

TURYSTYKA SPOŁECZNA W POLSCE

MONOGRAFIA NAUKOWA
PRZEWODNIK DOBRYCH PRAKTYK



Turystyka społeczna w Polsce

Monografia naukowa

pod redakcją Andrzeja Stasiaka

Przewodnik dobrych praktyk

Kraków – Świdnica 2021

Redakcja naukowa
ANDRZEJ STASIAK

Recenzenci monografii:
PIOTR OLEŚNIEWICZ
DANIEL PUCIATO

Redakcja techniczna i skład
ROMAN ZADORA

Okładka
NATALIA FIGIEL

© COPYRIGHT BY AUTHORS & COTG PTTK KRAKÓW & FUNDACJA SYMBIOZA



Ministerstwo
Rozwoju i Technologii

Publikację wydano w ramach dofinansowania zadania publicznego ze środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii zgodnie z zawartą Umową nr III/27/P/63003/2810/21/DT pomiędzy ww. ministerstwem a Fundacją Symbioza

Kraków – Świdnica
Grudzień 2021

ISBN 978-83-963906-1-5

Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze
Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej PTTK
Oficyna Wydawnicza „Wierchy”
31-010 Kraków, ul. Jagiellońska 6
www.cotg.pttk.pl

Spis treści

Wprowadzenie (<i>Andrzej Stasiak</i>)	7
1. Turystyka społeczna – ramy teoretyczne	
1.1. Turystyka społeczna: geneza i istota (<i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i>)	13
1.2. Uczestnicy, formy i kierunki rozwoju współczesnej turystyki społecznej (<i>Armin Mikos von Rohrscheidt</i>)	31
1.3. Turystyka społeczna w badaniach naukowych (<i>Karolina Korbiel, Iwona Dominek</i>)	63
2. Ekonomia społeczna w turystyce	
2.1. Gospodarczy wymiar turystyki społecznej (<i>Sylwia Osojca-Kozłowska</i>)	83
2.2. Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych przykładach (<i>Agnieszka Nowak</i>)	115
3. Podróże grup defaworyzowanych	
3.1. Oferta dla seniorów w kontekście turystyki społecznej – istota i zróżnicowanie (<i>Piotr Kociszewski</i>)	135
3.2. Bariery rozwoju turystyki osób niepełnosprawnych na Dolnym Śląsku w świetle wyników badań ankietowych (<i>Katarzyna Trybuś</i>)	165
3.3. Turystyka szkolna klas IV–VIII w opinii nauczycieli – bariery i korzyści (<i>Iwona Dominek, Karolina Korbiel</i>) . . .	181
4. Udostępnianie przestrzeni dla turystyki	
4.1. Szlaki turystyczne jako ważny element infrastruktury służącej uprawianiu turystyki (<i>Jerzy Kapłan</i>)	205
4.2. Wnioski z kontroli NIK na Wschodnim Szlaku Rowerowym Green Velo w kontekście rozwoju turystyki społecznej (<i>Urszula Dziedzic, Andrzej Trojanowski</i>)	233

5. Otoczenie turystyki społecznej

5.1. Związki terroryzmu z ruchem turystycznym – implikacje dla turystyki społecznej (<i>Waldemar Zubrzycki</i>) .	255
5.2. Rola technologii cyfrowych w procesie rozwoju turystyki społecznej (<i>Piotr Zawadzki</i>)	281
5.3. Znaczenie socjoterapii w turystyce zdrowotnej na obszarach wiejskich (<i>Michał Roman, Antoni Roman, Arkadiusz Niedziółka</i>)	295
Spis tabel	316
Spis rysunków	317
Przewodnik dobrych praktyk	319

2.2. Rola podmiotów ekonomii społecznej jako kreatorów popytu i podaży na rynku turystycznym na wybranych przykładach

WSTĘP

Turystykę społeczną można analizować w dwóch aspektach rynkowych: popytowym i podażowym. Wielu autorów koncentruje się na stronie popytowej turystyki społecznej w kontekście jej beneficjentów (Gryszel, 2014; Jedlińska, 2012; Stasiak, 2011a). Inni rozpatrują uczestnictwo w turystyce społecznej różnych grup defaworyzowanych w powiązaniu z ofertą turystyki dotowanej (socjalnej) lub niedotowanej, ale realizowanej po kosztach (Włodarczyk, 2010). W tym drugim przypadku wskazuje się podmioty (kategorie podmiotów) tworzące tę ofertę, m.in. PTTK (Skrzypczyński, 2010), ZHP (Lawin, 2010), Caritas (Kowalczyk-Anioł, 2010), PTSM (Dobroniak, 2010). Obszarem zainteresowań tych badaczy w odniesieniu do podaży jest przede wszystkim ewentualna dostępność infrastruktury. Niektórzy autorzy pogłębiają badania podażowej strony rynku turystyki społecznej, robią to jednak w kontekście całościowej analizy jej podmiotów i wyodrębniają trzy główne kategorie: wspierane grupy społeczne, organizatorów turystyki społecznej i obszary recepcyjne. W tej ostatniej kategorii pojawiają się przedsiębiorstwa społeczne (Stasiak, 2010a).

W ostatnich latach pojawiły się próby zredefiniowania podmiotów ekonomii społecznej, w tym przedsiębiorstw społecznych i określenia potencjału przedsiębiorczości społecznej w turystyce (Sala, 2018; Waligóra, 2018). Podejmowane są one również w kontekście oddziaływania turystyki społecznej na społeczności lokalne (Łącka, 2015), czy też w szerszym kontekście zrównoważenia konsumpcji turystycznej (Januszewska, Jaremen, Nawrocka, 2013). Badania te odzwierciedlają

* ORCID: 0000-0002-1382-7483, 2BA doradztwo strategiczne, e-mail: nowak@2ba.pl

zmiany zachodzące na rynku, w tym coraz większą aktywność podmiotów ekonomii społecznej w roli komercyjnych usługodawców turystycznych. Przykłady takich podmiotów, jak: Browar Spółdzielczy z Pucka (gastronomia), Wiślańska Organizacja Turystyczna (informacja turystyczna), Górnicza Wioska Piła-Młyn, Gród Byczyna, Paintball Podlasie (atrakcje turystyczne), Centrum Turystyki Roztocze, Puernica, Tropem Przygody (biura turystyczne), Oaza (hotel), Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania Gmin Dobrzyńskich Region Północ (lokalny rozwój, w tym turystyczny) pokazują, że przedsiębiorczość społeczna wykracza poza zdefiniowane ramy oferentów taniej turystyki dla grup defaworyzowanych.

