

Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce

**Praca zbiorowa
pod redakcją ANDRZEJA STASIAKA**

Łódź 2011



Wydawnictwo
WSTH w Łodzi

Publikacja wydana ze środków finansowych Ministerstwa Sportu i Turystyki
oraz Urzędu Marszałkowskiego w Łodzi

REDAKTOR NAUKOWY
Andrzej Stasiak

RECENZENT
Jacek Kaczmarek
Bogdan Włodarczyk

PROJEKT OKŁADKI
Barbara Grzejszczak

MAPY I RYSUNKI
Anna Wosiak

REDAKCJA I SKŁAD KOMPUTEROWY
Anna Araszkiewicz

ADRES WYDAWNICTWA
Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi
ul. Senatorska 11, 93-192 Łódź
tel./fax (42) 632 42 23
e-mail: wsth@wsth.edu.pl



© Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, 2011

PL ISBN 978-83-933197-0-1

Druk: CUK, ul. Sienkiewicza 36, 90-002 Łódź
tel. 42 633 46 73 www.ksero-cuk.com.pl druk@ksero-cuk.com.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
1. Turystyka społeczna – zagadnienia ogólne	7
Julia Wojciechowska-Solis Kierunki rozwoju turystyki społecznej	9
Ewa Górską Modele turystyki społecznej w wybranych krajach Unii Europejskiej	23
Piotr Geise Niemieckie doświadczenia i rozumienie turystyki społecznie zaangażowanej	39
Wacław Idziak Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości	51
2. Organizatorzy turystyki społecznej w Polsce	63
Anna K. Mazurek-Kusiak, Joanna Janicka Podatkowe i społeczno-ekonomiczne aspekty finansowania wczasów pracowniczych przez ZFŚS na przykładzie Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego	65
Grażyna Dyrda, Sylwia Dyrda-Maciałek Ocena skuteczności ZFŚS jako instrumentu finansowania rozwoju turystyki społecznej (na podstawie wyników badań ankietowych)	83
Bogusław Sawicki, Marta Filipek Rozwój turystyki społecznej w województwie lubelskim na przykładzie Miejskiego Koła Turystyki Rowerowej „Relaks” w Lubartowie	95
Ewa Kasprzyk Działalność Muzeum Zamkowego w Malborku w zakresie turystyki społecznej na przykładzie kroniki Przedszkola nr 2 w Malborku z lat 2008–2009	107
3. Turystyka grup społecznych wymagających wsparcia: dzieci i młodzieży, rodzin w specjalnej sytuacji, Polonii	119
Robert Faracik Turystyka dzieci i młodzieży na wybranych przykładach z Polski, Europy i świata	121
Joanna Kowalczyk-Anioł Kluby wzajemnej gościnności – <i>signum temporis</i> współczesnej turystyki polskiej młodzieży	141

Beata Hołowiecka, Elżbieta Grzelak-Kostulska, Grzegorz Kwiatkowski Uwarunkowania aktywności turystycznej młodzieży z rodzin o niskim dochodzie	157
Maria Łuszczzyńska Turystyka rodzin znajdujących się w złożonej sytuacji społecznej – uwarunkowania i wyzwania	171
Teresa Buczak Turystyka polonijna jako segment turystyki społecznej – stan obecny, perspektywy rozwoju	197
4. Turystyka grup społecznych wymagających wsparcia: osób niepełnosprawnych, seniorów	213
Dorota Szczaluba Rozważania nad turystyką i rekreacją osób niepełnosprawnych	215
Oliwia Beck, Katarzyna Ciechanowska-Mendyk Rola turystyki społecznej w odniesieniu do osób niepełnosprawnych w kontekście przysługujących im świadczeń z zabezpieczenia społecznego	233
Teresa Skalska Dostosowanie usług turystycznych do potrzeb osób niepełnosprawnych: informacja turystyczna	247
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka, Grzegorz Kwiatkowski Problem aktywności turystycznej seniorów	265
Aleksandra Spychała, Sylwia Graja-Zwolińska Poznań – destynacja turystyczna przyjazna seniorom?	281
Jakub Grabowski Europe Senior Tourism – turystyka społeczna czy turystyka grupy społecznej?	295
5. Rola i znaczenie turystyki społecznej w Polsce	309
Janusz Reichel Przedsiębiorstwa społeczne w turystyce	311
Joanna Kosmaczewska Przedsiębiorstwo społeczne szansą na rozwój obszarów wiejskich na przykładzie gminy Bałtów	321
Janusz Hochleitner Turystyka społeczna a specjalizacja wsi w województwie warmińsko- -mazurskim	345
6. Bariery rozwoju turystyki społecznej	361
Marek Nowacki Korzyści i bariery turystyki społecznej	363
Andrzej Stasiak Uwarunkowania i bariery rozwoju turystyki społecznej w Polsce.....	377

