
Wykształcenie	podstawowe	<b>23,56</b>	<b>28,32</b>	(6,29)	19,37
	zasadnicze zawodowe	<b>29,69</b>	<b>27,17</b>	(11,89)	24,06
	średnie	34,67	<b>38,15</b>	36,71	35,88
	wyższe	(12,07)	(6,36)	<b>45,10</b>	20,69
	Test $\chi^2$ Pearsona	$\chi^2 = 181,16; df = 6; p < 0,001$			
Miejsce zamieszkania	wieś	41,95	<b>53,76</b>	(23,78)	38,74
	miasto:				
	do 20 tys.	13,98	<b>21,39</b>	9,09	13,86
	20-100 tys.	19,92	(15,60)	18,88	18,86
	101-500 tys.	15,33	(6,36)	<b>23,43</b>	16,11
	501 tys. i więcej	(8,81)	(2,89)	<b>24,83</b>	12,44
Test $\chi^2$ Pearsona	$\chi^2 = 115,128; df = 8; p < 0,001$				
Dochody/ osobę	do 500 zł	<b>17,50</b>	<b>18,27</b>	(10,74)	15,76
	501-750 zł	<b>17,86</b>	<b>23,08</b>	(5,37%)	15,38
	751-1000 zł	<b>28,57</b>	(19,23)	24,16	25,52
	1001-1500 zł	(19,64)	<b>31,73</b>	<b>28,19</b>	24,39
	powyżej 1500 zł	(16,43)	(7,69)	<b>31,54</b>	18,95
	Test $\chi^2$ Pearsona	$\chi^2 = 47,04; df = 8; p < 0,001$			

Źródło: opracowanie autora na podstawie badań własnych.

## 9. DYSKUSJA I WNIOSKI

poziomie aktywności ( $\bar{x} = 3,55$ ). Jednak osoby te wykazują bardzo niski poziom barier. Jediną barierą, która wyróżnia ten segment jest kłopotliwy dojazd do atrakcji. W skupieniu tym dominują mężczyźni (58,96%), osoby w najstarszym wieku (55 lat i więcej), mieszkające na wsi i w małych miastach (do 20 tys. mieszkańców) i uzyskujące najniższe dochody (do 750 zł).

Skupienie trzecie - „aktywni” (286 osób - 29,1%), to osoby o zdecydowanie najwyższej aktywności, ograniczane głównie przez brak czasu i monotonię ekspozycji. Dominują wśród nich mężczyźni (61,54%) ludzie stosunkowo młodzi, w wieku do 44 lat. Niemal połowę respondentów tej grupy stanowiły osoby z wyższym wykształceniem (45,10%), znaczna ich część pochodziła z dużych miast (o liczbie mieszkańców powyżej 100 tys.). W grupie tej najwięcej jest osób o najwyższych dochodach (powyżej 1000 zł).

Celem przeprowadzonych badań było określenie poziomu aktywności Polaków w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych, zidentyfikowanie barier aktywności oraz określenie cech determinujących ich występowanie.

Stwierdzony poziom aktywności Polaków jest bardzo niski: zaledwie ¼ osób przyznaje się do dość regularnych odwiedzin (tzn. co najmniej raz w roku) muzeum, zoo lub ogrodu botanicznego. Jakkolwiek poziom ten jest wyższy niż stwierdzony w podobnych badaniach przeprowadzonych przez OBOP w 2000 r. (16% zwiedzało co najmniej raz w roku muzeum), to tamte badania dotyczyły wizyt jedynie w muzeach, co tłumaczy znacznie niższy przeciętny poziom aktywności. Jednak uzyskane w niniejszych badaniach dane nie odbiegają znacząco od danych uzyskanych w innych krajach europejskich. Na przykład podobną aktywność stwierdzono w Wielkiej Brytanii: od 28 do



37% osób zwiedza tam muzea, zaś od 25 do 36% odwiedza ogrody zoologiczne, botaniczne lub parki (DAVIES 2005). Co ciekawe, Y.N. LIN (2006) stwierdził, że aż 67,7% mieszkańców Taipei (Taiwan) zwiedza muzeum co najmniej jeden raz w roku.