Przejawia się to na kilka sposobów. Po pierwsze, często nie jest to już turystyka niskokosztowa (ceny usług gastronomicznych w pubach browaru spółdzielczego). Po drugie, oferta turystyczna tych podmiotów jest adresowana zarówno do beneficjentów turystyki społecznej, jak też grup nieuprzywilejowanych (Gród w Byczynie, Centrum Turystyki Roztocze, Tropem Przygody). Po trzecie, ich oferta może być skierowana przede wszystkim na komercyjny rynek turystyczny (Górnicza Wioska, Pub Spółdzielczy, Hotel Oaza). Obrazuje to przenikanie się rynku turystyki komercyjnej i społecznej, jak również pokazuje obecną funkcję podmiotów ekonomii społecznej jako oferentów i jednocześnie beneficjentów turystyki społecznej.

Celem rozdziału jest pokazanie, że społeczna przedsiębiorczość turystyczna jest istotna nie tylko dla rozwoju ekonomii społecznej w Polsce (choć bez wątpienia służy propagowaniu i wspieraniu postaw prospołecznych i przedsiębiorczości społecznej), ale odgrywa również ważną rolę w rozwoju i promowaniu turystyki społecznej w zakresie kreowania produktu turystycznego i jego konsumowania, a także włączania się w nurt turystyki społecznie zaangażowanej.

Autorka wybrała do analizy trzy podmioty ekonomii społecznej, z którymi zetknęła się podczas swojej pracy zawodowej dla Regionalnych Ośrodków Polityki Społecznej i Ośrodków Wsparcia Ekonomii Społecznej. Są to: Spółdzielnia Socjalna Tropem Przygody w Kielcach, Spółdzielnia Socjalna ESSKAPADA w Działkowicach (Paintball Podlasie) i Spółdzielnia Socjalna DALBA w Pucku (Browar Spółdzielczy). Wybór wynikał z potrzeby egzemplifikacji różnych obszarów działalności turystycznej, jak również roli na rynku turystycznym. Chodziło o przykłady podmiotu oferującego usługi dla beneficjentów turystyki społecznej, podmiotu włączającego się w nurt turystyki zaangażowanej społecznie, a także podmiotu promującego przedsiębiorczość społeczną, działającego na rynku usług turystycznych i realizującego

turystykę społeczną dla swojego personelu. Spośród licznych przedsiębiorstw znanych autorce wybór padł na takie, które najlepiej reprezentują wymienione sfery aktywności.

W opracowaniu wykorzystano analizę literatury i materiałów źródłowych dotyczących ekonomii społecznej i turystyki społecznej, studium przypadku (metodę kluczową), jak również analizę porównawczą funkcjonowania wymienionych podmiotów ekonomii społecznej na rynku turystycznym

EKONOMIA SPOŁECZNA A TURYSTYKA SPOŁECZNA

Na wstępie należy wyjaśnić kluczowe pojęcia związane z badanym zjawiskiem. Dotyczą one samej ekonomii społecznej, jej cech i form, jak również powiązań pomiędzy ekonomią społeczną a turystyką społeczną.

Ekonomia społeczna i przedsiębiorczość społeczna

Definiowania ekonomii społecznej podejmują się zarówno badacze naukowcy, jak i politycy (na poziomie unijnym i krajowym). Z socjologicznego punktu widzenia ekonomię społeczną rozumieć można jako „obszar dobrowolnej, spontanicznej działalności, która podporządkowana jest w całości lub częściowo celom społecznym, realizowanym przez wykorzystanie instrumentów ekonomicznych” (Herbst, 2006, s. 6). B. Szopa zwraca uwagę na rynkowy aspekt ekonomii społecznej związany z łączeniem działalności gospodarczej z celami społecznymi (Szopa, 2007, za: Rymsza, 2005). Takie pojmowanie jest bliskie społecznej gospodarce rynkowej, dla której charakterystyczne jest włączanie „[...] mechanizmów rynkowych w rozwiązywanie problemów socjalnych. Obowiązująca tu zasada subsydiarności (czyli pomocy dla samopomocy) umożliwia, w odróżnieniu od bezpośredniego dotowania socjalnego, długofalowe efekty, a jednostki wymagające pomocy socjalnej stają się zdolne do samodzielnego rozwiązywania problemów” (Mączyńska, 2008, s. 9).

Analizująca potencjał przedsiębiorczości społecznej A. Waligóra twierdzi, że są to „typy zorganizowanych praktyk gospodarczych, także wykraczających poza obowiązujące dla ekonomii społecznej ramy prawne, pozytywnie waloryzowanych w odniesieniu do społecznych wartości symbolicznych oraz spełniających wymóg racjonalności ekonomicznej” (Waligóra, 2018, s. 113). Z drugiej strony rozwijanie przedsiębiorczości społecznej w ekonomii społecznej wpisuje się właśnie w społeczną gospodarkę rynkową.

Warto odnieść się do definicji ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej zawartych w *Krajowym programie rozwoju ekonomii społecznej do 2023 roku* (KPRES, 2019)¹. Według jego autorów „ekonomia społeczna to sfera aktywności obywatelskiej i społecznej, która przez działalność gospodarczą i działalność pożytku publicznego służy: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych marginalizacją społeczną, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej (na rzecz interesu ogólnego) oraz rozwojowi lokalnemu” (KPRES, 2019, s. 10). Takie sformułowanie nawiązuje do przywoływanych wcześniej definicji naukowych oraz wpisuje się w przedsiębiorczość społeczną i gospodarkę społeczną.

Program wymienia również cechy przedsiębiorczości społecznej. Są to:

- nadrzędność celów społecznych nad ekonomicznymi,
- orientacja na przedsięwzięcia użyteczne społecznie,
- priorytetowość świadczenia usług dla członków, pracowników, współpracowników i wspólnoty względem dążenia do zysku,
- autonomiczność procesów zarządzania i procesów decyzyjnych,
- ciągłość i regularność działalności w oparciu o instrumenty ekonomiczne,
- świadomość ponoszenia ryzyka ekonomicznego związanego z aktywnością rynkową,
- zatrudnianie płatnego personelu (KPRES, 2019, za: EMS European Research Network).

