

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

259

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy polityki turystycznej

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Wiesław Alejziak, Małgorzata Bednarczyk, Stefan Bosiacki, Ewa Dziedzic,
Irena Jędrzejczyk, Magdalena Kachniewska, Włodzimierz Kurek,
Barbara Marciszewska, Beata Mayer, Agnieszka Niezgoda,
Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska,
Aleksander Schwichtenberg, Hanna Zawistowska

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Łopusiewicz, Joanna Świrski-Korlubi

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-222-2

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

Część 1. Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Turystyka aktywna w materiałach promocyjnych województw w Polsce.....	15
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Możliwości i uwarunkowania uprawiania turystyki rodzin z dzieckiem niepełnosprawnym..	24
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analiza popytu na turystykę społeczną w Polsce na przykładzie projektu Europe Senior Tourism realizowanego w lubelskim biurze podróży.....	35
Jadwiga Berbeka: Udział w ruchu turystycznym a spójność społeczna w Polsce – wybrane zagadnienia	43
Sylwia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Aktywność turystyczna wielkopolskich seniorów	54
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Aktywność turystyczna singli 50+ w świetle cywilizacyjnych megatrendów	64
Maja Jedlińska: Wybrane aspekty turystyki osób niepełnosprawnych w powiecie jeleniogórskim.....	75
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Rozwój geoturystyki w Polsce oraz możliwości jej adaptacji do turystyki społecznej	85
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Turystyka osób starszych w Polsce – uwarunkowania społeczno-demograficzne.....	95
Hanna Zawistowska: Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce	109
Piotr Gryszel: Wybrane aspekty rozwoju turystyki społecznej w Republice Czeskiej.....	123
Piotr Zawadzki: Przygotowanie gospodarstw agroturystycznych do obsługi osób niepełnosprawnych na przykładzie wybranych obiektów w powiecie jeleniogórskim	133
Daria Elżbieta Jaremen: Turystyka społeczna – studium przypadku Wielkiej Brytanii	142
Marlena Prochorowicz: Turystyka społeczna jako forma aktywności osób niepełnosprawnych	157
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju.....	167

Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Turystyka społeczna – aktywność turystyczna wybranych grup docelowych w świetle badań ankietowych.....	178
---	-----

Część 2. Obszar niepewności w turystyce a polityka turystyczna

Elżbieta Szymańska: Polityka turystyczna a innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych.....	193
Magdalena Kachniewska: Współpraca hoteli z władzami lokalnymi jako czynnik redukcji ryzyka specyficznego	203
Ewa Dziedzic: Pozycja konkurencyjna Polski na rynku turystycznym w obliczu sytuacji kryzysowych	213
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych w warunkach niepewności i ryzyka	224
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Ocena realizacji strategii rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim.....	237
Halina Kiryluk: Zrównoważony rozwój turystyki wyzwaniem współczesnej polityki turystycznej	247
Agnieszka Niezgoda: Uwarunkowania wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego na obszarach recepcji turystycznej	264
Adam Edward Szczepanowski: Czynniki rozwoju turystyki w regionie Polski Wschodniej.....	274
Aleksander Panasiuk: Polityka turystyczna w oddziaływaniu na branżę turystyczną	285
Paweł Stelmach: Redukcja niepewności w polityce turystycznej.....	296
Tomasz Studzieniecki: Polityka turystyczna państwa w aspekcie priorytetów strategicznych Unii Europejskiej.....	307
Barbara Marciszewska: Obszary niepewności, polityka turystyczna i zrównoważony rozwój turystyki.....	316
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Czynniki niepewności w turystyce i ich wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstwa uzdrowiskowego Skarbu Państwa.....	326

Summaries

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Active sport tourism in Polish voivodeships' promotion materials.....	23
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Possibilities and conditions of tourism in families with a disabled child	34

Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analysis of social tourism market in Poland and on the example of Europe Senior Tourism programme carried out in Lublin travel agency	42
Jadwiga Berbeka: Tourism participation and social cohesion in Poland – selected aspects	53
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Tourism activity of older people from Wielkopolska region.....	63
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Tourist activity of singles 50+ on the basis of civilizational megatrends.....	74
Maja Jedlińska: Selected aspects of the tourism of the disabled in Jelenia Góra district	84
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Geotourism development in Poland and possibilities for its adaptation to social tourism	94
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Senior tourism in Poland – socio-demographic conditions.....	108
Hanna Zawistowska: Possibilities and directions of development of social tourism in Poland.....	122
Piotr Gryszel: Selected aspects of social tourism development in the Czech Republic	132
Piotr Zawadzki: Preparing agritourism farms for the disabled tourists based on the example of selected objects in Jelenia Góra district.....	141
Daria Elżbieta Jaremen: Social tourism – case study of Great Britain.....	156
Marlena Prochorowicz: Social tourism as the form of activity of disabled persons	166
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Social tourism – its essence, determining factors, perspectives and directions in development.....	177
Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Social tourism – tourist activity of selected target groups reflected in surveys	189
Elżbieta Szymańska: Tourism policy and innovativeness of tourism enterprises	202
Magdalena Kachniewska: Cooperation of hotels with local authorities as the determinant of unsystemic risk reduction.....	212
Ewa Dziedzic: Competitive position of Poland in tourism market against challenges of crisis situations	223
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Tourism enterprises' functioning in the conditions of risk and uncertainty	236
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Assessment of the implementation of tourism development strategy in Leszno Region.....	246
Halina Kiryluk: Sustainable tourism development as a challenge for the modern tourism policy	263

Agnieszka Niezgoda: Determinants of implementing sustainable development in tourism destination	273
Adam Edward Szczepanowski: Factors of development of tourism in the region of Eastern Poland.....	284
Aleksander Panasiuk: The influence of tourism policy on tourist sector activity	295
Paweł Stelmach: Uncertainty reduction in tourism policy	306
Tomasz Studzieniecki: State tourism policy in the context of the strategic priorities of the European Union	315
Barbara Marciszewska: Uncertainty areas, tourism policy and sustainable tourism development	325
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Factors of uncertainty in tourism and their impact on the economic performance in public sector spa companies	334

Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk

Uniwersytet Łódzki

TURYSTYKA SPOŁECZNA – ISTOTA, DETERMINANTY, MOŻLIWOŚCI I KIERUNKI ROZWOJU

Streszczenie: Artykuł jest próbą wskazania głównych problemów związanych z definiowaniem, badaniem i określeniem możliwości rozwoju turystyki społecznej. W ciągu ostatnich lat widać wyraźną ewolucję poglądów związanych z definiowaniem tej formy podróżowania, określaniem kręgu beneficjentów, a także roli i znaczenia turystyki społecznej w przestrzeni i gospodarce turystycznej regionu. Prowadzone dyskusje upoważniają do stwierdzenia, że w najszerszym rozumieniu pojęcia „turystyka społeczna” mieszczą się co najmniej trzy podstawowe zjawiska: turystyka społeczna (*sensu stricto*), przedsiębiorczość społeczna w turystyce i podróże turystyczne powiązane z projektami społecznie zaangażowanymi. Dotychczasowe nieliczne analizy dowodzą, że problematyka turystyki społecznej w Polsce jest jeszcze słabo rozpoznana i bez wątpienia wymaga dalszych pogłębionych badań.

Słowa kluczowe: turystyka społeczna, beneficjenci turystyki społecznej, polityka społeczna.

1. Wstęp

Turystyka społeczna, określana też czasem mianem turystyki socjalnej, stała się ostatnio bardzo modna, a termin ten często jest wykorzystywany w różnorodnych kontekstach. Należy jednak podkreślić, że zarówno najnowsze opracowania o charakterze naukowym¹, jak i raporty², a także oficjalne dokumenty europejskie nie zawierają

¹ M.in.: J. Kosmaczewska, *Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 591, „Ekonomiczne problemy usług” nr 53, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010; E. Górską, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, „Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia” 2010, nr 9 (4); B. Włodarczyk, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010; A. Stasiak, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010; tenże, *Wieś jako obszar turystyki społecznej*, [w:] J. Majewski, E. Kmita-Dziasiek (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wydawnictwo ZUT w Szczecinie, Szczecin 2011; tenże, Stasiak A., *Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.

² *Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce: Stan, szanse, zagrożenia*, Instytut Turystyki, Warszawa 2007; *Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2010.

jednoznacznej definicji tego zjawiska i koncentrują się raczej na analizie podjętych działań oraz przewidywaniu kierunków jego rozwoju. O randze i znaczeniu zagadnienia świadczą organizowane coraz liczniej konferencje naukowe i spotkania robocze, których celem jest analiza turystyki społecznej na różnych płaszczyznach i w różnych skalach: regionalnej³, krajowej⁴, a nawet międzynarodowej (m.in. unijny projekt Calypso⁵, hiszpański *Europe Senior Tourism*⁶, projekty społeczne w turystyce⁷).

Niniejszy artykuł jest próbą wskazania głównych problemów związanych z definiowaniem, badaniem i określeniem możliwości rozwoju turystyki społecznej. W ciągu ostatnich kilku lat widać już wyraźną ewolucję poglądów związanych z definiowaniem tej formy podróżowania⁸, określaniem kręgu beneficjentów⁹, a także roli i znaczenia turystyki społecznej w przestrzeni i gospodarce turystycznej regionu¹⁰.

