

Przyciąganie turystów biznesowych, jako przyszłych odwiedzających dla przyjemności, jako element relacji między rozwojem turystyki biznesowej i turystyki czasu wolnego w obszarach recepcji turystycznej

Michał Żemła

W artykule zaprezentowane zostały najważniejsze relacje między rozwojem turystyki biznesowej i czasu wolnego w danym obszarze recepcji turystycznej. Relacje te nie były dotąd szeroko omawiane w literaturze przedmiotu, a liczba prac badawczych analizujących szczegółowe poszczególne relacje jest znikoma. Szczególną uwagę poświęcono możliwości przyciągania turystów biznesowych odwiedzających często po raz pierwszy w sposób niedobrowolny dane miejsce, jako przyszłych turystów dla przyjemności w tym miejscu. Zwrócono uwagę także na korzyści dla rozwoju turystyki biznesowej wynikające, z ogólnej atrakcyjności turystycznej miejsca oraz znaczenie sezonowości w turystyce. Uwagi zaprezentowane na bazie krytycznej analizy literatury mają charakter dyskusyjny i stanowią próbę zebrania wiedzy rozproszonej w różnych źródłach literaturowych. Takie kompendium w zamiarze autora jest przydatne zarówno dla badaczy ruchu turystycznego, jak i dla osób odpowiadających za rozwój turystyki w poszczególnych obszarach recepcji turystycznej, a zwłaszcza pracowników lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych oraz convention and visitors bureaux.

Słowa kluczowe: atrakcyjność turystyczna, turystyka czasu wolnego, turystyka biznesowa, wybór miejsca docelowego wyjazdu turystycznego.

Attracting business tourists as future pleasure visitors as an element of relations between business and leisure tourism development in tourism destinations

Paper presents chosen relations between development of business and leisure tourism in particular destinations. Those relations were not widely presented in the literature and number of publications presenting in-depth analysis of particular relations on the basis of empirical research is invisible. Special attention was put on the issue of attracting first time involuntary visitors to revisit the destination as voluntary leisure tourists. Additionally benefits for business tourism development derived from the general tourism attractiveness of a destination and importance of seasonality in tourism were acknowledged. Remarks presented in the paper are a part of the discussion of the subject and are expected to be a compendium of knowledge presented so far in a dispersed way in the literature. Such a compendium is expected to be useful both for tourism researchers and

practitioners, especially those working for local and regional organizations and convention and visitors bureaux.

Keywords: tourism attractiveness, leisure tourism, business tourism, destination choice