W tym miejscu istotne jest zdefiniowanie samego przedsiębiorstwa społecznego. Jego najpełniejszą definicję podaje T. Kazimierczak. Według niego:

Spółeczne przedsiębiorstwa, w odróżnieniu od tradycyjnych organizacji non-profit, nie zajmują się rzecznictwem interesów jako głównym celem ani redystrybucją środków finansowych (jak np. fundacje przyznające granty), ale są bezpośrednio i trwale zaangażowane w produkcję dóbr i świadczenie usług dla różnych kategorii osób. Stanowi to podstawowy powód (albo jeden z głównych powodów) ich istnienia (Kazimierczak, 2007, s. 110).

Takie rozumienie uwypukla kilka kwestii związanych z rynkowym charakterem tych podmiotów, ukierunkowanie na produkcję (dóbr

¹ Program został przygotowany przez Departament Ekonomii Społecznej i Solidarnej w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Został uchwalony przez Radę Ministrów 31 stycznia 2019 r. i jest dokumentem operacyjno-wdrożeniowym w zakresie ekonomii społecznej i solidarnej.

i usług) oraz sprzedaż. Niektórzy badacze akcentują niekomercyjny charakter działalności gospodarczej tych przedsiębiorstw, przynoszenie przez nie korzyści społecznych ich członkom i osobom defaworyzowanym na rynku pracy (poprzez ich zatrudnianie), a wreszcie stymulowanie lokalnego rozwoju społeczno-gospodarczego (Kazmierczak, Przybysz, Potkańska, 2011).

Autorzy KPRES (2019) wskazują, z czym mają wiązać się cele społeczne osiągnięte za pomocą mechanizmów rynkowych i jakiej grupie (grupom) mają służyć. Chodzi o osoby zagrożone marginalizacją społeczną. Mówią także o ekonomii solidarnej, będącej pojęciem węższym, częścią ekonomii społecznej. Oprócz integracji osób zagrożonych marginalizacją celem działalności podmiotów ekonomii solidarnej jest w szczególności rehabilitacja społeczna i zawodowa osób niepełnosprawnych oraz reintegracja zagrożonych wykluczeniem społecznym, mających bardziej nasilone problemy w życiu społecznym i zawodowym. Przywołanie ekonomii solidarnej jest istotne, ponieważ spółdzielnie socjalne, o których była mowa we wstępie należą do tej właśnie kategorii. A. Ciepielewska-Kowalik (2020) zalicza je do przedsiębiorstw społecznych, na równi z przedsiębiorczymi organizacjami non profit oraz zakładami aktywności zawodowej, o których jest mowa dalej.

W tym miejscu należy zadać pytanie, jaką jeszcze formę mogą przyjąć podmioty ekonomii społecznej i solidarnej. Oprócz przedsiębiorstw społecznych, które prowadzą działalność gospodarczą lub odpłatną pożytku publicznego w celach społecznych (nie dla prywatyzacji zysku) podmiotami ekonomii solidarnej są: spółdzielnie inwalidów i niewidomych, zakłady pracy chronionej oraz tzw. jednostki reintegracyjne, tj. aktywizujące osoby bezrobotne centra i kluby integracji społecznej (odpowiednio: CIS i KIS), a także działające na rzecz niepełnosprawnych zakłady aktywności zawodowej i warsztaty terapii zajęciowej (odpowiednio: ZAZ i WTZ). Podmiotami ekonomii społecznej mogą być inne organizacje pozarządowe i kościelne, spółki non profit, spółdzielnie pracy, a nawet koła gospodyń wiejskich z osobowością prawną (rys. 6).

Inny podział zaproponował wcześniej J. Herbst (2007). Wyodrębnił on mianowicie podmioty tradycyjnej gospodarki społecznej (stowarzyszenia i fundacje, organizacje samorządu gospodarczego, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych i inne organizacje wzajemnościowe) oraz podmioty nowej gospodarki społecznej (m.in. spółdzielnie socjalne, zakłady aktywności zawodowej oraz centra i kluby integracji społecznej). Trzy ostatnie kategorie (podobnie jak warsztaty terapii



Rys. 6. Kategorie podmiotów ekonomii społecznej i solidarnej
(źródło: KPRES, 2019)

zajęciowej) nazywane są podmiotami reintegracyjnymi, co wskazuje na podstawowy cel ich działalności.

Beneficjenci ekonomii społecznej i solidarnej

Z wcześniejszego podrozdziału wynika, że podmioty ekonomii społecznej są jednostkami organizacyjnymi, mającymi w zakresie swoich kompetencji w szczególności aktywizację społeczną i zawodową różnych osób i grup marginalizowanych (Głąbicka, 2009). W literaturze przedmiotu osoby marginalizowane określane są także mianem defaworyzowanych lub zagrożonych wykluczeniem społecznym. Należy jednak zaznaczyć, że określenia te są postrzegane przez samych zainteresowanych jako pejoratywne i stygmatyzujące². Wykluczenie społeczne oznacza brak możliwości pełnego uczestnictwa w życiu społecznym, kulturalnym, gospodarczym i politycznym, a jego powodami są: ubóstwo, ubóstwo relatywne, ubóstwo edukacyjne, zdrowotne i środowiskowe, bieda, bieda subiektywna (Rauziński, Sołdra-Gwiżdż, Szczygielski, 2012).

Najbardziej obszerny katalog osób marginalizowanych zawiera obowiązujące od 1 stycznia 2021 r. *Prawo zamówień publicznych*. Wskazuje ono 10 kategorii: poszukujący pracy, niepozostający w zatrudnieniu lub niewykonujący innej pracy zarobkowej, osoby

² Na podstawie własnych obserwacji autorki, prowadzonych podczas ponad 10-letniej współpracy z podmiotami ekonomii społecznej oraz z osobami defaworyzowanymi.

bezrobotne, niepełnosprawne, usamodzielniane, pozbawione wolności lub zwalnianych z zakładów karnych mające trudności w integracji ze środowiskiem, mające status uchodźcy na terenie RP, bezdomne, z zaburzeniami psychicznymi, do 30. roku życia oraz po ukończeniu 50. roku życia, posiadające status osoby poszukującej pracy, bez zatrudnienia oraz będące członkami mniejszości znajdującej się w niekorzystnej sytuacji, w szczególności będące członkami mniejszości narodowych i etnicznych (Ustawa, 2019). Grupy te są adresatami działań podmiotów ekonomii społecznej, jak również sami te podmioty tworzą lub współtworzą.