2. Istota i pojęcie turystyki społecznej

Mimo że terminu „turystyka społeczna” używa się dziś powszechnie, nie został on jeszcze dostatecznie zdefiniowany. Turystyka społeczna (socjalna) jest różnie pojmowana w różnych państwach, co jest wypadkową m.in. uwarunkowań historycz-

³ A. Stasiak, (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.

⁴ A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.

⁵ J. Śledzińska, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010; J. Kowalczyk-Anioł, *Turystyka polskich seniorów – efekty projektu Calypso*, [w:] *Warsztaty z geografii turystyki. Turystyka polska w latach 1989-2009*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011.

⁶ J. Mokras-Grabowska, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.

⁷ P. Geise, *Niemieckie doświadczenia i rozumienie turystyki społecznie zaangażowanej*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.

⁸ B. Włodarczyk, wyd. cyt.; A. Stasiak, *Cele i zadania...*; tenże, *Wieś jako obszar...*; tenże, *Uwarunkowania i bariery...*; Z. Galor, J. Majewski, *Po co turystyce polityka społeczna?*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica 288 (64), 2011.

⁹ A. Stasiak, *Cele i zadania...*; R. Faracik, *Turystyka dzieci i młodzieży na wybranych przykładach z Polski, Europy i świata*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011; M. Łuszczynska, *Turystyka rodzin znajdujących się w złożonej sytuacji społecznej – uwarunkowania i wyzwania*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011; T. Buczak, *Turystyka polonijna jako segment turystyki społecznej – stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.

¹⁰ W. Idziak, *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011; J. Reichel, *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010; J. Reichel, *Przedsiębiorstwa społeczne w turystyce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011; J. Kosmaczewska, *Przedsiębiorstwo społeczne szansą na rozwój obszarów wiejskich na przykładzie gminy Bałtów*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.

nych, poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego czy przyjętych rozwiązań organizacyjnych (zaangażowanie państwa, rola związków zawodowych, aktywność stowarzyszeń turystycznych). Ale nawet w ramach jednego kraju rozumienie tego samego pojęcia może być odmienne w zależności od pozycji zajmowanej na rynku turystycznym (organizacje społeczne, podmioty komercyjne, administracja publiczna, adresaci oferty)¹¹.

Prowadzone w kręgu teoretyków i praktyków turystyki dyskusje upoważniają do wyodrębnienia kilku fundamentalnych cech określających pojęcie „turystyka społeczna”. W świetle prezentowanych poglądów za istotę turystyki społecznej powszechnie uznaje się to, że:

- jest całkowicie lub częściowo dotowana lub organizowana „po kosztach” i ma w części charakter socjalny,
- umożliwia realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki różnym grupom społecznym (w tym głównie wykluczonym),
- poprawia koniunkturę w branży turystycznej, szczególnie w obszarze recepcyjnym,
- jest narzędziem pomagającym osiągać ważne cele społeczne (np. poprawa jakości życia, edukacja, wychowanie) w obszarach zarówno recepcyjnych, jak i generujących ruch turystyczny.

Wśród grona specjalistów pełną akceptację zyskała definicja B. Włodarczyka zaprezentowana podczas pierwszej konferencji naukowo-praktycznej poświęconej analizie stanu turystyki społecznej w regionie łódzkim¹². Po późniejszym wprowadzeniu drobnych korekt przez autora brzmi ona następująco: turystyka społeczna to rodzaj całkowicie lub częściowo dotowanej bądź organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągnięcia innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (np. patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia).

Przeciwieństwem tak rozumianej turystyki społecznej jest turystyka oparta na zasadach komercyjnych. Jej uczestnicy nie otrzymują żadnego dofinansowania, muszą pokryć 100% kosztów imprezy (w tym marżę organizatora). Głównym motorem działania podmiotów zaangażowanych w organizację podróży są w tym przypadku wyłącznie korzyści ekonomiczne (zysk firmy, rozwój gospodarki regionu itp.). Jednoznaczne rozdzielenie obu rodzajów turystyki nie jest jednak sprawą prostą, gdyż na rynku turystycznym występują jeszcze przynajmniej dwie formy pośrednie.