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

WSTĘP

W historii nie tylko turystyki bywa tak, że pewne – z pozoru mało istotne – wydarzenia mają swoje poważne konsekwencje: wywołują szczególny impuls do rozwoju pewnych zjawisk, zapoczątkowują nowe trendy i mody. Tak było chyba z hiszpańską prezydencją w Unii Europejskiej (pierwsza połowa 2010 r.). Nikt się nie spodziewał, że jeden z wielu celów Hiszpanów – promocja turystyki seniorów, osiągnie aż taki sukces i w efekcie zdynamizuje ogólnoeuropejską dyskusję nad turystyką społeczną. O konieczności wspierania wypoczynku dyskryminowanych grup społecznych debatowano wprawdzie już wcześniej, ale to dopiero umieszczony w świetle reflektorów program Europe Senior Tourism udowodnił, że może się to opłacać wszystkim: branży turystycznej, społeczności lokalnej i oczywiście ostatecznym beneficjentom.

Przykład Hiszpanii dał wiele do myślenia również w Polsce, w której ostatnie dwie dekady upłynęły pod znakiem udowodniania, że turystyka to przede wszystkim dochodowy biznes. Powszechna wiara w niewidzialną rękę rynku praktycznie wykluczała możliwość interwencjonizmu państwa w postaci dotowania wypoczynku komukolwiek. Stary system socjalny z czasów PRL-u został więc zlikwidowany, a nowy zwyczajnie nie powstał.

O tym, że jakaś forma wspierania wypoczynku części społeczeństwa jest jednak niezbędna, przekonują statystyki. Według GUS ponad połowa Polaków w wieku 15 lat i więcej w ogóle nie uczestniczy w wyjazdach turystycznych¹. Trudno przypuszczać, że jest to ich świadomy wybór, a nie efekt istnienia różnych barier (ekonomicznych, zdrowotnych, społecznych itd.) uniemożliwiających im podróżowanie. W tym kontekście nie dziwi duże zaangażowanie decydentów (Ministerstwo Sportu i Tury-

¹ W latach 2005–2009 odsetek ten wahał się w przedziale 51–53%. (Mały rocznik statystyczny Polski 2010: http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_oz_maly_rocznik_statystyczny_2010.pdf).

styki) i branży turystycznej (organizacje społeczne i podmioty komercyjne) w realizację unijnego projektu Calypso.

Turystyka społeczna stała się też przedmiotem zainteresowania środowiska naukowego. Po latach zaniechania, turystyka słabszych ekonomicznie grup społecznych ponownie znalazła się na warsztacie badawczym i to już w kilku ośrodkach akademickich. Cieszyć musi przy tym fakt, że podjęto zarówno studia nad teoretyczną istotą tego staro-nowego zjawiska, jak i podstawowe badania empiryczne dotyczące jego różnych aspektów.

Z tym większą przyjemnością przekazujemy w Państwa ręce tę publikację, która zawiera najnowsze przemyślenia naukowców i praktyków. Podzielona została na 6 rozdziałów. W pierwszym zaprezentowano dotychczasowe kierunki rozwoju turystyki społecznej w Europie, opierając się na przykładach konkretnych rozwiązań zastosowanych w wybranych krajach. Wskazano też na możliwość rozszerzenia pojęcia „turystyka społeczna” na turystyczne przedsięwzięcia ekonomii społecznej. W drugim rozdziale poddano analizie działalność organizatorów dotowanej turystyki, w tym zakładów pracy, małej organizacji pozarządowej oraz placówki muzealnej. Części trzecia i czwarta poświęcone są charakterystyce różnych aspektów podróży grup społecznych wymagających wsparcia: dzieci i młodzieży, rodzin w specjalnej sytuacji, Polonii, niepełnosprawnych oraz seniorów. W rozdziale piątym podjęto próbę określenia roli turystyki społecznej dla lokalnej gospodarki (na przykładach ekonomii społecznej), a w rozdziale szóstym – identyfikacji barier utrudniających jej rozwój.