Najczęściej wymienianymi barierami przez badanych w niniejszych badaniach były: brak atrakcji w okolicy, brak czasu, trudny dojazd oraz ceny wstępu. Bariery te są podobne do wskazywanych w innych badaniach nad aktywnością w czasie wolnym (GODBEY 1985, JACKSON 2005, MCGUIRE 1984, JUN, KYLE, O'LEARY 2008). Może to wynikać z tzw. zjawiska generalizacji barier (MCCARVILLE, SMALE 1993, MANNELL, IWASAKI 2005): ludzie uogólniają bariery wpływające na jedną formę aktywności na pozostałe formy aktywności. Osoby żyjące w pośpiechu, które odczuwają brak czasu na zaangażowanie się w jakąkolwiek aktywność w czasie wolnym, nie będą miały czasu niezależnie od aktualnych potrzeb i formy aktywności lub nadarżającej się okazji.

Analiza zależności barier aktywności od cech społeczno-demograficznych wykazała powiązania wszystkich cech z barierami oraz z poziomem aktywności. Stwierdzono silny związek barier strukturalnych (bilety są zbyt drogie, nie ma w mojej okolicy, zbyt kłopotliwy dojazd) z poziomem wykształcenia, wielkością miejscowości zamieszkania oraz dochodami. Przeciwnie zależności stwierdzono pomiędzy barierami intrapersonalnymi („jestem zbyt zajęty”, „wolę spędzać czas w inny sposób”) a wielkością miejscowości zamieszkania oraz dochodami w gospodarstwie domowym. Podobne zależności stwierdzili R.E. MCCARVILLE, B.J.A. SMALE (1993), E.L. JACKSON, K.A. HENDERSON (1995), D. SCOTT, W. MUNSON (1994), a także J. JUN, G. KYLE i J. O'LEARY (2008). Wraz ze wzrostem dochodów poziom barier strukturalnych maleje, jednak, co ciekawe, poziom barier intrapersonalnych rośnie. To samo dotyczy wielkości miejscowości zamieszkania i wykształcenia. Poziom barier zmienia się także wraz z fazą cyklu życia: dla barier intrapersonalnych (nie interesuje mnie to) przyjmuje zależność U-kształtną, z maksimum dla osób najmłodszych i najstarszych. Nie stwierdzono istotnego związku barier interpersonalnych z aktywnością w zakresie zwiedzania. Jedynie kobiety, osoby w wieku 25–34 lata, wskazywały na występowanie bariery związanej z posiadaniem dzieci.

Segmentacja rynku stanowi użyteczne narzędzie w marketingu atrakcji turystycznych, gdyż umożliwia identyfikację realnych i potencjalnych segmentów gości tych obiektów, ograniczanych przez podobne bariery. Znajomość segmentów umożliwia osobom zarządzającym tymi placówkami opracowanie zróżnicowanych strategii skierowanych do specyficznych segmentów rynku. Przeprowadzona analiza wykazała ist-

nienie trzech segmentów: osób aktywnych oraz dwóch segmentów osób mało aktywnych.

W segmencie osób **aktywnych** (skupienie trzecie), ograniczanych głównie przez brak czasu, dominują osoby stosunkowo młode, dobrze wykształcone, pochodzące z dużych miast i uzyskujące stosunkowo wysokie dochody. Aktywność tych osób jest ponadprzeciętna, gdyż są one mobilne, a bariery takie jak dostępność lub cena wstępu, nie stanowią dla nich istotnej przeszkody. Jest to segment, do którego można kierować ofertę trudniejszą, bardziej ambitną i wymagającą. Są to potencjalni klienci trudniejszych w odbiorze atrakcji, takich jak galerie i muzea sztuki. Jednak wysoki poziom bariery: „Jest tam cały czas to samo”, w tej grupie wskazuje na silną potrzebę oferowania przez atrakcje zróżnicowanego produktu oraz wydarzeń, którego najlepszym przykładem może być cykliczna akcja „Noc muzeów”.

