



Piotr Oleśniewicz*
Krzysztof Widawski**

EVENTY REKREACYJNE DLA DZIECI W WIEKU PRZEDSZKOLNYM NA PRZYKŁADZIE OFERTY JELENIEJ GÓRY

WSTĘP

Artykuł jest próbą oceny oferty rekreacyjno-eventowej przeznaczonej dla przedszkolaków oraz perspektyw jej rozwoju w Jeleniej Górze. To temat raczej nowy, zwłaszcza w przypadku tej grupy odbiorców. Zmiany ekonomiczne rozpoczęte przed ponad dwiema dekadami pociągnęły za sobą także zmiany społeczne. Zmianie ulega również model opieki nad najmłodszymi. Dziecko staje się swoistą inwestycją i jako takie jest traktowane już od najmłodszych lat, stąd rzadziej na jego drodze życia pojawia się osiedlowy dom kultury czy zwykła świetlica, częściej są to prywatne szkoły tańca, sztuk walki, języków itp. Rodzice dysponujący, ze względu na wielość swoich obowiązków, ograniczonym czasem coraz częściej skłonni są powierzyć swoje dzieci wykwalifikowanej kadrze, odpowiednio przygotowanej do realizacji swojego zadania. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku organizowania pojedynczych imprez. Nie posiłkując się nawet konkretnymi danymi, można zaobserwować trend, widoczny zwłaszcza w większych ośrodkach miejskich, korzystania z pośrednictwa wyspecjalizowanej firmy przy okazji organizowania wydarzeń istotnych w życiu dziecka, jak choćby świętowanie urodzin czy imienin. Pod wpływem tej mody wiele firm, które zajmują się organizacją imprez okolicznościowych, poszerza zakres swojej działalności o ofertę skierowaną również do najmłodszych klientów. Aby jednak przygotowana oferta spotkała się z pozytywnym odzewem na rynku, winna spełniać oczekiwania co najmniej dwóch grup: zarówno dzieci, jak i – a może nawet przede wszystkim – rodziców, względnie prawnych opiekunów. Dlatego istotnym jest poznanie także tej drugiej grupy, jak i jej oczekiwań w stosunku do proponowanej oferty. Z pewnym dystansem, ale jednak można zaryzykować stwierdzenie, iż w tym przypadku oferent ma do czynienia z multiklientem, tak jak w przypadku osób z niepełnosprawnością, której towarzyszy niemal zawsze osoba sprawna (Widawski, 2011; Gonzalez, 2008).

* Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu.

** Uniwersytet Wrocławski.





Tutaj sytuacja wydaje się być zbliżona – opracowując ofertę, należy wziąć pod uwagę preferencje zarówno dzieci, jak i towarzyszącym w ich procesie rozwoju rodzicom, którzy są finalnymi nabywcami produktu, choć niekoniecznie konsumentami. Obok oferty przygotowanej przez wyspecjalizowane firmy warto także poddać analizie towarzyszącą jej infrastrukturę, która również w ostatnim czasie przeszła znaczną metamorfozę. Coraz popularniejsze sale zabaw, bawialnie, sale gier, w końcu place zabaw stanowią często podstawę produktu eventowego dla dzieci. Warto w końcu sprawdzić, czy widoczny zwłaszcza w większych ośrodkach miejskich trend, o którym mowa, jest czytelny także w przestrzeni mniejszej, jak na przykład w Jeleniej Górze – mieście powiecie grodzkim, które jednak nie pretenduje do roli ośrodka wielkomiejskiego. W jakim tempie owa moda rozprzestrzenia się i jakie są rzeczywiste perspektywy jej rozwoju w takim właśnie obszarze. Aby uzyskać odpowiedź na postawione pytania, warto zapoznać się z opinią obu stron zaangażowanych w ofertę rekreacyjno-eventową, zarówno konsumentów reprezentowanych przez rodziców, jak i profesjonalnych organizatorów funkcjonujących na lokalnym rynku. Należałoby także zdefiniować samo zjawisko, które funkcjonuje na styku rekreacji i eventów, zaprezentować najbardziej zainteresowaną grupę, czyli przedszkolaków oraz potencjał, na bazie którego w Jeleniej Górze oferta może być tworzona.

REKREACJA A EVENT

Rekreacja rozumiana jako wszelka aktywność i całość doświadczeń związanych z czasem wolnym (Bielec, Półtora i Warchoń, 2011) dotyczy także i najmłodszej grupy uczestników, do której można zaliczyć dzieci w wieku przedszkolnym. Także i w tym wieku ważna jest aktywność przynosząca radość, zadowolenie i relaks, dobrowolność wyrażona działaniem w zgodzie z własnymi preferencjami czy zamiłowaniem, odmienność od codziennych zadań, bezinteresowność wyrażana przez brak motywów natury ekonomicznej (choć to zapewne w tej grupie, jeżeli w ogóle występuje, to w skali marginalnej), w końcu zabawa i rozrywka (co zwłaszcza w tej grupie jest istotne) (Demel i Humen, 1970; Kielbasiewicz-Drozdowska, 2001; Strugarek, 2011).

Pośród wielu form rekreacji warto, w kontekście niniejszego artykułu, obok rekreacji sportowej, turystycznej, hobbystycznej, towarzyskiej czy wirtualnej, zwrócić uwagę na rekreację kulturalno-rozrywkową (Kielbasiewicz-Drozdowska, 2001), której towarzyszy amatorska twórczość artystyczna, ale także, a może przede wszystkim, pobyt i uczestniczenie w tym czasie w zabawie w parku rozrywki, lub tematycznym, czy choćby w wesołym miasteczku (Winiarski, 2012).