Z pewnością artykuły zawarte w książce nie wyczerpują wszystkich zagadnień związanych z problematyką rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Jestem jednak w pełni przekonany, że znacząco wzbogacają naszą dotychczasową wiedzę o tym zjawisku. Mogą też być dobrym punktem wyjścia do dalszych dyskusji, a także podejmowania nowych naukowo-praktycznych inicjatyw w tym zakresie.

Andrzej Stasiak

1.

**Turystyka społeczna
- zagadnienia ogólne**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Julia Wojciechowska-Solis*

KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

1. Wstęp

Początków zjawiska turystyki społecznej można się doszukiwać w organizacjach powstałych na początku XX w. w Szwajcarii i we Francji, specjalizujących się w urządzaniu obozów sportowych w górach oraz obozów wakacyjnych dla dzieci z mniej uprzywilejowanych rodzin.

Turystyka społeczna pozwala jak największej liczbie osób wyjechać na wakacje, a więc znacznie ułatwia poruszanie się. Co więcej, przyczynia się do walki z sezonowością, wzmacnia pojęcie obywatelstwa europejskiego i wspiera rozwój regionalny, oprócz ułatwienia rozwoju poszczególnych gospodarek lokalnych.

Turystyka społeczna dowodzi, że gospodarcze możliwości zatrudnienia, główne cele w ramach strategii lizbońskiej, rzeczywiście mogą być generowane przez zwiększenie dostępności turystyki dla dodatkowych warstw społeczeństwa Europy. Poprzez ułatwienie dostępu turystyki dla grup społeczeństwa, dla których wyjazd na wakacje oznacza trudne bądź nawet niemożliwe przedsięwzięcie, turystyka społeczna umacnia przymysł turystyczny, potencjał generowania dochodów. Pozwala na rozwój podróżowania poza sezonem turystycznym, szczególnie w regionach, gdzie turystyka jest dobrze rozwinięta, dając jednocześnie możliwość stosunkowo mało znanym, małym lub nowym miejscom promować swoją ofertę wśród szerszego spektrum populacji europejskiej. Zachęca do

* Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, 20-950 Lublin, ul. Akademicka 13, e-mail: julia.wojciechowska@gmail.com.

tworzenia długotrwałych możliwości zatrudnienia w sektorze turystyki, umożliwiając utrzymanie takich miejsc pracy poza szczytem sezonu¹.

2. Zjawisko turystyki społecznej

Z ekonomicznego punktu widzenia turystykę społeczną można rozpatrywać zarówno od strony popytu, jak i podaży. Pewną trudność wprowadza tu aktywność turystyczna polegająca na działalności w organizacjach pozarządowych, w których często nie uwzględnia się kosztów pracy i czasu poświęcanych na przygotowanie, organizację i prowadzenie imprez turystycznych. Często także trudno jest odróżnić działalność na rzecz innych od samoorganizacji wyjazdów z myślą o sobie, swojej rodzinie, czy znajomych.

W definicji zjawiska turystyki społecznej należy współcześnie zastosować wykładnię rozszerzającą. Punktem wyjściowym będzie pierwotna definicja Międzynarodowego Biura Turystyki Społecznej (BITS), według którego główną cechą charakteryzującą turystykę społeczną jest zespół relacji i procedur wynikających z realizacji programów finansowanych przez państwo, aby umożliwić udział w turystyce warstwom obywateli o niższych dochodach. Do takiego poglądu nawiązuje także dokumentacja Unii Europejskiej, określając w Planie Działania dla Rozwoju społecznej turystykę jako wspomaganą formę aktywności grup ludzi, którzy z wielu powodów – głównie społecznych i zdrowotnych – mają trudności z organizowaniem swoich wakacji, i definiując ten typ jako turystykę społeczną albo turystykę dla wszystkich.