TURYSTYKA SPOŁECZNA W EKONOMII SPOŁECZNEJ

Definicje turystyki społecznej, jakie pojawiły się w polskiej literaturze, pochodzą sprzed kilku lat. Nadal pogłębienia wymaga dookreślenie miejsca turystyki społecznej w ekonomii społecznej. Dotyczy to w szczególności osiągania za pomocą tego obszaru działalności celów, jakie stoją przed ekonomią społeczną.

Turystyka społeczna – jej rozumienie, rola i cele

Należy postawić pytanie, jaka jest rola (i miejsce) turystyki społecznej w ekonomii społecznej. Wcześniej jednak wyjaśnienia wymaga samo pojęcie turystyki społecznej. Bywa ona utożsamiana z turystyką społeczną, co budzi nie zawsze pożądane skojarzenia ze wsparciem finansowym i zawęża znaczeniowo ten obszar (Włodarczyk, 2010). Międzynarodowe Biuro Turystyki Społecznej uznaje, że turystyka społeczna obejmuje całokształt zjawisk dotyczących uczestnictwa w turystyce osób z różnych grup społecznych o niskich dochodach. Umożliwia to dedykowane wsparcie socjalne (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej*, 2012).

B. Włodarczyk (2010) uważa, że turystyka społeczna jest całkowicie lub częściowo dotowana, organizowana w ramach wolontariatu lub po kosztach. Ma na celu zapewnienie powszechnego dostępu do turystyki, jak również wpisuje się w realizację innych celów społecznych (m.in. kulturalnych, edukacyjnych, patriotycznych, związanych z poprawą jakości życia). Natomiast A. Stasiak (2011a) wyodrębnia w ramach turystyki społecznej *sensu largo* trzy kategorie: przedsiębiorczość społeczną w turystyce, właściwą turystykę społeczną oraz projekty o charakterze turystycznym zaangażowane społecznie. Autor ten właściwą turystykę społeczną (*sensu stricto*) określa podobnie jak B. Włodarczyk i pisze o dofinansowanych podróżach nastawionych na osiągnięcie określonych celów społecznych (dla poszczególnych

jednostek, grup społecznych, czy wreszcie dla całego społeczeństwa). Na uwagę zasługuje definiowanie przez autora przedsiębiorczości społecznej w turystyce, która:

[...] dotyczy obszaru recepcji ruchu turystycznego. Głównymi beneficjentami podejmowanych działań są jego mieszkańcy. Fundament ekonomii społecznej stanowi przedsiębiorstwo społeczne – firma działająca w realiach 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 (Stasiak, 2011a, s. 378).

Turystyka społeczna znalazła także ważne miejsce w *Krajowym programie rozwoju ekonomii społecznej do 2023 roku*, jako jedna z kluczowych sfer rozwojowych przedsiębiorstw społecznych. Chodzi o „kreowanie rozwiązań prawnych oraz finansowanie projektów rozwijających tworzenie miejsc pracy w przedsiębiorstwach społecznych w obszarze turystyki społecznej” (KPRES, 2019, s. 62).

Już sama cytowana wcześniej definicja ekonomii społecznej może sugerować kierunki rozwiązywania poprzez turystykę społeczną problemów społecznych. Można je określić jako:

- przeciwdziałanie marginalizacji społecznej mieszkańców poprzez włączenie turystyczne,
- przeciwdziałanie marginalizacji zawodowej mieszkańców poprzez ich zatrudnienie w podmiotach ekonomii społecznej i solidarnej o profilu turystycznym,
- świadczenie usług społecznych poprzez zapewnienie mieszkańcom oferty turystycznej,
- rozwój lokalny (gospodarczy, w tym turystyczny) poprzez tworzenie podmiotów ekonomii społecznej i solidarnej o profilu turystycznym (KPRES, 2019).

Na podstawie analizy rządowych programów dotyczących ekonomii społecznej można stwierdzić, że turystyka (w szczególności turystyka społeczna) jest jednym z obszarów działalności i wsparcia w ramach ekonomii społecznej.

Beneficjenci turystyki społecznej

Jednym z pierwszych polskich dokumentów definiujących adresatów turystyki społecznej jest *Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*. Wskazuje ona cztery główne kategorie: dzieci i młodzież, rodziny w specjalnej sytuacji, osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunów, osoby starsze, w wieku 50+ (*Analiza rozwoju turystyki społecznej...*, 2007). Międzynarodowe Biuro Turystyki Społecznej (BITS) dodaje jeszcze osoby z problemami

zdrowotnymi oraz dookreśla, że chodzi w szczególności o rodziny z dziećmi (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej*, 2012). Według A. Stasiaka i B. Włodarczyka (2012) są to: dzieci i młodzież, osoby niepełnosprawne (często wraz z opiekunem), osoby starsze (50+, 55+, 65+, 60+, ponieważ nie ma precyzyjnej granicy wieku senioralnego), rodziny w specjalnej sytuacji, Polonia na Wschodzie. Poszerza to spektrum kategorii, również w odniesieniu do grupy seniorów. A. Stasiak w innej swojej pracy wymienia jeszcze rolników i rencistów (Stasiak, 2011b).

W kontekście realizacji planowanych zadań *Krajowy program rozwoju ekonomii społecznej do 2023 roku* wskazuje określone kategorie beneficjentów turystyki społecznej. Chodzi o wsparcie:

[...] starszych konsumentów, realizujących ich oczekiwania i potrzeby w zakresie m.in. usług społecznych, edukacyjnych i organizacji czasu wolnego, turystyki młodzieżowej i senioralnej, a także wspierających ich w utrzymaniu aktywności społecznej i zawodowej oraz dobrego stanu zdrowia (tworzenie warunków do rozwoju tzw. srebrnej gospodarki) (KPRES, 2019, s. 62).

W innym miejscu tego dokumentu wspomina się o rozwijaniu poprzez ekonomię społeczną usług społecznych użyteczności publicznej na rzecz rodzin, osób niepełnosprawnych, niesamodzielnych oraz osób starszych, w tym rozszerzanie dostępności usług społecznych, m.in. opiekuńczych, kulturalnych, edukacyjnych, poradniczo-doradczych, sportowych i turystycznych (KPRES, 2019). Mówi to nie tylko o beneficjentach turystyki społecznej, ale także o jej celach i zadaniach, czy wreszcie o profilu podmiotów przygotowujących ofertę turystyki społecznej.