Częścią spędzania czasu wolnego w ramach rekreacji jest udział w imprezach, wydarzeniach, które obejmuje pojemne w literaturze pojęcie eventu, które jest

[...] niecodziennym i wyjątkowym, aczkolwiek zaplanowanym, wydarzeniem dla ludzi, które ma za pomocą określonego budżetu i nakładów pracy ludzkiej, dostarczyć przeżyć i emocji, będących celem organizatora, przy czym cel ten może mieć znacze-





nie w aspekcie marketingowym, PR-owym, politycznym, społecznym, rekreacyjnym, kulturalnym, dobroczynnym lub psychologicznym (Bączek, 2011, s. 7).

Wielość znaczeń ukrytych pod pojęciem event pociąga za sobą potrzebę usystematyzowania zjawiska, zaproponowania podziału w oparciu o wielorakie kryteria. Można mówić o eventach wewnętrznych lub zewnętrznych, jeżeli kryterium jest odbiorca oferty. Ze względu na dostępność wymienia się eventy zamknięte lub otwarte. Czas trwania dzieli wydarzenia na jednodniowe, wielodniowe lub etapowe, natomiast miejsce, do którego przypisana jest impreza, wydziela eventy stacjonarne, związane z jednym konkretnym miejscem, bądź objazdowe, obecne w wielu miejscach (Bączek, 2011, s. 20)

Można pokusić się o bardziej szczegółowy podział uwzględniający konkretną grupę wiekową odbiorców, co jest istotne zwłaszcza w kontekście niniejszego artykułu. Wtedy można mówić o:

- eventach dla dzieci – wydarzeniach, których odbiorcami są osoby od wieku niemowlęcego do 16 roku życia. Zwykle główna tematyka odzwierciedla sposób patrzenia na świat przez dzieci (kolory, bajki, muzyka, ruch, śpiew, śmiech, przygoda, bohaterowie itd.). Najczęstszymi składowymi eventów organizowanych dla tej grupy odbiorców są balonowe kreacje, bańki mydlane, dyskoteka dla dzieci, imprezy z animatorami, konkursy z nagrodami, malowanie twarzy, pokaz iluzjonistyczny, spektakle dziecięce, zawody sportowe itp.;
- eventy dla młodzieży – wydarzenia, których odbiorcami są osoby między 15 a 22 rokiem życia. Główna tematyka eventu odzwierciedla sposób patrzenia na świat przez nastolatków i młodych ludzi. Najczęstsze działania w ramach tych eventów to różnorakie akcje (np. o charakterze ekologicznym), gry terenowe, happeningi, instalacje i konstrukcje, koncerty gwiazd rock i pop, pokazy cyrkowe itp.;
- eventy dla dorosłych – wydarzenia, w których uczestnikami są osoby w wieku 18+. Jest to grupa najszersza, a główny temat wydarzenia odzwierciedla sposób patrzenia na świat przez pryzmat dorosłości. Wśród popularnych działań w tej grupie wymienia się, takie jak: degustacje, pikniki, pokazy mody, sporty ekstremalne, wystawy, wernisaże itp. (Bączek, 2011, s. 21).

DZIECKO W WIEKU PRZEDSZKOLNYM

Jakkolwiek główną grupą badanych osób będą rodzice, to warto przyjrzeć się bliżej grupie, dla której wydarzenie jest przygotowywane. Uwzględniając zmiany w procesie dydaktycznym zachodzące w ostatnich kilku latach, za wiek przedszkolny, na potrzeby tej pracy, uznano dzieci w wieku między 2,5–6 lat.

Wiek przedszkolny to niezwykle ważny etap w rozwoju każdego człowieka, gdyż głównym zadaniem, jakie stoi przed dzieckiem, jest przygotowanie się do pójścia do szkoły.





Warunkiem tego jest pewna gotowość do opuszczenia domu rodzinnego oraz do radzenia sobie z typowymi sytuacjami szkolnymi. Jeżeli dziecko ma się bez większych trudności uczyć w szkole, musi być fizycznie, społecznie i emocjonalnie gotowe do spędzenia kilku godzin poza domem w otoczeniu obcych ludzi i, przynajmniej na początku, nieznanymi przestrzeniami i przedmiotami. Wymaga to od niego niemałej samodzielności (Smykowski, 2014, s. 165).

Następuje intensywny rozwój zdolności poznawczych. Wzrasta wrażliwość słuchowa, słuchu muzycznego i fonetycznego, rozpoznawanie melodii. Dzieci nabywają z czasem umiejętności orientacji w czasie, umiejscowienia kolejności zdarzeń i orientacji w przestrzeni (Kielar-Turska, 2009).

Wielu autorów podkreśla charakter dydaktyczny zabawy (Bogdanowicz, 2010; Brazelton, 2013; Wygotski, 2014; Smykowski, 2014). Dobrym sposobem uczenia się dla dzieci w wieku przedszkolnym jest właśnie zabawa. Dziecko, które jest pozornie swobodne w zabawie, faktycznie ograniczone jest przez reguły ustalone przez siebie i poznaje istotę danej roli (Kielar-Turska, 2009).

Dla dzieci zabawa jest tym, czym dla dorosłych praca. Dzięki zabawie dorastają, uczą się i zdrowieją. Rozrywka to często bardzo skuteczna metoda na przepracowanie emocji wywołanych jakimś traumatycznym doświadczeniem (Brazelton, 2013).