Zaproponowane nowe podejście „dla wszystkich”, propagowane aktywnie przez Komisję Europejską, stanowi jeden z zasadniczych komunikatów dla osób angażujących się w rozwój turystyki społecznej. Mówiąc o „wszystkich”, turystyka społeczna integruje nie tylko działania wspierające oparte na systemie subwencji sektora publicznego i nakierowane na grupy wykluczone przez los, ale także działania zmierzające do włączenia innych osób nieuczestniczących w ruchu turystycznym, podmiotów statutowo propagujących uczestnictwo w turystyce oraz dostępnej przestrzeni i infrastruktury.

¹ <http://etourism-forum.com/wikis/social-tourism/social-tourism-europe.aspx> (14.09.2011).

3. Podmioty uczestniczące i działające w obszarze turystyki społecznej w Polsce i za granicą

Teoretycznie turystyka społeczna obejmuje wszystkie grupy społeczne, jednak w krajowych warunkach do podstawowych grup społecznych oczekujących wsparcia przy organizacji wyjazdów turystycznych zalicza się:

- dzieci i młodzież,
- rodziny w specjalnej sytuacji,
- osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunów,
- osoby starsze (grupa 50+).

Znacznie trudniej jest wyróżnić grupy organizatorów, których działalność należałoby zaliczyć do turystyki społecznej.

Ze względu na brak spójnej, powszechnej definicji, Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny określił charakterystyczne warunki, przy których spełnieniu określoną działalność w zakresie turystyki można nazwać turystyką społeczną, tj.:

- sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia korzystanie w pełni z prawa do turystyki (może to wynikać z przyczyn gospodarczych, niepełnosprawności fizycznej lub umysłowej, izolacji poszczególnych osób lub całych rodzin, ograniczonej mobilności czy trudności związanych z położeniem geograficznym);
- określone podmioty podejmują działania na rzecz likwidacji lub ograniczenia barier uniemożliwiających zainteresowanym osobom korzystanie z turystyki;
- powyższe działania są skuteczne i faktycznie umożliwiają określonej grupie osób udział w turystyce w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, dostępności i solidarności.

W odniesieniu do tak określonego zjawiska należy sprecyzować grupy podmiotów uczestniczących w procesie funkcjonowania i rozwoju turystyki społecznej. Od strony podażowej podstawowym dostawcą jest sektor publiczny. Stopień zaangażowania administracji państw europejskich w działania dotyczące turystyki społecznej jest bardzo zróżnicowany ze względu na czynniki historyczne, ideologiczne i społeczne. W niektórych państwach administracja krajowa, regionalna lub lokalna udziela istotnego finansowego wsparcia dla tej działalności. Środki te często ukierunkowane są na konkretne grupy beneficjentów: ludzi mło-

dych, osób w podeszłym wieku, osób niepełnosprawnych czy mniej uprzywilejowanych itd. Jednak dla dynamizacji procesu rozwojowego turystyki społecznej kluczową dostawcą pozostaje sektor prywatny, który oddziałuje dwubiegunowo. Zwracając uwagę na kształtowanie popytu pracowników na turystykę i wypoczynek, pracodawcy oferują różnorodne formy współfinansowania spędzania czasu wolnego (świadczenia pieniężne, dodatkowe wynagrodzenie, bony czasowe itp.).

W całości zjawiska elementem katalitycznym rozwoju turystyki społecznej były i pozostają organizacje stowarzyszeniowe („trzeci sektor”), czyli sektor społeczny. Zdecydowanym atutem tego sektora jest jego liczebność oraz różnorodność. Za granicą przykładem takich stowarzyszeń są spółdzielnie konsumenckie, które w niektórych państwach (Włochy i Wielka Brytania) dysponują rozległą siecią agencji zajmujących się organizowaniem turystyki społecznej, zwłaszcza organizacji młodzieżowych i ekologicznych.

W wielu krajach ważną rolę odgrywają w tym zakresie także organizacje zrzeszające pracowników. Związki zawodowe od początku istnienia zjawiska turystyki społecznej bardzo aktywnie angażowały się w działalność turystyczną w celu zapewnienia korzyści swoim członkom. Udział ten polegał zarówno na wspieraniu budowy infrastruktury materialnej, jak i organizacji wyjazdów oraz przekazywaniu świadczeń pieniężnych. W zakresie turystyki społecznej nieocenioną rolę odgrywają organizacje statutowo zajmujące się krzewieniem i organizacją krajoznawstwa oraz edukacją w tym zakresie. Należy zauważyć, że wiele z nich dysponuje własną infrastrukturą oraz profesjonalną kadrą, toteż są w stanie zapewnić kompleksowy wypoczynek.