Biorąc pod uwagę dwie fundamentalne (z punktu widzenia tematu rozważań) cechy: obecność lub brak dofinansowania oraz główne cele przyświecające organizatorom wyjazdu, A. Stasiak wyróżnił¹³:

¹¹ A. Stasiak, *Cele i zadania...*

¹² B. Włodarczyk, wyd. cyt. Konferencja „Turystyka społeczna w regionie łódzkim” odbyła się 18 listopada 2010 r. w Łodzi, a jej organizatorami były Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi i Choraławki Łódzka im. A. Kamińskiego ZHP.

¹³ A. Stasiak, *Cele i zadania...*

- turystykę społecznie zaangażowaną, która co prawda nie jest dofinansowywana, ale organizator ze względu na swą misję (jak również społeczną wrażliwość) kalkuluje cenę wyjazdu „po kosztach” lub z minimalną marżą (dotyczy to nie tylko organizacji społecznych, ale także w pełni komercyjnych podmiotów gospodarczych);
- turystykę quasi-społeczną, w której dofinansowanie występuje (nawet w 100%), ale dla darczyńcy ważne są cele inne niż społeczne; do tej grupy zaliczono np. turystykę korporacyjną: wyjazdy w ramach tzw. *team building*, turystykę motywacyjną czy turystykę konferencyjną. Podobnego charakteru nabiera też dziś turystyka socjalna zakładów pracy. Tak zwane wczasy pod gruszą są obecnie bardziej narzędziem nowoczesnego zarządzania zasobami ludzkimi (budowania lojalności i zadowolenia pracowników) niż efektem przemysłowej, celowej polityki wspierania wypoczynku zatrudnionych o najniższych dochodach.

Zaprezentowane wąskie rozumienie turystyki społecznej dotyczy przede wszystkim strony popytowej (głównymi beneficjentami wsparcia są osoby wyjeżdżające). W toku dyskusji nad zakresem pojęcia słusznie zauważono jednak, że społeczny charakter mogą mieć również inne działania związane z rozwojem turystyki – tym razem po stronie podaży, czyli w regionie recepcji turystycznej. Wiąże się to z modnym w ostatnim czasie zjawiskiem ekonomii społecznej (przedsiębiorczości społecznej). Istnieje już w Polsce co najmniej kilka przedsiębiorstw społecznych¹⁴ działających w sektorze usług turystycznych¹⁵. W tym przypadku traktowane są one w sposób instrumentalny, jako swoiste narzędzie aktywizacji lokalnej gospodarki i podnoszenia jakości życia mieszkańców regionu. To właśnie społeczność lokalna jest głównym beneficjentem funkcjonowania takiej firmy, a celem podejmowanych działań – jej dobrobyt i dobrostan.

Duże podobieństwo do zasad ekonomii społecznej wykazują zasady turystyki opartej na lokalnej społeczności (*community-based tourism* – CBT). Jej celem jest kreowanie oferty turystycznej obszaru na bazie lokalnego dziedzictwa, ale w dość specyficzny sposób. Taki produkt tworzony jest i zarządzany społecznie. W praktyce często przybiera postać tzw. wiosek tematycznych¹⁶.

Na rozwój lokalnej społeczności ukierunkowane są również w pełni komercyjne podróże turystyczne zawierające bardzo różne, społecznie zaangażowane projekty. Turyści, pochodzący najczęściej z zamożnych krajów Europy Zachodniej i Ameryki Północnej, godzą się zapłacić wyższą cenę za wypoczynek, mając świadomość, że część tej kwoty zostanie przekazana na realizację zadań ważnych dla ubogich mieszkańców odwiedzanego regionu (np. budowę studni, ochronę środowiska, aktywizację zawodową kobiet, rozwój edukacji czy ochronę zdrowia). Zdarza się też, że pod-

¹⁴ Przedsiębiorstwo społeczne – firma działająca na zasadach rynkowych, ale powołana przede wszystkim do realizacji ważnych celów społecznych, np.: włączenia w nurt życia społecznego i zawodowego grup wykluczonych, ograniczania bezrobocia, walki z patologiami, integracji wspólnoty.

¹⁵ Por.: J. Reichel, *Przedsiębiorstwa społeczne...*; J. Kosmaczewska, *Przedsiębiorstwo społeczne...*

¹⁶ W. Idziak, wyd. cyt.