Coraz więcej badaczy (m.in. A. Mikos v. Rohrscheidt, A. Stasiak³) postuluje rozszerzenie katalogu beneficjentów turystyki społecznej o m.in. więźniów i osoby opuszczające zakłady karne, migrantów oraz różne grupy narodowościowe i etniczne przebywające na terenie Polski. Jest to godne podkreślenia szczególnie w kontekście kategorii tzw. osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, wymienionych na początku tego rozdziału.

Organizatorzy turystyki społecznej

Wspomniana już *Analiza rozwoju turystyki społecznej...* (2007) dzieli organizatorów tego typu wyjazdów na trzy grupy: administrację, sektor prywatny oraz sektor społeczny. Informacja na temat tego pierwszego

³ Referaty podczas Kongresu Turystyki Społecznej w Jeleniej Górze pt. *Turystyka społeczna. Geneza, założenia, wymiary*, 13-14.10.2021 r.

podmiotu jest już nieaktualna, ponieważ wsparcie oferowane przez administrację rządową i samorządową zmieniło się od 2007 r. diametralnie. Realizują je m.in. Regionalne Ośrodki Polityki Społecznej i Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, będącego w gestii Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej, odpowiedzialnego za realizację KPRES. Zasadnicza struktura sektora prywatnego nie zmieniła się i obejmuje: gestorów bazy turystycznej i gastronomicznej, touroperatorów i inne podmioty turystyczne. Dotyczy to także sektora społecznego, na który składają się: organizacje społeczne wspierające poszczególne grupy beneficjentów turystyki społecznej lub/i działające w zakresie propagowania krajoznawstwa, a także wolontariuszy zatrudnianych do obsługi ruchu turystycznego. Wśród organizatorów turystyki społecznej wymieniana się m.in: organizacje pozarządowe (turystyczne i nieturystyczne), zakłady pracy, związki zawodowe, szkoły, organizacje kościelne oraz touroperatorów (Stasiak, 2010b). Według Komisji Europejskiej organizatorami turystyki społecznej w niektórych państwach europejskich są stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe (*Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej*, 2012).

Charakterystyka organizatorów turystyki społecznej pośrednio wynika także z zapisów KPRES (2019) w miejscu poświęconym opracowaniu rozwiązań zapewniających pierwszeństwo podmiotów ekonomii społecznej i solidarnej w realizacji usług społecznych użyteczności publicznej oraz realizacji zadań publicznych w zakresie rozwoju lokalnego. Chodzi mianowicie o zadania publiczne w zakresie rozwoju lokalnego, w szczególności dotyczące:

[...] kultury fizycznej i turystyki oraz w zakresie krajoznawstwa, o których mowa w *Ustawie z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie*, *Ustawie z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej*, *Ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych*.

Definicje te nie wyczerpują problemu, ponieważ część podażowa rynku turystyki społecznej ulega ciągłym przemianom. Ma to bezpośredni związek ze wsparciem rozwoju ekonomii społecznej i presją (m.in. poprzez KPRES) na aktywizację turystyczną podmiotów ekonomii społecznej w obszarze turystyki, rekreacji i kultury.

Należy też odnieść się do badań obrazujących zaangażowanie podmiotów ekonomii społecznej, szczególnie przedsiębiorstw społecznych. Według raportu tematycznego *Rozwój przedsiębiorczości społecznej w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej* (2020, s. 8, za: Ciepielewska-Kowalik, 2020)

[...] w 2019 r. w Polsce istniało 29 635 przedsiębiorstw społecznych. Najliczniejsze są organizacje non profit (27,6 tys.), a następnie spółdzielnie socjalne (1,7 tys.), inne firmy non profit (226) i zakłady aktywności zawodowej (109).

Spółdzielnie socjalne świadczą m.in. usługi hotelarskie i gastronomiczne, zatrudniając głównie osoby zagrożone wykluczeniem społecznym i w trudnej sytuacji na rynku pracy. Z badań A. Ciepielewskiej-Kowalik (2020) wynika, że w latach 2016–2018 turystyka, sport, rekreacja i hobby były najpopularniejszą formą aktywności przedsiębiorczych (prowadzących działalność gospodarczą pożytku publicznego) organizacji non profit.

Z kolei wg danych Centralnego Ośrodka Informacji Gospodarczej w 2020 r. w Polsce znajdowały się 1453 spółdzielnie socjalne, w tym: 11 prowadzących turystyczne obiekty noclegowe, 6 prowadzących działalność organizatorów turystyki, 2 w zakresie informacji turystycznej i 2 atrakcje turystyczne wg PKD (COIG, 2021).

Jeszcze inne dane posiada Ogólnopolski Katalog Spółdzielni Socjalnych, według którego w 2018 r. 6 podmiotów prowadziło działalność agroturystyczną, 24 oferowało inne typy noclegów, 20 stanowiło atrakcje turystyczne, 27 wypożyczało sprzęt turystyczny, 34 organizowało imprezy integracyjne, a 49 – imprezy sportowe i rekreacyjne⁴. Na dzień 30.05.2018 r. w bazie znajdowało się 1517 podmiotów (OKSS, 2021). Przytoczone dane wyglądają imponująco i świadczą o szerokim zakresie działalności turystycznej tej kategorii przedsiębiorstw turystycznych i ich aktywności rynkowej.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA NA RYNKU TURYSTYCZNYM NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH

Dla zobrazowania potencjału podmiotów ekonomii społecznej na rynku turystyki społecznej po stronie popytu i podaży przeprowadzona została analiza działalności wybranych przedsiębiorstw społecznych, będących spółdzielniami socjalnymi.

Przedsiębiorczość społeczna kreująca produkty turystyki społecznej w dosłownym znaczeniu na przykładzie Spółdzielni Socjalnej Tropem Przygody

Spółdzielnia Socjalna Tropem Przygody została założona w 2017 r. w Kielcach i działa w zakresie turystyki i rekreacji grupowej. Kadre stanowią instruktorzy harcerscy, członkowie stowarzyszeń, wychowawcy i kierownicy wycieczek. Zatrudniane są także osoby z trudnych

⁴ Podane liczby nie sumują się, ponieważ wiele podmiotów znajduje się w więcej niż jednej kategorii.