W Polsce działa wiele organizacji pozarządowych krzewiących turystykę: o wieloletniej tradycji, z bogatym doświadczeniem merytorycznym, kadrowym oraz zasobami materialnymi. To one, o ugruntowanych i rozbudowanych strukturach działających na terenie całego kraju, stanowią dominujący potencjał rozwoju turystyki społecznej. Niestety, od wielu lat zauważalny jest ich regres, zarówno pod względem liczby członków, jak i posiadanej bazy (ilościowy i jakościowy). Zjawisku temu towarzyszy brak określonej wizji przyszłej działalności w zakresie wyboru drogi profit – *non-profit*, który staje się kwestią coraz bardziej aktualną w miarę rozwoju rynku usług turystycznych w Polsce. Przy kształtowaniu swojego

budżetu w znacznej mierze liczą na dofinansowanie działalności ze środków publicznych².

4. Relacje grup uczestniczących w turystyce społecznej

Podstawowa płaszczyzna relacji w zakresie turystyki społecznej funkcjonuje na styku administracji publicznej i organizacji pozarządowych. Obie grupy, choć na siebie „skazane”, zachowują dużą dozę ostrożności we wzajemnych relacjach. Zauważalne jest to zwłaszcza w zakresie delegowania i wypełniania obowiązków administracji w ramach zadań zleconych. Występuje tendencja zbieżna z finansowaniem z funduszy Unii Europejskiej, tj. zwiększania wymagań formalnych oraz szczególności dokumentacji. Oceniając możliwości organizacji, które uczestniczą w ruchu turystyki społecznej, należy stwierdzić, że są one bardzo zróżnicowane, co wynika z oceny przedstawionej w analizie SWOT (tab. 1).

Tabela 1. Ocena organizacji uczestniczących w ruchu turystyki społecznej poprzez analizę SWOT

Strony mocne	Strony słabe
Szeroka, ciągle rozwijana oferta programowa kierowana do różnorodnych grup odbiorców, wpisująca się w zasadnicze oczekiwania sektora publicznego Liczna i doświadczona kadra realizująca założenia programowe W wielu przypadkach duży kapitał w zakresie środków trwałych, zwłaszcza nieruchomości Angażowanie się na polach porzuconych przez inne podmioty sektora i rynku – specjalizacja Skuteczne przykłady inkluzji osób marginalizowanych przez podstawowe kryteria obowiązujące na rynku pracy	Zbyt mała dynamika adaptacji programów do zgłaszanych potrzeb Brak monitorowania potrzeb grup beneficjentów Słabe zarządzanie organizacją i projektami Brak szerokiej, w tym zagranicznej, oraz efektywnej współpracy z innymi organizacjami Zmniejszająca się liczba osób / członków czynnie działających na rzecz turystyki społecznej oraz ogółu członków Nieefektywne zarządzanie lub brak zarządzania środkami trwałymi – brak podejścia strategicznego w wykorzystaniu zasobów materialnych Deprecjacja i zbywanie majątku

² Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. Przepisy wprowadzające ustawę o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (DzU nr 96, poz. 874 z późn. zm.).