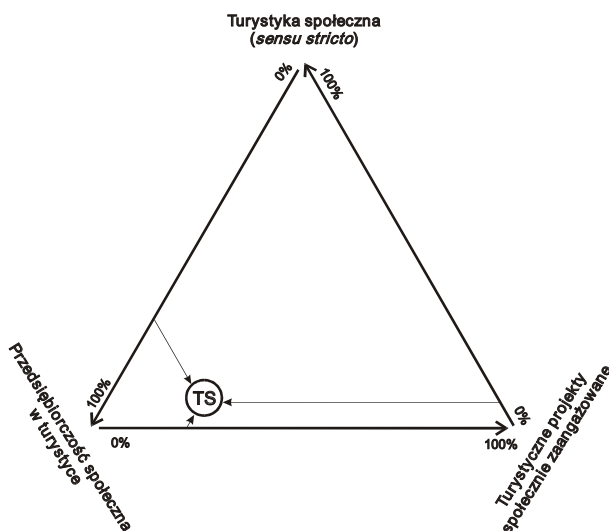
czas wyjazdu podejmują nieodpłatną pracę na rzecz lokalnej społeczności (np. nauka języka) lub wspierają datkami miejscowe projekty społeczne¹⁷.

O ile jednak turystyka społeczna ma charakter niszowy, o tyle podróże z projektami społecznie zaangażowanymi mają skalę co najwyżej marginalną. Trudno więc na razie wyrokować, czy jest to jedynie próba uspokojenia sumienia zamożnych „turystycznych kolonizatorów”, przejściowa moda na „społeczną świadomość” czy też kolejny marketingowy trik branży turystycznej.

Podsumowując rozważania na temat zakresu pojęcia „turystyka społeczna” należy podkreślić, że w jego najszerszym rozumieniu mieszczą się co najmniej trzy podstawowe zjawiska:

- turystyka społeczna (*sensu stricto*),
- przedsiębiorczość społeczna w turystyce,
- turystyka zawierająca projekty społecznie zaangażowane (rys. 1).

W ramach tak szeroko rozumianej turystyki społecznej można spotkać projekty w 100% spełniające kryteria poszczególnych komponentów (co oznacza, że pozostałe nie występują) lub takie, które zawierają w sobie dwa lub trzy składniki. Oczywiście proporcje między nimi, w zależności od charakteru aktywności, będą bardzo różne. Zasadniczo jednak większość projektów, które określono mianem turystyki społecznej *sensu largo*, można scharakteryzować, biorąc pod uwagę wszystkie trzy zaproponowane elementy.



Rys. 1. Komponenty szeroko rozumianej turystyki społecznej (*sensu largo*) TS

Źródło: opracowanie własne.

¹⁷ P. Geise, wyd. cyt.

Analizując zjawisko jako całość, można je w przybliżeniu zlokalizować tak jak zaznaczono na rys. 1. Obecnie jego zasadniczą część stanowią działania określone przez autorów mianem turystyki społecznej *sensu stricto*, zdecydowanie rzadziej spotyka się przedsiębiorstwa społeczne w turystyce, a projekty społecznie zaangażowane stanowią margines działalności. Prawdopodobnie w przyszłości ich udział będzie się zmieniać.

Niezależnie jednak od proporcji między wyróżnionymi zjawiskami wszystkie projekty o charakterze społecznym mają służyć przywracaniu społeczeństwu jednostek i grup wykluczonych. Najczęściej wśród bezpośrednich beneficjentów turystyki społecznej wyróżnia się:

- dzieci i młodzież – grupa wyodrębniana przede wszystkim ze względu na wiek (górną granicę ustalana jest arbitralnie: nawet do 30 lat) i kontynuowanie nauki (młodzież szkolna, studencka); z reguły nie ma znaczenia pochodzenie i status materialny rodziców; wsparciem obejmowane są wyjazdy zarówno w trakcie roku szkolnego (turystyka szkolna), jak i w czasie wakacji;
- osoby niepełnosprawne (często wraz z opiekunem) – dofinansowaniu podlegają wszystkie podróże turystyczne lub tylko turnusy rehabilitacyjne;
- osoby starsze – grupa niejednorodna, wydzielana dość dowolnie według kryterium wieku (65+, 60+, 55+, a nawet 50+); za seniorów uznaje się więc zarówno osoby aktywne zawodowo, jak i emerytów oraz rencistów,
- rodziny w specjalnej sytuacji – również bardzo zróżnicowana grupa, w skład której wchodzi: rodziny dysfunkcyjne i patologiczne (i zagrożone patologiami), rodziny zagrożone wykluczeniem społecznym (np. wskutek utraty zdrowia lub długotrwałego bezrobocia), rodziny niepełne, rodziny dotknięte klęskami żywiołowymi (np. powodzianie), rodziny zastępcze, dzieci z domów dziecka;
- Polonię na Wschodzie (z krajów b. ZSRR) – obywateli polskich i ich potomków, którym sytuacja ekonomiczna utrudnia lub uniemożliwia odwiedziny ojczyzny – dofinansowywanie przyjazdów członków polskiej diaspory do kraju nie zawsze jest wspominane w kontekście turystyki społecznej, choć miejsce odbywa się od lat i w pełni wyczerpuje znamiona działania społecznie użytecznego i pożądanego¹⁸.