środowisk, przede wszystkim młode, dla których jest to zazwyczaj pierwsza praca. Jak deklarują założyciele, ich wsparcie pomaga odnaleźć się na rynku pracy osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym.

Zgodnie z profilem działalności podmiot realizuje:

- obozy wypoczynkowo-profilaktyczne dla dzieci z rodzin posiadających trudności wychowawcze, w tym dla dzieci z placówek opiekuńczych i domów dziecka,
- gry terenowe dla osób niepełnosprawnych (na zlecenie Świętokrzyskiego Zespołu Regionalnej Koalicji na rzecz Zdrowia Psychicznego),
- quizy wiedzy, warsztaty, gry miejskie i wizyty studyjne dla młodzieży z trudnych rodzin, mające na celu integrację i aktywizację społeczną tej grupy,
- wyjazdy wypoczynkowe i integracyjne dla osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, mające kształtować ich umiejętności liderskie i postawy przedsiębiorcze (TropemPrzygody.pl, 2021).

Spółdzielnia jest przykładem turystycznej przedsiębiorczości społecznej, która kieruje swoją ofertę do typowych beneficjentów turystyki społecznej. Jej przewaga tkwi w tym, że wśród personelu znajdują się także osoby wcześniej marginalizowane. Dlatego cechuje je empatia w podejściu do klientów z różnymi dysfunkcjami, mającymi trudności w korzystaniu z komercyjnej oferty turystycznej. Twórcy spółdzielni są zdania, że jeśli sami pochodzą z różnych środowisk, często bardzo obarczonych problemami, łatwiej jest im dotrzeć do dzieci i młodzieży zagrożonych wykluczeniem społecznym. Są w stanie lepiej zrozumieć ich potrzeby i pragnienia, a także komunikować się w skuteczniej, niż organizatorzy turystyki komercyjnej.

Warto podkreślić, że zapewniana jest także rekreacja i wypoczynek dla członków spółdzielni i ich rodzin. Zgodnie z deklaracjami, na miejsce docelowe podróży wybierane są takie obiekty, które prowadzą inne przedsiębiorstwa społeczne (TropemPrzygody.pl, 2021)⁵.

Działalność w zakresie turystyki społecznej *sensu stricto* nie wyczerpuje pól aktywności tego podmiotu. Drugim obszarem zaangażowania w turystyce społecznej są wizyty studyjne organizowane dla innych podmiotów ekonomii społecznej, instytucji i firm. Służą one

⁵ Informacje potwierdzone przez przedstawicieli Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Kielcach podczas odbywających się w 2019 r. warsztatów na temat ekonomii społecznej w regionie.



Rys. 7. Program wizyty studyjnej w Spółdzielni Socjalnej Tropem Przygody
(źródło: TropemPrzygody.pl, 2021)

promocji Fundacji i przedsiębiorczości społecznej oraz pozwalają generować przychody (rys. 7).

Przedsiębiorstwo z powodzeniem realizuje także projekty dla komercyjnego rynku turystycznego i oferuje m.in. imprezy integracyjne dla firm, wirtualne zwiedzanie, warsztaty z przewodnikiem, wirtualne turystyczne gry fabularne. Przykłady te pokazują, że Spółdzielnia zareagowała na zmiany i oczekiwania rynkowe, spowodowane ograniczeniami podróży w okresie pandemii COVID-19.

Turystyka zaangażowana społecznie w działaniach Spółdzielni Socjalnej ESSKAPADA

Spółdzielnia Socjalna ESSKAPADA powstała w 2014 r. w Działkowicach w województwie podlaskim jako oddolna inicjatywa lokalna społeczników, mających „[...] pomysł na stworzenie firmy, w której cel społeczny stawiany jest ponad zyskiem ekonomicznym” (PaintballPodlasie.pl, 2021). Przedsiębiorstwo angażuje się w zrównoważony rozwój lokalny i podejmuje działania na rzecz poprawy jakości życia mieszkańców regionu. W swojej ofercie ma kilka propozycji, wśród których na uwagę zasługuje pakiet szkoleniowy CSR, będący ofertą „dla firm i organizacji chcących działać w myśl zasad społecznej odpowiedzialności biznesu” (PaintballPodlasie.pl, 2021). Obejmuje on m.in.:

- rozgrywki paintball,
- terenowe gry scenariuszowe,
- pakiet rekreacyjny (strzelanie z łuku, strzelanie z wiatrówek, nauka chodzenia na szczudłach, zabawy integracyjne),



Rys. 8. Oferta Spółdzielni Socjalnej ESSKAPADA
(źródło: PaintballPodlasie.pl, 2021)

- warsztaty ceramiczne,
- ogniska,
- seminarium dotyczące przedsiębiorczości społecznej (na przykładzie Spółdzielni Socjalnej ESSKAPADA),
- wizyty studyjne w Spółdzielni połączone z *team building*, edukacją i rozrywką (PaintballPodlasie.pl, 2021).



Rys. 9. Komunikacja marketingowa Browaru Spółdzielczego
(źródło: Browar Spółdzielczy, 2021)

Oprócz tego Spółdzielnia ma w ofercie imprezy integracyjne, warsztaty, wieczory kawalerskie, turnieje paintballowe, pakiety turystyczne w pobycie na terenie obiektu dla komercyjnego rynku turystycznego, przy czym nie jest to oferta niskokosztowa – wprost przeciwnie. Jej twórcy podkreślają profesjonalizm oferty i wysoką jakość usługi, co uzasadnia adekwatną wysoką cenę.

Przedsiębiorczość społeczna w turystyce na przykładzie Spółdzielni Socjalnej DALBA

Spółdzielnia Socjalna DALBA powstała w 2014 r. w Pucku i jest pierwszym browarem spółdzielczym w Polsce. Zatrudnia osoby z niepełnosprawnością intelektualną (Browar Spółdzielczy, 2021; Dązbłaż, 2021). Wśród jego założycieli jest specjalista mająca wieloletnie doświadczenie w pracy z niepełnosprawnymi w ramach warsztatów terapii zajęciowej (WTZ). „Chodziło nam o to, by złamać stereotypowe myślenie na temat osób z niepełnosprawnością intelektualną” (Różański, 2018).