Wiek przedszkolny jest niezwykle istotnym okresem w etapie rozwoju każdego człowieka. Jest to ważny czas, w którym kształtuje się osobowość, charakter, emocjonalność, moralność, obraz i poczucie własnej wartości. Etap, w którym zakorzenione błędy mogą rzutować na przyszłość dziecka i stanowią fundament jego przyszłego życia. Prosta nauka liter czy cyfr przekazywana jest w formie zabawy, dlatego to przez zabawę najłatwiej i najszybciej dziecko nabywa nowych umiejętności (Bogdanowicz, 2010). Działania podejmowane zatem przez organizatorów rekreacyjno-eventowych, stanowiąc mogą całkiem istotną składową rozwoju małego człowieka.

CHARAKTERYSTYKA ORGANIZATORÓW ORAZ INFRASTRUKTURY EVENTOWEJ W JELENIEJ GÓRZE

Potencjał rynku jeleniogórskiego w zakresie profesjonalnych organizatorów eventów dla dzieci oraz związanej z tym infrastruktury nie jest znaczny. Wśród firm zajmujących się organizowaniem różnorodnych wydarzeń należy wymienić W & E. Wedding & Event. Firma ta zapewnia kompleksową ofertę związaną z organizacją imprez, animacji i atrakcji dla dzieci. Jej oferta obejmuje m.in.: organizację urodzin, kinderballi, opiekę nad dziećmi podczas wesel i innych imprez rodzinnych czy firmowych itp. Jedną z głównych i najbardziej polecanych części każdego eventu dla dzieci są animacje tematyczne nawiązujące do poszukiwania skarbów z piratami, szaleństw z klaunami czy innych, jak wieczór japoński, dziki zachód, afrykańska puszcza itp.

Imprezy okolicznościowe organizowane dla dzieci obejmują pełną obsługę logi-



styczną uroczystości, m.in.: wyszukanie odpowiedniego miejsca, obsługę techniczną, oprawę muzyczną, catering i transport, opiekę animatora oraz liczne atrakcje, gry i zabawy. Dodatkową ofertę stanowi opieka nad dziećmi podczas wesel i innych imprez oraz oferta dla hoteli i restauracji (www.wande.net).

Kolejną jest Vesna – firma, która zajmuje się kompleksową organizacją urodzin, bali dla dzieci, festynów rodzinnych, Andrzejek i Mikołajek itd. Tworząc radosny świat dzieci, realizując ich marzenia i rozwijając wyobraźnię, stawia na animację z fabułą. Przyjęcia, wydarzenia i eventy organizowane są zgodnie z konkretną i wybraną tematyką. W trakcie organizacji festynów rodzinnych i większych imprez plenerowych, firma zajmuje się organizacją profesjonalnego sprzętu (nagłośnienie, karaoke, *fireshow* itp.), wyborem odpowiedniego miejsca, przygotowaniem zajęć dla rodziny i licznymi atrakcjami, jak malowanie twarzy, tatuaże z henny, balonowe figurki, zabawa z klaunem lub magikiem, chodzące maskotki, gigantyczne gry planszowe, wielkie bańkowanie, zabawy wielkimi klockami czy w końcu warsztaty teatralne – interaktywny teatr dla dzieci i rodziców (www.vesna.pl). Podobną ofertę proponują firma Olinek (www.olinek.eu) czy teatr Mała bajeczka (www.malabajeczka.pl).

Wśród innych instytucji kultury oferujących organizację eventów dla dzieci należy wymienić Filharmonię Dolnośląską w Jeleniej Górze, która organizuje cykliczne, co miesięczne spotkania poranki dla dzieci, podczas których za pomocą muzycznych utworów odkrywają świat przyrody, dźwięków oraz zdobywają podstawową wiedzę na temat muzyki (www.filharmonia.jgora.pl).

Do istotnych elementów infrastruktury rekreacyjno-eventowej należy zaliczyć znajdujące się w mieście bawialnie. Jest ich sześć, a oferta realizuje podobny schemat: zabawy dzieci z wykorzystaniem przyrządów i urządzeń, jak zjeżdżalnie, skakalnie itp. Dodatkowo oferowane są miejsca, w których istnieje możliwość organizacji różnych imprez okolicznościowych, urodzin bądź spotkań dla rodziców. Ostatnim elementem infrastruktury, istotnym dla niniejszej publikacji, są miejskie place zabaw. W Zielonej Górze do popularniejszych należą place: przy ul. Dembowskiego (Sobieszów), w Parku Norweskim (Cieplice), przy ul. Czarneckiego (Cieplice), w Parku Kościuszki, oraz na Osiedlu Robotniczym.

ANALIZA ANKIET ORAZ WYWIADU

Jakkolwiek przedmiotem zainteresowania artykułu jest oferta rekreacyjno-eventowa skierowana do grupy dzieci przedszkolnych w sposób naturalny badaniami zostaną objęci rodzice tej grupy, którzy de facto podejmują decyzję dotyczącą wyboru oferty, która ich zdaniem najlepiej służyć będzie ich dziecku. Warto także sprawdzić, jakie zapotrzebowanie w stosunku do wyspecjalizowanych firm zgłaszają rodzice czy prawni opiekunowie oraz jak wygląda wykorzystanie ich potencjału przez ewentualnych klientów. Warto w związku z tym zadać pytania:

- Jakie są oczekiwania rodziców dzieci w wieku przedszkolnym, mieszkają-



cych w Jeleniej Górze w stosunku do oferty przygotowywanej przez firmy eventowe?