Szanse	Zagrożenia
Wyraźny strumień finansowania zewnętrznego, w tym środków krajowych i zagranicznych Możliwość wyłączności realizacji określonych zadań pierwotnie przypisanych różnym szczeblom administracji na zasadzie permanentnego ich delegowania Współpraca na międzynarodowych forach turystyki społecznej celem pozyskania partnerów do realizacji projektów oraz udziałowców mogących rewaloryzować lub dokapitalizować wartość majątku trwałego Określenie dostępnej i konkurencyjnej oferty rynkowej w ramach działań na rzecz turystyki społecznej – konkurencja przez specjalizację i właściwe dostosowanie oferty oraz jej sieciąową dostępność Możliwość włączenia wielu osób z wykluczonych grup społecznych przez podejście nie nastawione bezpośrednio na wyniki finansowe	Brak zmian strukturalnych, zwłaszcza w organizacjach o wieloletnim rodowodzie, prowadzić może do ich marginalizacji przez dalsze zmniejszanie się liczby i aktywności ich członków Niska skuteczność w pozyskiwaniu środków zewnętrznych może prowadzić do ograniczania oraz zaniku pewnych form aktywności programowej, a tym samym zmniejszania atrakcyjności proponowanej oferty Brak różnorodnych form współpracy prowadzić może nie tylko do zmniejszania atrakcyjności organizacji dla ich członków lub sympatyków, ale także do tworzenia zewnętrznej konkurencji w Polsce przez zakładanie polskich oddziałów zagranicznych organizacji Wyzbycie się majątku trwałego lub doprowadzenie do jego degradacji bez opracowania podejścia strategicznego do produktu, jakim miałby się on stać, prowadzić może do utraty szansy na dywersyfikację finansowania realizowanych działań statutowych

Źródło: na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Innymi relacjami mającymi wpływ na turystykę społeczną są związki między podmiotami prywatnymi a organizacjami społecznymi. Podmioty te oferują dostępne cenowo usługi – składniki produktu turystycznego turystyki społecznej. Oprócz tradycyjnych dysponentów bazy noclegowej, zwłaszcza o standardzie turystycznym, od kilku lat obserwuje się wzrost znaczenia dysponentów bazy agroturystycznej. Ponadto należy zauważyć, że nawet ten element oferty turystycznej dostarczany jest często przez organizacje społeczne. Wówczas relacja kieruje się na usługi komplementarne, jak wypożyczanie sprzętu do rekreacji lub sportów.

Należy zaznaczyć, że w Polsce nie zostały wykształcone w zakresie turystyki społecznej trwałe relacje między jednostkami administracji publicznej a podmiotami sektora prywatnego. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest brak spójnego programu turystyki społecznej, który nakierowany byłby zarówno na zwiększanie uczestnictwa określonych grup

społecznych w turystyce, jak i na przeciwdziałanie skutkom obniżonego popytu w czasie tzw. niskiego sezonu. Takie relacje prowadzą w konsekwencji do ścisłego współdziałania wszystkich aktorów sceny społecznej turystyki, a tym samym do zwiększania jej efektywności. Przy tym określone programowo relacje, które wiążą się z określonymi transferami środków, nie zaburzają funkcjonowania całości rynku turystycznego.

5. Tendencje rozwojowe turystyki społecznej na świecie i w Europie

Przed rozwojem turystyki społecznej w Europie postawiono kilka celów, wśród których dominuje wprowadzenie zintegrowanego podejścia do rozwoju tej turystyki w każdym z państw. Chodzi o to, aby poszczególne kraje europejskie opracowały rozwiązania strategiczno-programowe na rzecz rozwoju turystyki społecznej na administrowanym obszarze. Programy te powinny wypływać z dotychczasowych doświadczeń i praktyk, a dzięki bezpośredniej współpracy powinny być stopniowo łączone na zasadzie współpracy transnarodowej.

W ten sposób pierwotna idea zwiększania dostępności turystyki dla coraz to nowych grup osób nie byłaby jedynie elementem polityki turystycznej nastawionej na rozwój turystyki krajowej, w tym zmniejszania strat powodowanych przez fluktuację popytu turystycznego, ale też sposobem na poznawanie innych krajów. W tym zakresie stawia się nie tylko na znane już grupy aktorów „zwyczajowo” zainteresowanych rozwojem turystyki społecznej (wspomnianych w rozdziale 1), ale także na związki zawodowe jako duże organizacje zrzeszające oraz na struktury międzynarodowe, jak instytucje Unii Europejskiej, jako adresatów funkcji monitorowania i koordynacji rozwoju turystyki społecznej w Europie.

Podkreśla się, że spośród warunków brzegowych rozwoju turystyki społecznej działania powinny dotyczyć zwłaszcza grup najbardziej marginalizowanych ekonomicznie, społecznie i pochodzeniowo (miejsce zamieszkania lub stałego przebywania) oraz przynosić wymierny w każdym okresie efekt społeczny lub ekonomiczny nie tylko stronom realizującym, ale także regionom oraz beneficjentom końcowym. Podstawową formą realizacji powinna być współpraca publiczno-społeczno-prywatna.