Dwa pozostałe segmenty to osoby o niskiej aktywności, doświadczające wielu barier, w których dominują bariery intrapersonalne i strukturalne.

Segment **barier intrapersonalnych**, stanowiący ponad połowę badanych, to głównie osoby nieprzejawiające zainteresowania zwiedzaniem atrakcji, ograniczane brakiem czasu (rzeczywistym lub wyimaginowanym), cenami biletów. Są to głównie ludzie w starszym wieku, o wykształceniu podstawowym i zasadniczym i o najniższych dochodach. Osoby te mogą stanowić segment docelowy dla atrakcji takich, jak jarmarki, festyny i lokalne wydarzenia kulturalne, ogrody zoologiczne, parki miniatur lub parki tematyczne. Są to atrakcje przemawiające nawet do mniej wymagającej publiczności, dostarczające wielu doznań i potrafiące wzbudzić zainteresowanie nawet wśród nieprzygotowanej publiczności.

W segmencie „z prowincji” dominują respondenci ograniczani głównie przez dostępność (trudny dojazd). Są to osoby o najniższym wykształceniu, mieszkające na wsi (ponad połowa badanych) lub w małych miastach, o najniższych dochodach w gospodarstwie domowym. Ludzi tych z pewnością najtrudniej zachęcić do zwiedzania atrakcji. Sytuacja taka wynika najczęściej z obiektywnych, pozaosobniczych uwarunkowań. Osoby te mogą być więc potencjalnymi klientami festynów lub imprez organizowanych w małych miejscowościach, najlepiej z darmowym wstępem, imprez organizowanych w muzeach regionalnych lub regionalnych ośrodkach kultury. Ponieważ osoby te w niewielkim stopniu doświadczają barier intrapersonalnych (są zainteresowane zwiedzaniem), mogą być więc potencjalnymi klientami małych, regionalnych placówek realizujących strategie aktywności w lokalnym środowisku (KOTLER, KOTLER 1998, 2001).

Realizując dalsze badania barier aktywności w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych należy przede

wszystkim uwzględnić szersze spektrum atrakcji turystycznych (oprócz muzeów i placówek paramuzealnych). Warto byłoby także uwzględnić poziom natężenia poszczególnych barier (np. za pomocą pomiaru wielostopniową skalą Likerta) oraz preferencje wobec poszczególnych typów atrakcji, takich jak muzea, parki rozrywki, parki tematyczne, ogrody zoologiczne i botaniczne, festyny i inne wydarzenia, a także osobno zbadać bariery dotyczące zwiedzania poszczególnych typów atrakcji. Model aktywności w zakresie zwiedzania atrakcji turystycznych powinien oprócz preferencji, aktywności i barier, objąć także motywacje i korzyści wynoszone ze zwiedzania poszczególnych typów atrakcji oraz wartość, jaką stanowi dla zwiedzających atrakcja.

### PRZYPISY

<sup>1</sup> Czynniki obniżające aktywność.