- Jakie imprezy rekreacyjno-eventowe cieszą się największym powodzeniem wśród rodziców dzieci w wieku przedszkolnym?
- Jaki jest stan wiedzy wśród rodziców najmłodszych mieszkańców Jeleniej Góry na temat firm specjalizujących się w organizacji imprez?

Grupę respondentów, którzy wzięli udział w badaniu ankietowym stanowili rodzice dzieci będących w wieku przedszkolnym, mieszkających w Jeleniej Górze. Badania były prowadzone w kwietniu 2015 roku. W ankiecie wzięło udział 61 osób – rodziców dzieci w wieku przedszkolnym, mieszkających w Jeleniej Górze. O ocenę rynku i jego możliwości pokuszono się w oparciu o wywiad z menedżerem jednej z jeleniogórskich firm specjalizujących się w organizacji tego rodzaju imprez. Wywiad został przeprowadzony podczas spotkania 17 kwietnia 2015 roku.

W grupie respondentów niewielką przewagę miały mamy, które stanowiły 54% ogółu odpowiadających. Rodzice dzieci będących w wieku przedszkolnym to stosunkowo młodzi ludzie. Zdecydowana większość to grupa w przedziale wiekowym 31–40 lat (aż 62%). Co trzeci z nich mieścił się w przedziale wiekowym 20–30 lat (30%), pozostałe zaś 8% to osoby z grupy wiekowej 41–50 lat. Ponad połowa rodziców ma wykształcenie wyższe. Na wyższe zawodowe wskazało 30% respondentów, wyższe z tytułem magistra to piąta część badanych, zaś dodatkowo 6% wskazuje na wykształcenie wyższe ze stopniem doktora. W pozostałej grupie 15% osób legitymuje się wykształceniem średnim, zaś 7% ma wykształcenie zawodowe. Warto przy tej okazji wskazać na całkiem znaczną grupę osób (20%), która nie wskazała w ankiecie żadnej z proponowanych opcji.

Odpowiadając na pytanie o liczbę dzieci w wieku przedszkolnym, rodzice w większości wskazywali na jedno dziecko (59%), zaś dwójkę w wieku przedszkolnym wychowuje 41% respondentów. Nie było wskazań większej liczby: trójki lub czwórki, co przewidywało pytanie ankietowe.

Jeżeli chodzi o miejsce zamieszkania w Jeleniej Górze, połowę ankietowanych (51%) stanowili rodzice zamieszkujący ściśle centrum i w odległości do 5 km od centrum miasta. Czwarta część respondentów zamieszkuje okolice do 10 km od centrum miasta, natomiast pozostali uczestnicy badań do 20 km od centrum miasta (11%) i dalej (13%).

Pytania o status materialny miały charakter subiektywny i to na respondencie spoczywała odpowiedzialność za jego ocenę. Większość z nich – 66% – określiło swój status jako wystarczający. Kolejne 21% wskazało na dobry. Mniej niż co dziesiąty (8%) ocenił swój status jako niewystarczający bądź nieodpowiadający jego potrzebom. Nikt nie wskazał na zły status, natomiast jako bardzo dobry został on oceniony przez 5% ankietowanych.

ANALIZA POTRZEB I OCZEKIWAŃ MIESZKAŃCÓW JELENIEJ GÓRY W STOSUNKU DO OFERTY REKREACYJNO-EVENTOWEJ

Na początku warto zbadać stan wiedzy respondentów i potencjalnych klientów firm eventowych na temat tego, czym jest event bądź impreza rekreacyjna. Zdecydowana większość (92%) na pytanie, czy wiedzą, czym jest event, odpowiedziała twierdząco, a piąta część z nich podjęła próbę wyjaśnienia tego pojęcia. Wśród propozycji opisu zjawiska pojawiały się definicje mniej lub bardziej szczegółowe, formułowane intuicyjnie, jak:

- impreza na świeżym powietrzu;
- zaplanowane wydarzenie, organizowane głównie w celach rozrywkowych;
- zaplanowane wydarzenie z dokładnie określonym celem (tematem);
- wydarzenie o charakterze rozrywkowym, skierowane do określonej grupy osób;
- wydarzenie o charakterze rekreacyjnym;
- zabawa integracyjna;
- wydarzenie, zaplanowana, zorganizowana impreza;
- spotkanie w celach rekreacyjnych, spacer, baseny itp.;
- impreza zorganizowana w jakimś celu dla danej grupy;
- event – zaplanowane wydarzenie określonego rodzaju.

Połączenie wydarzenia z potrzebą jej profesjonalnej organizacji, wskazywane dość wyraźnie przy okazji próby definiowania zjawiska, niekoniecznie przekłada się na działania natury praktycznej. Około $\frac{3}{4}$ respondentów (72%) przyznało, że nie korzysta z usług profesjonalnych firm organizujących wydarzenia, natomiast 20% przyznało, że z takiej pomocy przynajmniej raz skorzystało. Pozostałe 8% odpowiadających nie było w stanie stwierdzić jednoznacznie, czy korzystało z tego rodzaju usług.