W wąskim rozumieniu beneficjentami turystyki socjalnej są jej uczestnicy, w szerokim znaczeniu tego pojęcia lista interesariuszy zdecydowanie się wydłuża i obejmuje także:

- społeczność, z której pochodzą uczestnicy dotowanych wyjazdów,
- przedsiębiorców i mieszkańców w miejscu recepcji turystycznej,
- donatorów, sponsorów (państwo, samorządy, organizacje, osoby prywatne),

¹⁸ Podtrzymywanie kontaktów Polonii z krajem jest nie tylko moralną powinnością państwa polskiego, ale również działaniem w jego najlepiej pojmowanym interesie – szczególną inwestycją w kreowanie wizerunku Polski w świecie, promocję turystyczną, rozwój gospodarki, nauki, kapitału ludzkiego itp. Por.: T. Buczak, wyd. cyt.

- pośredników (jeżeli przyjmiemy, że w sferze organizacyjnej turystyką społeczną rządzą takie same zasady jak turystyką komercyjną)¹⁹.

Tak długa lista „udziałowców” dowodzi, że turystyka społeczna jest zjawiskiem pożądanym, przynoszącym liczne korzyści. Na dofinansowaniu podróży dyskryminowanych grup zyskują nie tylko bezpośredni i pośredni beneficjenci, lecz także całe społeczeństwo. Takim nieuświadomianym zyskiem mogą być np.: ograniczanie występowania zjawisk patologicznych, budowa kapitału społecznego, poprawa wizerunku obszaru. W dłuższej perspektywie efekty turystyki społecznej znacznie przewyższają poniesione nakłady finansowe.

3. Determinanty

Podobnie jak w przypadku całej turystyki także turystyka społeczna podlega różnego rodzaju determinantom – jej rozwój jest stymulowany przez liczne czynniki i uwarunkowania, ale także (nawet w większym stopniu) podlega specyficznym ograniczeniom. Najważniejsze z nich przedstawia tab. 1.

Prawdopodobnie w tabeli nie zostały uwzględnione wszystkie determinanty, ale zmieniające się koncepcje, definicje i postrzeganie zjawiska uniemożliwiają identyfikację pełnej listy czynników i uwarunkowań. Trudno też wskazać, które z nich odgrywają istotną rolę, a których wpływ jest tylko pośredni. Problem ten bez wątpienia wymaga dalszych pogłębionych badań i analiz.

Tabela 1. Determinanty rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Determinanty	Stymulujące	Ograniczające
1	2	3
Spółeczno-demograficzne	– starzenie się społeczeństw – przemiany modelu rodziny (od wielopokoleniowej do molekularnej i niepełnej) – pogarszanie się warunków życia całych grup społecznych prowadzące do ich marginalizacji i wykluczenia – coraz większa polaryzacja społeczeństwa (widoczna m.in. w coraz większych dysproporcjach dochodów i stylu życia) – zanikanie poczucia solidarności i osłabienie integracji społecznej	– niezadowolenie potencjalnych beneficjentów nieobjętych projektami turystyki społecznej
Polityczne	– realizacja koncepcji państwa dobrobytu (<i>welfare state</i>) i wynikające z tego tytułu zadania państwa – możliwość budowy kapitału politycznego w oparciu o modne, nośne idee wyrównywania szans i poprawy jakości życia, z którymi utożsamiana jest turystyka społeczna	– niespójność i brak integracji działań różnych podmiotów zajmujących się rozwiązywaniem ważnych problemów społecznych (m.in. opieki społecznej, rodzinnej, ochrony zdrowia, oświaty, prewencji i zwalczania patologii) – marginalne traktowanie turystyki jako narzędzia polityki społecznej

¹⁹ B. Włodarczyk, wyd. cyt.

Tabela 1, cd.