### BIBLIOGRAFIA

- CRAWFORD D., GODEY G., 1987, *Reconceptualizing barriers to family leisure*, „Leisure Sciences”, 9, s. 119-127.
- CRAWFORD D., JACKSON E., GODEY G., 1991, *Leisure constraints*, „Leisure Sciences” 13, 4, s. 309-320.
- DAVIES A.J., PRENTICE R.C., 1995, *Conceptualising the Latent Visitor to Heritage Attractions*, „Tourism Management”, 16, 7, s. 491-500.
- DAVIES S., 2005, *Still Popular: Museums and their Visitors 1994-2004*, „Cultural Trends”, 14, 1, s. 67-105.
- GODBAY G., 1985, *Nonuse of public leisure services: A model*, „Journal of Park and Recreation Administration”, 3, 2, s. 1-12.
- JACKSON E.L., 2005, *Leisure constraints research: overview of a developing theme in leisure studies*, [w:] E.L. Jackson (ed.), *Constraints to leisure*, Venture Publishing, Inc, State Colledge, Pennsylvania, s. 3-22.
- JACKSON E.L., HENDERSON K.A., 1995, *Gender-based analysis of leisure constraints*, „Leisure Sciences”, 17, s. 31-51.
- JACKSON E.L., SEARLE M.S., 1985, *Recreation Non-Participation and Barriers to Participation: Concepts and Models*, „Society and Leisure”, 8, s. 693-707.
- JUN J., KYLE G., O'LEARY J., 2008, *Constraints to Art Museum Attendance*, „Journal of Park and Recreation Administration”, 26, 1, s. 40-61.
- KIEŁBASIEWICZ-DROZDOWSKA I., 2001, *Zarys rozwoju refleksji teoretycznej nad problematyką rekreacji*, [w:] *Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe)*, I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Siwiński (red.), AWF w Poznaniu, Poznań, s. 9-25.
- KOTLER N., KOTLER P., 1998, *Museum Strategy and Marketing. Designing Missions. Building Audiences. Generating Revenue and Resources*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- KOTLER N., KOTLER P., 2001, *Can Museum be All Things to All People? Missions, Goals, and Marketing's Role*, „Museum Management and Curatorship”, 18, 3, s. 271-287.
- KUNICKI B.J., 1984, *Spoleczne bariery rekreacji fizycznej*, Wyd. AWF, Warszawa.
- LIN, Y.N., 2006, *Leisure-A function of museums? The Taiwan perspective*, „Museum Management and Curatorship”, 21, 4, s. 302-316.
- MANNELL R.C., IWASAKI Y., 2005, *Advancing quantitative research on social cognitive theories of the constraint-negotiation process*, [w:] *Constraints to leisure*, E.L. Jackson (red.), Venture Publishing, Inc, State Colledge, Pennsylvania, s. 261-275.
- MCCARVILLE R.E., SMALE B.J.A., 1993, *Perceived constraints to leisure participation within five activity domains*, „Journal of Park and Recreation Administration”, 11, 2, s. 40-59.
- MCGUIRE F.A., 1984, *A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood*, „Leisure Sciences”, 6, 3, s. 313-326.
- NADIROVA A., JACKSON, E.L., 1999, *How do people negotiate constraints to their leisure? Results from an empirical study*, *Proceedings of the Ninth Canadian Congress on Leisure Research*, Acadia University, Wolfville, s. 28-31.
- SCOTT D., MUNSON, W., 1994, *Constraints to park usage among persons who are economically disadvantaged*, „Journal of Park and Recreation Administration”, 12, 4, s. 79-96.
- SEARLE M.S., JACKSON E.L., 1985, *Socioeconomic variations in perceived barriers to recreation participation among would-be participants*, „Leisure Sciences”, 7, 2, s. 227-249.
- SHAW S.M., HENDERSON K.A., 2005, *Gender analysis and leisure constraints: An uneasy alliance*, [w:] *Constraints to leisure*, E.L. Jackson (ed.), Venture Publishing, Inc, State Colledge, Pennsylvania, s. 23-34.
- TIAN S., CROMPTON J., WITT P., 1996, *Integrating Constraints and Benefits to Identify Responsive Target Markets for Museum Attractions*, „Journal of Travel Research”, 35, s. 34-45.
- UM S., CROMPTON J.L., 1992, *The Roles of Perceived Inhibitors and Facilitators on Pleasure Travel Destination Decisions*, „Journal of Ravel Research”, 30, s. 18-25.
- WITT P.A., 1992, *The Intersection of Benefits and Constraints*, „Leisure Constraints Newsletter”, 9, s. 5-6.
- WITT P.A., GOODALE T.L., 1981, *The relationships between barriers to leisure enjoyment and family stages*, „Leisure Sciences”, 4, 1, s. 29-49.
- WOODSIDE A.G., LYSONSKI S., 1989, *A General Model of Traveler Destination Choice*, „Journal of Travel Research”, 27, s. 8-14.