Różne są preferencje ankietowanych co do organizacji eventów lub wydarzeń rekreacyjnych. Dla większości z nich (69%) nie ma znaczenia, czy są to zajęcia prowadzone w pomieszczeniu zamkniętym, czy w plenerze, natomiast co piąty pytany woli zajęcia realizowane na wolnym powietrzu. Pozostali ankietowani (10%) w ogóle nie są zainteresowani zajęciami dla ich dzieci. Konsekwencją powyższego wyboru jest kolejna preferencja wskazywana w ankietach. Wśród osób zainteresowanych udziałem w zorganizowanym evencie (90% ogółu respondentów) 45% wskazuje na sezon sprzyjający wydarzeniom, które mogą być realizowane w plenerze, rozkładając swoje preferencje pomiędzy jesień (18%), wiosnę (14%) czy też lato (13% – choć tutaj niski stosunkowo procent idzie w parze z okresem wakacyjnym, kiedy to większość potencjalnych klientów ma wakacje i może przebywać poza swoim stałym miejscem zamieszkania). Nikt nie wskazał na zimę jako atrakcyjną dla eventów porę roku, natomiast dla najliczniejszej grupy – 45% – pora organizacji imprezy nie ma więk-



szego znaczenia. To, co ma znaczenie, to miejsce realizacji imprezy. Dla większości biorących w badaniu rodziców ważnym jest, by były to zajęcia na miejscu (69%). Na atrakcyjność imprez wyjazdowych wskazało jedynie 13% odpowiadających, natomiast brak zdecydowania wykazało 8%, przy 10% wstrzymujących się od opinii jako niezainteresowanych.

Istotnym jest pytanie o budżet, jaki rodzice są skłonni przeznaczyć na wydarzenie bądź zajęcia organizowane dla swojego dziecka.

Najczęściej deklarowano sumę do 50 zł. Niemal połowa – 46% respondentów – jest skłonna ponieść taki wydatek. Pozostałe odpowiedzi to już znacząco mniejszy udział procentowy. Od 51 do 100 zł jest skłonnych wydać 16% rodziców, natomiast grupa, która wydałaby w przedziale pomiędzy 151 a 200 zł lub powyżej 201 zł, to za każdym razem jedynie 5% respondentów. Nikt z pytanych nie wskazał na przedział 101–150 zł, natomiast znacząca grupa rodziców – 25% – nie określiła konkretnej ceny, jaką byłaby skłonna zapłacić, ale uzależniła jej wysokość od rodzaju imprezy, w której dziecko miałoby uczestniczyć. Niewielu respondentów (3%) nie jest w ogóle zainteresowanych takimi eventami dla swoich dzieci.

Dla większości rodziców dzieci w wieku przedszkolnym ważnym jest, aby dziecko w trakcie imprez eventowych po prostu dobrze się bawiło i na taki charakter imprezy, jako pożądany, wskazuje się najczęściej, jak w przypadku rekreacji poprzez zabawę, która jest istotna dla 28% ankietowanych, czy spotkanie rodziców i dzieci połączone wspólną zabawą, co jest ważne dla 25% odpowiadających.

Pozostałe odpowiedzi także wskazują co najmniej pośrednio na zabawę, jak w przypadku nauki przez zabawę – ważną dla 14%, czy też zawody sportowe – 14%, urodziny – 12% lub, o wiele rzadziej wskazywane, Mikołajki – 5% czy zabawy karnawałowe – raptem 2% wskazań. Niewielka liczba (13%) ankietowanych twierdzi, że raczej nie zamierza w przyszłości korzystać z usług firm oferujących organizację imprez rekreacyjno-eventowych dla dzieci w wieku przedszkolnym. Pozostali ankietowani w podobnym stosunku mają w planach skorzystanie z oferty firm lub też są jeszcze niezdecydowani.

Respondenci pytani o spodziewane rezultaty udziału ich dzieci w wydarzeniach dla nich organizowanych za najistotniejszą uznali zabawę samą w sobie (37%), a 30% doprecyzowało to jako zdobywanie umiejętności wspólnej zabawy z rówieśnikami.

Na wagę integracji w grupie rówieśniczej wskazało 23% rodziców natomiast jedynie 7% spodziewa się, że w trakcie imprezy ich pociechy będą miały możliwość nawiązania znajomości. Żadnych oczekiwań lub kłopot w ich sprecyzowaniu miało jedynie 3% respondentów.

Wśród czynników, które mogą mieć wpływ na decyzję rodziców o udziale bądź organizacji eventu, wskazywane są przede wszystkim wcześniejsze doświadczenia. Dla 54% respondentów może to być główny powód organizacji kolejnej imprezy bądź pozwolenia dziecku na udział w takowej. W przypadku 35% odpowiedzi takim czynnikiem jest opinia wyrażona przez innego rodzica, natomiast dla 11% wystarczającym powodem jest sama oferta, o ile jest atrakcyjna dla osoby podejmującej





decyzję. Nie wskazano natomiast w ogóle, co interesujące, na niską cenę jako czynnik decydujący.

Raz przekonany do idei udziału pociechy w organizowanym evencie wśród atrakcji oraz zajęć, które mogą zaoferować bądź zorganizować profesjonalne firmy najchętniej widzieliby zabawy ruchowe oraz tańce – tak jest w przypadku aż 37% badanych. W równym stopniu (po 17%) wskazuje się na organizację przedstawień lub koncertów bądź złożonoby całość realizacji organizowanej imprezy na ręce profesjonalnych animatorów. Na scenariusz imprezy, który zakładałby wspólne odkrywanie świata przez rodziców i dzieci, zdecydowałoby się 13% respondentów. Ta sama liczba ankietowanych wskazała na chęć skorzystania z wszelkich atrakcji dmuchanych, jak wieże, zjeżdżalnie czy skakalnie.