1	2	3
Ekonomiczne	– możliwość pozyskiwanie funduszy z innych niż budżetowe źródeł (darowizny prywatnych sponsorów, dofinansowanie z programów unijnych, działalność gospodarcza organizacji społecznych itd.) – dążenie do wydłużenia sezonu i stabilizacji zatrudnienia oraz zwiększenia dochodów branży turystycznej w regionach recepcyjnych – moda na ekonomię społeczną – możliwość zakładania przedsiębiorstw społecznych w turystyce	– niedostatek funduszy budżetowych do realizacji powszechnego prawa do turystyki – imperatyw opłacalności (dla komercyjnych podmiotów turystycznych) – próba zatrzymania odpływu środków finansowych poza region/kraj – uzależnienie budżetów organizacji społecznych od corocznych konkursów na dofinansowanie projektów związanych z turystyką społeczną
Historyczno-kulturowe	– długoletnie tradycje rozwoju turystyki socjalnej – wciąż duży potencjał organizacji społecznych (struktury krajowe, doświadczenie merytoryczne, zasoby kadrowe i materialne) – moda na wolontariat	– brak lokalnych wzorców organizacji turystyki społecznej w realiach gospodarki rynkowej – trudności w adaptacji rozwiązań zagranicznych – słabość organizatorów turystyki społecznej – stały spadek liczby wykwalifikowanych osób zajmujących się społecznie turystyką
Technologiczno-infrastrukturalne	– coraz większa dostępność bazy turystycznej dla osób niepełnosprawnych	– zły stan i niski standard bazy turystycznej należącej do społecznych organizacji turystycznych
Psychologiczne	– potrzeba realizacji projektów społecznie zaangażowanych – budowa kapitału społecznego – powszechna akceptacja idei turystyki społecznej (głównie na płaszczyźnie werbalnej)	– obawa przed stygmatyzacją beneficjentów turystyki społecznej jako gorszego segmentu nabywców – wymuszanie zmiany zachowań nabywczych uczestników turystyki społecznej – roszczeniowa postawa uczestników dofinansowywanych wyjazdów – pogorszenie wizerunku regionu odwiedzanego przez „gorszych” turystów
Ekologiczno-środowiskowe	– postulat wykorzystania turystyki społecznej jako narzędzia zrównoważonego rozwoju obszaru recepcyjnego	– wysoka sezonowość wykorzystania walorów turystycznych wynikająca z określonych warunków klimatycznych – przekroczenie wskaźników chłonności turystycznej (zwiększenie antropopresji jako efekt wydłużenia obecności turystów w środowisku przyrodniczym)
Formalnoprawne	– zagwarantowane konstytucyjnie prawo każdego obywatela do czasu wolnego, wypoczynku i podróży – podkreślanie konieczności rozwoju turystyki społecznej w dokumentach organów Unii Europejskiej	– brak odpowiednich szczegółowych aktów prawnych, niejasne, nieprecyzyjne uregulowania, jak i zbyt restrykcyjne przepisy (np. w zakresie partnerstwa publiczno-społeczno-prywatnego) – nieadekwatne do roli i znaczenia miejsce turystyki społecznej w dokumentach strategicznych (zwłaszcza na poziomie regionalnym i lokalnym) – brak ulg podatkowych dla inwestorów, organizatorów i sponsorów turystyki społecznej – częściowe zniesienie obowiązku tworzenia zakładowego funduszu świadczeń socjalnych – opodatkowanie dopłat do wypoczynku pracowników korzystających z ZFŚS

Źródło: opracowanie własne na podstawie różnych źródeł.

4. Podsumowanie – możliwości i kierunki rozwoju

Całkowite skomercjalizowanie turystyki w realiach gospodarki rynkowej powoduje, że część społeczeństwa pozostaje pozbawiona możliwości podróżowania i wypoczynku. Tym samym jest wykluczona, nie mogąc realizować prawa powszechnego dostępu do aktywności turystycznej. Dlatego też dyskusja nad zasadnością wspierania rozwoju turystyki społecznej w kontekście budowy państwa dobrobytu, wyrównywania szans wykluczonych i poprawy jakości życia wydaje się bezprzedmiotowa. W tej sytuacji możliwe są dwa scenariusze: albo wzrost zamożności społeczeństwa umożliwiający udział w komercyjnych formach turystyki, albo wspieranie turystyki społecznej równoległe z rozwojem turystyki komercyjnej. Trzeciej możliwości nie ma. Ten pierwszy scenariusz jest jednak mało realny. Dlatego też postulat rozwoju turystyki społecznej należy przyjąć jako swego rodzaju aksjomat, a skoncentrować się raczej na badaniu istoty zjawiska i poszukiwaniu odpowiedzi na zasadnicze pytania. Wśród najważniejszych można wymienić:

- Czy i jaki wpływ na rozwój turystyki społecznej mają ogólne trendy społeczno-gospodarcze (np. zmiana struktury rodziny, starzenie się społeczeństw, indywidualizacja zachowań turystycznych)?
- Czy turystyka społeczna jest skutecznym sposobem osiągania ważnych celów społecznych, czy też nowym narzędziem marketingowym w realiach twardej konkurencji rynkowej?
- Czy turystyka społeczna jest zjawiskiem doraźnym (lekarstwem na bieżące problemy społeczno-ekonomiczne), czy też zjawiskiem trwałym mającym prowadzić do długofalowych efektów i korzyści?
- Czy w kapitalistycznym dążeniu do maksymalizacji zysku możliwe jest utrzymanie prymatu celów społecznych nad ekonomicznymi?
- Czy wykorzystywać pozostałości dawnego systemu turystyki socjalnej, czy poszukiwać zupełnie nowych rozwiązań odpowiadających wyzwaniom gospodarki rynkowej?
- Czy budżet państwa stać na wspieranie wszystkich głównych grup beneficjentów, czy też dla większej efektywności należy skoncentrować dofinansowanie na wybranych segmentach?
- Czy należy przenosić na polski grunt doświadczenia innych krajów (w jaki sposób?), czy też powinno się poszukiwać oryginalnych własnych rozwiązań, mogących stanowić polski wkład w rozwój europejskiej turystyki społecznej?
- Czy organizatorzy turystyki społecznej znają rzeczywiste potrzeby wspieranych grup, czy też przy tworzeniu swych ofert wykorzystują utrwalone stereotypy?

Tak licznie postawione pytania sugerują, że problematyka turystyki społecznej jest jeszcze bardzo słabo rozpoznana. Dlatego też dopiero po znalezieniu na nie odpowiedzi, będących efektem szczegółowych badań, uprawnione będzie określanie możliwości i wskazywanie kierunków rozwoju tego zjawiska. Stan niepewności potęguje jeszcze duża wrażliwość turystyki społecznej na aktualną koniunkturę poli-

tyczną. Przeznaczanie środków finansowych dla poszczególnych grup społecznych istotnie zdeterminowane jest decyzjami politycznymi, które mogą mieć jedynie wymiar populistyczny, nieprzekładający się na konkretne działania.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce: Stan, szanse, zagrożenia*, Instytut Turystyki, Warszawa 2007.
- Buczak T., *Turystyka polonijna jako segment turystyki społecznej – stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2010.
- Faracik R., *Turystyka dzieci i młodzieży na wybranych przykładach z Polski, Europy i świata*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Galor Z., Majewski J., *Po co turystyce polityka społeczna?*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica 288 (64), 2011.
- Geise P., *Niemieckie doświadczenia i rozumienie turystyki społecznie zaangażowanej*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Górska E., *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, „Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia” 2010, nr 9 (4).
- Idziak W., *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Kosmaczewska J., *Przedsiębiorstwo społeczne szansą na rozwój obszarów wiejskich na przykładzie gminy Bałtów*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Kosmaczewska J., *Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 591, „Ekonomiczne Problemy Usług” nr 53, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.
- Kowalczyk-Anioł J., *Turystyka polskich seniorów – efekty projektu Calypso*, [w:] *Warsztaty z geografii turystyki*, *Turystyka polska w latach 1989-2009*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011.
- Łuszczczyńska M., *Turystyka rodzin znajdujących się w złożonej sytuacji społecznej – uwarunkowania i wyzwania*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Mokras-Grabowska J., *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.
- Reichel J., *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.
- Reichel J., *Przedsiębiorstwa społeczne w turystyce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Stasiak A., *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.
- Stasiak A., *Turystyka rodzinna w świecie ponowoczesnym*, [w:] J. Śledzińska, B. Włodarczyk (red.), *Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne*, PTTK „Kraj”, Warszawa 2011.

- Stasiak A., *Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, [w:] A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Stasiak A., *Wieś jako obszar turystyki społecznej*, [w:] J. Majewski, E. Kmita-Dziasek (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wydawnictwo ZUT, Szczecin 2011.
- Stasiak A. (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2011.
- Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.
- Śledzińska J., *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.
- Włodarczyk B., *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wydawnictwo WSTH, Łódź 2010.

SOCIAL TOURISM – ITS ESSENCE, DETERMINING FACTORS, PERSPECTIVES AND DIRECTIONS IN DEVELOPMENT

Summary: The article is an attempt to present the main problems related to the definition, study and development perspectives of social tourism. Over the last few years, the definitions of this form of travelling have visibly evolved, as well as the scope of beneficiaries and the role and significance of social tourism in the tourist space and economy of the region. The discussions held by tourism experts allow us to conclude that the notion of social tourism in its widest sense comprises at least three basic phenomena: social tourism (*sensu stricto*), social entrepreneurship in tourism, tourist trips combined with socially engaging projects). The scarcity of the research results published so far points to the fact that the problems of social tourism have not been studied at length yet. Therefore, they require further thorough examination.

Keywords: social tourism, beneficiaries of social tourism, social policy.