Browar pojawił się na rynku w momencie wzrostu popularności piw rzemieślniczych, co – w połączeniu z przedsiębiorczością założycieli Spółdzielni i wysoką jakością produktu – przyczyniło się do osiągnięcia sukcesu finansowego. W 2017 r. Browar Spółdzielczy wygenerował 1,7 mln przychodu i zysk, który przeznaczył na rehabilitację zdrowotną, kulturalną oraz wyjazdy turystyczno-rehabilitacyjne dla swoich niepełnosprawnych pracowników (Różański, 2018). Przedsiębiorstwo nadal inwestuje w rozwój browaru oraz sieci franczyzowej Franczyza Społeczna. Puby Spółdzielcze działają już w pięciu miastach w Polsce: w Gdańsku, Łodzi, Toruniu, Rzeszowie i Rybniku. Cztery ostatnie powstały w ramach pierwszej w Polsce franczyzy społecznej. Lokale gastronomiczne oferują nie tylko piwo, ale także kulinaria. Organizowane są w nich również imprezy kulturalne i integracyjne. Na rynek wciąż wprowadzane są nowe produkty.

Podmiot wyróżnia profesjonalny marketing: już na początku działalności zaangażował agencję reklamową, która zaprojektowała system identyfikacji wizualnej, stronę internetową i jej *content*. Firma wykorzystuje w komunikacji marketingowej m.in. takie narzędzie, jak *storytelling*. Posługuje się hasłem: „Piwo, które warzy więcej” (rys. 9). Ma ono podwójne znaczenie. Po pierwsze, nawiązuje do charakteru samego produktu i procesu jego wytwarzania. Po drugie, jest elementem budowania społecznej odpowiedzialności biznesu (zakup piwa jest więcej wart w sensie społecznym, ponieważ zyski przeznaczane są na cele społeczne, dlatego warto zapłacić kilkanaście złotych za butelkę).

PODSUMOWANIE

Podmioty ekonomii społecznej, w szczególności przedsiębiorstwa społeczne, podejmują profesjonalną działalność w obszarze turystyki i rekreacji. Wybrane przykłady pokazują podmioty, które odniosły sukces rynkowy i mogą z powodzeniem konkurować z w pełni komercyjnymi przedsiębiorstwami. Wygenerowany zysk – zgodnie z założeniami ekonomii społecznej – przeznaczają jednak na cele społeczne.

Spółdzielnia Socjalna Tropem Przygody działa przede wszystkim po podażowej stronie rynku i tworzy ofertę turystyczną szczególnie dla dzieci i młodzieży. Swoją ofertę kieruje także do innych grup nieuprzywilejowanych, realizuje projekty prospołeczne i w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu. Tworzy także popyt turystyczny, ponieważ organizuje dla swoich członków i współpracowników wyjazdy motywacyjne i rekreacyjne.

Spółdzielnia Socjalna ESKAPADA jest dobrym przykładem działania po podażowej stronie rynku, które realizuje projekty w zakresie promocji ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej, uwrażliwia społeczeństwo na grupy defaworyzowane i tworzy ofertę, z której mogą korzystać firmy w ramach swoich programów CSR. Posiada także atrakcyjną i profesjonalną ofertę animacyjną dla komercyjnego rynku. Przedsiębiorstwo przeznacza osiągnięty zysk na rozwój (własny, pracowników i lokalny) oraz projekty prospołeczne.

Podobnie jest w przypadku Spółdzielni Socjalnej DALBA. Podmiot ten działa rynkowo i odnosi sukcesy, mimo że jego pracownikami (zaopieczą i obsługującymi gości w pubach) są osoby niepełnosprawne intelektualnie. Najbardziej widoczna jest działalność przedsiębiorstwa po stronie podażowej. Bodaj ważniejsze jest jednak to, co dzieje się za kulisami biznesu i co zarząd Spółdzielni robi dla personelu. Jest to program mający na celu rehabilitację i aktywizację niepełnosprawnych, z którego korzystają m.in. pracownicy firmy. Wyjazdy rehabilitacyjne tej grupy są formą realizacji turystyki społecznej *sensu stricto*.

Te trzy podmioty są – w różnym zakresie – kreatorami produktu turystycznego (również w ramach turystyki społecznej). Dzięki swojemu statusowi i specyfice zatrudnianego personelu (osoby doświadczające różnego rodzaju dysfunkcjami) kreują one także popyt turystyczny, ponieważ:

- same organizują dla swoich pracowników wyjazdy turystyczne, rekreacyjne, rehabilitacyjne, studyjne,
- często korzystają w podróży z oferty innych przedsiębiorstw turystycznych,

- ponieważ osoby pracujące w przedsiębiorstwach społecznych są bardziej empatyczne niż przeciętni ludzie, łatwiej im jest przekonać do aktywności turystycznej osoby z różnych środowisk, które do tej pory nie korzystały z takiej oferty (w ten sposób *de facto* pobudzają popyt),
- dzięki zapewnieniu zatrudnienia osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym w podmiotach o profilu turystycznym kreują w nich potrzebę aktywności turystycznej,
- dając zatrudnienie osobom marginalizowanym społecznie umożliwiają im aktywność turystyczną również pod względem finansowym.

Wymienione przesłanki przemawiają za zwróceniem szczególnej uwagi w rozważaniach na temat ekonomii społecznej na turystyczną przedsiębiorczość społeczną i rolę, jaką może ona odegrać w przyszłym rozwoju turystyki społecznej.

Na podstawie analizy publikacji poświęconych turystyce społecznej można dostrzec niedostatek badań nad rolą podmiotów ekonomii społecznej w tworzeniu oferty turystyki społecznej. Studia przypadku przywołane w rozdziale stanowią mały wycinek obrazu i nie odzwierciedlają aktualnej skali zaangażowania przedsiębiorstw społecznych na rynku turystycznym. W tej sytuacji wskazane byłoby podjęcie pogłębionych badań na ten temat. Regionalne Ośrodki Polityki Społecznej nie robią tego typu analiz, ale posiadają jednak dane o podmiotach ekonomii społecznej w poszczególnych regionach, na podstawie których można prowadzić badania.

Praktyczną implikacją podjętych badań może być zwrócenie uwagi na istotną rolę przedsiębiorstw społecznych w kreowaniu oferty odpowiadającej zapotrzebowaniu różnych grup dotkniętych problemami społecznymi. Ponieważ podmioty te tworzą właśnie osoby obciążone różnymi dysfunkcjami, mogą być cennymi doradcami dla innych przedsiębiorstw chcących obsługiwać podróżujących w ramach turystyki społecznej.