WIEDZA ANKIETOWANYCH NA TEMAT JELENIOGÓRSKICH FIRM EVENTOWYCH

Wśród rodziców dzieci w wieku przedszkolnym wiedza dotycząca obecności na rynku firm eventowych oraz ich oferty jest raczej ograniczona. Zaledwie 30% respondentów twierdzi, że ma wystarczającą wiedzę na temat firm, które oferują organizację imprez dla najmłodszych mieszkańców Jeleniej Góry. Równie niski jest stopień wykorzystania tejże oferty. Z żadnych usług tego rodzaju nie skorzystało dotychczas 59% respondentów. Najpopularniejszą wśród firm jest Vesna, z której skorzystało 15% ankietowanych. Oferta firm W & E Wedding & Event oraz Olinek okazał się być atrakcyjną jedynie dla 4%. Zaskakujący jest zaś wynik firmy Happy Event, na którą wskazało 18% respondentów. Jest to o tyle interesujące, że taka firma nie istnieje, a mimo to wskazano na nią. Być może wynika to z pośpiechu, a może z faktu, że część odpowiadających uznała za stosowne znaleźć się, choćby wirtualnie, w grupie osób, które z takich usług korzysta, starając się w ten sposób wpisać w coraz modniejszy obecnie nurt usług?

Wśród ankietowanych, którzy przyznali, że korzystali z usług firmy eventowej, wskazano w zasadzie na dwa główne rodzaje imprezy: organizację przyjęcia urodzinowego w przypadku 80% ankietowanych oraz przy okazji organizacji imprezy mikołajkowej – 20%. Połowa z korzystających z oferty respondentów była z usługi zadowolona. Co czwarta osoba nie była w stanie przypomnieć sobie swoich wrażeń związanych z korzystaniem z usługi, 15% wskazało odpowiedź „średnio zadowolony”, natomiast 10% nie ma w tej kwestii zdania.

W ramach badań poproszono o sugestie dotyczące branży eventowej dla dzieci na rynku jeleniogórskim. W odpowiedziach podkreślano potrzebę stworzenia w Jeleniej Górze miejsc, w których rodzice mogliby spędzać czas wolny razem z dzieckiem, lub miejsc, w których jednocześnie mogliby spędzić czas na rozmowie ze znajomymi mającymi również dzieci przy przysłowiowej kawie i które byłyby akceptowalne finansowo. Podkreślano brak miejsc i imprez organizowanych dla dzieci lub dla ro-





dzin z dziećmi, które są darmowe, przygotowywane przez miasto i realizowane w ramach deklarowanej polityki prorodzinnej. Respondentom generalnie brakuje miejsc, gdzie będą mogli w ciekawy sposób spędzić czas z dziećmi, oderwać się od domowych obowiązków, problemów i trosk codzienności i po prostu побыć z potomstwem.

IMPREZY REKREACYJNO-EVENTOWE W OPINII ORGANIZATORA

W ramach badań przeprowadzono wywiad z menedżerem jednej z jeleniogórskich firm specjalizujących się w organizacji imprez. W trakcie rozmowy zadano kilka pytań, które miały na celu poznanie specyfiki funkcjonowania lokalnego rynku imprez dla dzieci. Były to pytania:

- o rodzaj klientów, którzy zwracają się z prośbą o organizację imprezy;
- z jakiego rodzaju oferty klienci korzystają najczęściej;
- jakie atrakcje cieszą się największym powodzeniem;
- jakie są oczekiwania klientów? Czy mają własne pomysły na wydarzenie, czy też poddają się całkowicie propozycjom oferenta;
- którzy klienci są najbardziej wymagający;
- w jaki sposób pozyskiwani są klienci;
- czy branża eventowa dla najmłodszych jest traktowana przez organizatorów za istotny segment rynku i jaką rolę się jej przypisuje?

Odpowiedzi uzyskane w ramach wywiadu pozwalają na rekonstrukcję obrazu branży eventowej dla najmłodszych na lokalnym rynku Jeleniej Góry. Jeżeli chodzi o klientów, to są to zarówno klienci instytucjonalni, jak i indywidualni. Każda grupa zgłasza inne zapotrzebowanie: duże firmy korzystają z ofert eventowych w celu organizacji imprez, pikników czy festynów dla swoich pracowników. Są to zwykle imprezy przygotowywane z większym rozmachem, wymagające dużej ilości sprzętu, animatorów, konkursów oraz innych atrakcji skierowanych do uczestników wydarzeń. Klienci indywidualni, wśród których prym wiodą rodzice, korzystają z usług firm eventowych przede wszystkim w celu organizacji urodzin, rzadziej z usługi animacji w trakcie imprez okolicznościowych. Nowym rodzajem klienta, który zaczyna odgrywać coraz większą rolę, są przedstawiciele hoteli i restauracji, którzy przy okazji organizowania różnych imprez okolicznościowych starają się również zorganizować czas dla dzieci uczestników.

Większość klientów preferuje imprezy w plenerze, co czasami jest kłopotliwe ze względu na warunki pogodowe. Warto podkreślić, że praca w plenerze, choć wygodniejsza ze względu na otwartą przestrzeń i większą możliwość improwizacji, niesie też ze sobą trudności związane choćby z zebraniem wszystkich uczestników, a także często z większym nakładem finansowym ze względu na większe wymagania





sprzętowe. W trakcie imprez plenerowych najlepiej sprawdzają się zajęcia i zabawy ruchowe, dmuchane atrakcje, tory przeszkód oraz różnorakie konkursy. W przestrzeniach zamkniętych i na mniejszych imprezach domowych najczęściej proponuje się występy magików, animacje tematyczne z przebraniami i zadaniami związanymi z tematyką wydarzenia.

Klienci częściej przychodzą z przynajmniej zarysowaną koncepcją wydarzenia, bez względu na skalę, przy czym rodzice są zdecydowanie bardziej wymagający i dokładni. Dysponują wręcz spisem rzeczy, które ich dziecko lubi, oraz tych, których nie lubi, tak by w trakcie organizacji uniknąć niepotrzebnych nieporozumień. Przy okazji większej imprezy klienci z reguły pozostawiają organizatorom więcej swobody, licząc na ich kreatywność i doświadczenie.

Sposobów pozyskiwania klientów jest wiele. Firma może bazować, i bazuje, na rozpoznawalności, którą wypracowała dzięki swojej wcześniejszej działalności związanej z organizacją eventów, imprez okolicznościowych i imprez firmowych. Wielu spośród klientów zainteresowanych segmentem oferty kierowanej do najmłodszych wcześniej brało udział w imprezach organizowanych przez firmę i byli z nich zadowoleni. Inni klienci trafiają do firmy z polecenia: na przykład ich dzieci uczestniczyły w urodzinach kolegi. Ponadto firma stara się promować w trakcie różnych imprez otwartych organizowanych przez władze miasta bądź w ramach umowy sponsorskiej i w zamian za reklamę swojej marki i udział bądź współpracę w wydarzeniu nie pobiera wynagrodzenia.

Segment dzieci w branży eventowej może mieć duże znaczenie. Należy przede wszystkim zacząć od zrozumienia roli szeroko pojętego wydarzenia w rozwoju dzieci i odpowiednio je przygotować. Jak podkreślano w wywiadzie, głównym założeniem imprez dla dzieci, czy to urodzin, animacji tematycznych, czy choćby pikników firmowych jest przede wszystkim dobra zabawa. Zarówno dzieci, jak i ich opiekunów zabawa ma relaksować, odprężyć i sprawiać przyjemność. Ale co najważniejsze, ma ona także integrować rówieśników, uczyć zdrowej rywalizacji. Dzieci w trakcie takich wydarzeń nabywają wiele nowych umiejętności, ale także przełamują swoje lęki i strachy. Podporządkowują się regułom i zasadom, ale także uczą się kompromisu. Dlatego właśnie dla nich takie eventy, wydarzenia czy imprezy mają istotne znaczenie i to nie tylko jako rozrywka czy dobra zabawa, ale także jako element rozwoju psychicznego i fizycznego małych dzieci.





PODSUMOWANIE

Jakkolwiek Jelenia Góra nie należy do grupy dużych miast, to jednak dysponuje odpowiednią ofertą rekreacyjno-eventową oraz związaną z nią infrastrukturą. Podobnie jest w przypadku oferty firm profesjonalnie zajmujących się organizacją tego rodzaju imprez dla najmłodszych. Oferenci są w stanie zapewnić każdy rodzaj oprawy wydarzenia bądź zamówiony event, tym bardziej że wymagania lokalnego rynku, na co wskazują badania, nie są specjalnie wyszukane i zamykają się w standardowych oczekiwaniach związanych z imprezami urodzinowymi czy mikołajkowymi. Fakt, że zdecydowana większość potencjalnych klientów zna ofertę, nie przekłada się jeszcze na powszechność jej wykorzystania. Raptem co piąty respondent skorzystał z oferty. Różne motywy składają się na podjęcie takiej decyzji, choć przede wszystkim rodzicom chodzi o dobrą zabawę dzieci, nie uciekają w trakcie wyboru od podtekstów edukacyjnych: ważne jest, by zabawa jednocześnie uczyła funkcjonowania w grupie lub pomogła w nawiązaniu więzi z grupą rówieśniczą. Kładzie się także nacisk na przestrzeń, w której zabawa jest realizowana – częstą sugestią jest wybór imprezy na wolnym powietrzu, choć w najbliższej okolicy. Zdecydowana mniejszość skłonna byłaby posłać swoje pociechy na imprezę rekreacyjną o charakterze wyjazdowym. Większość rodziców jest wyraźnie zdecydowana co do rodzaju usługi, z której chcą skorzystać, i podobne wnioski płyną z przeprowadzonego wywiadu z przedstawicielem branży. W rozmowie podkreśla się charakter rynku, który jest wymagający i raczej trudny do zdobycia. Aby na nim zaistnieć, trzeba mieć dobrą markę, a najcenniejszym narzędziem promocyjnym jest tak zwana „poczta pantoflowa”, co przyznają zarówno przygotowujący ofertę, jak i sami rodzice, którzy w zdecydowanej większości przy ewentualnym wyborze oferty korzystają z polecenia innego rodzica. I jakkolwiek jest to rynek trudny, to jednak perspektywiczny, na co wskazują zarówno badania znajomości oferty i wymagań w stosunku do niej wyrażanych przez potencjalnych klientów, jak i zdanie organizatorów, którzy swoją działalność coraz częściej adresują do najmłodszej grupy odbiorców.

BIBLIOGRAFIA

- Bączek, J.B. (2011). *Psychologia eventów*. Warszawa.
- Bielec, G., Półtora, W. i Warchoł, K. (2011). *Zarys teorii i metodyki rekreacji ruchowej*. Kraków.
- Bogdanowicz M. (2010). *W co się bawić z dziećmi? Piosenki i zabawy wspomagające rozwój dziecka*. Gdańsk.
- Brazelton, B.T. (2013). *Rozwój dziecka od 3 do 6 lat*. Sopot.
- Demel, M. i Humen W. (1970). *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej. Elementy historii, teorii i metodyki*. Warszawa.



Gonzalez Velasco, D. (red.) (2008). *El mercado potencial del turismo accesible para el sector turístico español*. Madrid.

<http://www.bawialniabajeczka.pl/>.