Innym ważnym wnioskiem jest rozproszenie kompetencji w zakresie turystyki społecznej na poziomie ministerialnym. Resortem odpowiedzialnym za turystykę jest obecnie Ministerstwo Sportu i Turystyki. Tymczasem za rozwój ekonomii społecznej odpowiada Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej, które dysponuje także środkami finansowymi na wsparcie przedsiębiorczości społecznej, w tym turystycznej. Niezbędna jest więc ścisła współpraca i koordynacja działań tych dwóch ministerstw.

BIBLIOGRAFIA

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia* (2007). Warszawa: Instytut Turystyki. Pobrane z: www.msit.gov.pl (11.08.2021).
- Browar Spółdzielczy (2021). Witryna Browaru Spółdzielczego – www.browarspoldzielczy.com (25.10.2021).
- Ciepielewska-Kowalik, A. (2020). *Social enterprises and their ecosystems in Europe*. Pobrane z: <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=22455&langId=en>
- COIG (2021). Witryna Centralnego Ośrodka Informacji Gospodarczej – www.coig.com.pl (25.10.2021).
- Dązbłaż, B. (2021). „Piwa, które warzą więcej” – bo dają pracę i wsparcie. Pobrane z: <https://publicystyka.ngo.pl/piwa-ktore-warza-wiecej-bo-daja-prace-i-wsparcie> (25.10.2021).
- Dobroniak, M. (2010). Turystyka społeczna w Polskim Towarzystwie Schronisk Młodzieżowych. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 121-136). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce* (2012). Warszawa: Ministerstwo Sportu i Turystyki.
- Głąbicka, K. (2009). *Ekonomia społeczna. Podmioty i instrumenty*. Warszawa: Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej.
- Gryszel, P. (2014). Problemy rozwoju turystyki społecznej na polskim rynku turystycznym. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 3 (27), 23-39.
- Herbst, J. (2006). *Geografia polskiej ekonomii społecznej*. Warszawa: FISE.
- Januszewska, M., Jaremen, D.E., Nawrocka, E. (2013). Rola turystyki społecznej w równoważeniu konsumpcji turystycznej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Gospodarka turystyczna w regionie. Rynek turystyczny – współczesne trendy, problemy i perspektywy jego rozwoju*, 304, 90-102.
- Jedlińska, M. (2012). Wybrane aspekty turystyki osób niepełnosprawnych w powiecie jeleniogórskim. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 259, 75-84.
- Kaźmierczak, T. (2007). Zrozumieć ekonomię społeczną. W: T. Kaźmierczak, M. Rymsza (red.), *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna* (s. 93-126). Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Kaźmierczak, T., Przybysz, I., Podkańska, D. (2011). *Przedsiębiorstwa społeczne. Czynniki trwałości. Raport z pierwszej fazy monitoringu przedsiębiorstw społecznych*. Warszawa: Fundacja Instytutu Spraw Publicznych.
- Kowalczyk-Anioł, J. (2010). Caritas Archidiecezji Łódzkiej jako organizator turystyki społecznej. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 91-103). Łódź: WSTH w Łodzi.
- KPRES (2019). *Krajowy program rozwoju ekonomii społecznej do 2023 roku. Ekonomia solidarności społecznej*. Warszawa: Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

- Lawin, M. (2010). Turystyka społeczna w Związku Harcerstwa Polskiego. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 136-146). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Łącka, I. (2015). Ekoturystyka jako obszar działalności podmiotów ekonomii społecznej. *Europa Regionum*, XIII, 195-210. DOI: 1018276/er.2015.23-16.
- Mączyńska, E. (2008). *Ład gospodarczy. Pochwała ordo*. Pobrane z: http://www.pte.pl/pliki/2/12/16_Maczynska.pdf (10.10.2021).
- OKSS (2021). Witryna „Ogólnopolski Katalog Spółdzielni Socjalnych” – www.spoldzielniesocjalne.org (25.10.2021).
- OZRSS.pl (2021). Witryna Ogólnopolskiego Związku Rewizyjnego Spółdzielni Socjalnych – www.ozrss.pl (25.10.2021).
- PaintballPodlasie.pl (2021). Witryna Spółdzielni Socjalnej ESSKAPADA – www.paintballpodlasie.pl (25.10.2021).
- Rauziński, R., Soldra-Gwiżdż, T., Szczygieski, K. (2012). Grupy szczególnie zagrożone wykluczeniem społecznym – aspekt demograficzny. *Studia Politicae Universitatis Silesiensis*, 9, 78-102.
- Rozwój przedsiębiorczości społecznej w Polsce i w wybranych krajach europejskich (2020). Warszawa: Instytut Analiz Rynku Pracy.
- Różański, M. (2018). Nikt nie chciał ich zatrudnić. Dziś ich biznes przynosi ogromne zyski. Pobrane z: <http://www.niepelnosprawni.pl/ledge-x/671316> (25.10.2021).
- Sala, K. (2018). Rola organizacji pozarządowych w turystyce na przykładzie Stowarzyszenia Doliny Karpia. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 37 (1), 136-146.
- Skrzypczyński, M. (2010). Turystyka społeczna na tle działalności oddziałów Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego w województwie łódzkim. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce* (s. 105-119). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Stasiak, A. (red.) (2010a). *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Łódź: WSTH w Łodzi.
- Stasiak, A. (2010b). Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 37-56). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Stasiak, A. (2011a). Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce* (s. 377-396). Łódź: WSTH w Łodzi.
- Stasiak, A. (2011b). Wieś jako obszar turystyki społecznej. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, 288 (64), 19-32.
- Stasiak, A., Włodarczyk, B. (2012). Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 259, 167-177.
- Szopa, B. (2007). Ekonomia społeczna z perspektywy ekonomii tradycyjnej. *Ekonomia Społeczna. Kwartalnik*, 1 (1), 15-21.

- TropemPrzygody.pl (2021). Witryna Spółdzielni Socjalnej Tropem Przygody – www.tropemprzygody.pl (25.10.2021).
- Ustawa (2019). *Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych* (DzU 2019, poz. 2019).
- Waligóra, A. (2018). Potencjał przedsiębiorczości społecznej w turystyce. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 6 (10), 111–120. 10.18559/SOEP.2018.10.7
- Włodarczyk, B. (2010). Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (s. 23–35). Łódź: WSTH w Łodzi.