<http://www.filharmonia.jgora.pl/pl/niedzielne-poranki-muzyczne>.

<http://www.hip-hop.jgora.pl/>.

<http://www.malabajeczka.pl/>.

<http://www.olinek.eu/start>.

<http://www.salazabaw.akademiahappykids.pl/>.

<http://www.stonogajg.pl/>.

<http://www.vesna.pl/index.php?page=imprezy-dla-dzieci>.

<http://www.wande.net.pl/nowa/index.php?page=dzieci>.

Kielar-Turska, M. (2009). Średnie dzieciństwo. Wiek przedszkolny. W: B. Harwas-Napierała i J. Trempała (red.). *Psychologia rozwoju człowieka*. Warszawa.

Kiełbasiewicz-Drozdowska, I. (2001). Zarys rozwoju refleksji teoretycznej nad problematyką rekreacji. W: I. Kiełbasiewicz-Drozdowska i W. Siwiński (red.). *Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe)*. Poznań.

Kwilecka, M. i Brożek, Z. (2007), *Bezpośrednie funkcje rekreacji*. Warszawa.

Smykowski, B. (2014). Wiek przedszkolny. Jak rozpoznać potencjał dziecka?. W: A. Brzezińska (red.). *Psychologiczne portrety człowieka. Praktyczna psychologia rozwojowa*. Gdańsk.

Strugarek, J. (2011). *Organizacja i prowadzenie imprez sportowych, rekreacyjnych i turystycznych*. Poznań.

Widawski, K. (2011). Accessible tourism starts with the accessible information. Madrid case study. W: J. Wyrzykowski i J. Marak (red.). *Tourism Role in the Regional Economy. Social, Health-Related, Economic and Spatial Conditions of Disabled People's Tourism Development*. Wrocław.

Winiarski, R. (2012). Wprowadzenie do zagadnień rekreacji i czasu wolnego. W: R. Winiarski. *Rekreacja i czas wolny. Studia humanistyczne*. Warszawa.

Wygotski, L.S. (2002). Zabawa i jej rola w rozwoju psychicznym dziecka. W: A. Brzezińska i M. Marchow (red.). *Wybrane prace psychologiczne II*. Poznań.



EVENTY REKREACYJNE DLA DZIECI W WIEKU PRZEDSZKOLNYM NA PRZYKŁADZIE OFERTY JELENIEJ GÓRY

Słowa kluczowe: event, rekreacja, oferta, przedszkolak, Jelenia Góra

Streszczenie: Artykuł prezentuje stan oferty rekreacyjno-eventowej dla przedszkolaków na przykładzie Jeleniej Góry. Próbę oceny poprzedza wprowadzenie teoretyczne, które odnosi się do zjawiska rekreacji, eventu, ze szczególnym uwzględnieniem najmłodszej grupy odbiorców, w końcu definiuje samą grupę także poprzez pryzmat potrzeb i specyfiki jej funkcjonowania w rekreacji. Następnie zaprezentowano istniejący na lokalnym rynku potencjał, na który składa się przede wszystkim infrastruktura niezbędna do realizacji wydarzeń rekreacyjnych, jak bawialnie czy place zabaw, a także funkcjonujący w mieście profesjonalni organizatorzy wraz z zakresem działań podejmowanych przy okazji organizowania oferty. Kolejną część artykułu stanowi poszukiwanie odpowiedzi na postawione pytania badawcze, które sprowadzają się do zbadania preferencji rodziców w odniesieniu do oferty organizowanej przez profesjonalistów, zbadania stopnia znajomości rynku jeleniogórskiego przez potencjalnych klientów, w końcu do realnego wykorzystania istniejących na rynku możliwości. Wszystkie odpowiedzi uzyskano w trakcie badań ankietowych, a odpowiedzi na pytania badawcze są efektem analizy wskazań najbardziej zainteresowanej grupy, czyli rodziców dzieci w wieku przedszkolnym zamieszkujących Jelenią Górę. Całość została uzupełniona analizą informacji uzyskanych w trakcie pogłębionego wywiadu przeprowadzonego z przedstawicielem branży funkcjonującego na rynku. Spojrzenie z dwóch stron – zarówno od strony klienta, jak i oferenta – daje pełen obraz funkcjonowania oferty rekreacyjno-eventowej i pozwala na wyciągnięcie ostrożnych wniosków co do perspektywy jej funkcjonowania w przyszłości.

RECREATIONAL EVENTS FOR THE PRE-SCHOOLERS ON THE EXAMPLE OF THE JELENIA GÓRA OFFER

Keywords: event, recreation, offer, pre-schooler, Jelenia Góra

Abstract: This article presents the state of recreational-event offer for pre-school children at the example of Jelenia Góra. Theoretical introduction precedes an attempt of the estimation of recreation and event concerning the youngest target group. A definition of this group through its needs and specificity of functioning in recreation is also provided. Presented as next is the potential existing at the local market consisting of tourist infrastructure necessary



to realizing the recreational events such as playrooms or playgrounds as well as professionals preparing offer for children. The following part of the article answers research questions about the parental preferences concerning professional offer for children and examination of the potential clients' familiarity with Jelenia Góra offer for children and finally the utilization of existing potential. All answers were obtained through a survey and the research question answers' analyze the cues from of the most interested group i.e. parents of pre-school children inhabiting Jelenia Góra. All that was supplemented with an analysis of information obtained from an interview with a representative of the market. The perspective of both sides – a client and an offerer – gives full view of the functioning of recreational-event offer and allows drawing conclusions concerning its future functioning.