W odniesieniu do roli poszczególnych stron, powołanych do współ-

pracy w ramach europejskiej platformy turystyki społecznej, zwraca się szczególną uwagę na zwiększenie liczby podmiotów prywatnych branży turystycznej. Mogą one nie tylko realizować swoje podstawowe cele, jak osiągnięcie właściwej pozycji konkurencyjnej oraz stopy zwrotu, ale także utrzymywać profesjonalną kadrę mimo wahań popytu na rynku³.

6. Rozwój turystyki społecznej w Unii Europejskiej

W Europie ramy teoretyczne, legislacyjne i planistyczne w dziedzinie turystyki społecznej nie są obecnie zbyt rozbudowane, jednakże funkcjonuje wiele znaczących przykładów systemowego ujęcia zjawiska turystyki społecznej dla określonych grup odbiorców. Elementem wspólnym tych rozwiązań jest zasada partnerstwa, dzięki której możliwe jest stworzenie ram pozwalających włączyć wiele osób do strumienia ruchu turystycznego.

Tradycyjnym przykładem jest Francuska Krajowa Agencja ds. Bonów Wakacyjnych (ANCV), która odnotowała w 2005 r. obroty w wysokości około miliarda euro. Agencja powstała w 1982 r. jako organ publiczny o charakterze przemysłowo-handlowym do realizacji następujących trzech celów:

- ułatwiania jak największej liczbie osób, zwłaszcza o niskich dochodach, wyjazdu na wakacje;
- zapewniania swobody wyboru dzięki rozległej sieci specjalistów w dziedzinie turystyki, umiejących zaspokoić wszelkie potrzeby;
- zapewniania współpracy na rzecz rozwoju turystyki, przyczyniającej się do jej bardziej równomiernego rozłożenia w poszczególnych regionach.

Bony wakacyjne otrzymuje corocznie ok. 2,5 mln osób, a korzyści z nich odnosi ok. 7 mln wyjeżdżających. ANCV dysponuje siecią ponad 21 000 organizacji stowarzyszonych, uczestniczących w finansowaniu jej działalności, a w świadczenie usług zaangażowanych jest blisko 135 000 pracowników branży turystyki i wypoczynku. Programy realizowane przez agencję pomagają umożliwiać wyjazdy na wakacje grupom mniej uprzy-

³ http://hotelmule.com/hospitality_travel_wiki/wiki/Social%20tourism (14.09.2011).

wilejowanym, osobom niepełnosprawnym, ludziom młodym itd., zapewniając granty wakacyjne o łącznej wartości ok. 4,5 mln euro.

Do podobnych praktyk, realizowanych w bardziej ograniczonym zakresie i skierowanych do węższej grupy odbiorców, ale równie cennych, należy zaliczyć wspólną inicjatywę trzech organizacji: z Wielkiej Brytanii (Family Holiday Association), Belgii (Toerisme Vlaanderen) oraz Francji (Vacances Ouvertes), które prowadzą skoordynowane działania na rzecz zapewnienia w tych trzech krajach turystyki dla wszystkich⁴.

Podobnie ukierunkowane systemowe działania podejmowane są na szczeblu regionalnym przez rząd Andaluzji w Hiszpanii, który rozwija program Residencias de Tiempo Libre – domów wypoczynkowych oraz program Conoce tu Costa: Poznaj swoje wybrzeże. W ich ramach organy administracji samorządowej szczebla regionalnego i lokalnego współpracują na rzecz udziału osób starszych w imprezach turystycznych na terenie wspomnianej wspólnoty autonomicznej.

W celu zwiększenia roli turystyki społecznej, Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny proponuje utworzenie platformy w dziedzinie tej turystyki. Mogłaby ona posłużyć m.in. do:

- upowszechnienia i poszerzenia zakresu istniejących programów oraz liczby osób korzystających z turystyki społecznej w całej Europie;
- wykorzystania międzynarodowego wymiaru istniejących programów przez realizację programów współpracy dwustronnej i wielostronnej; wspierania stopniowej realizacji ogólnoeuropejskiej turystyki społecznej, w której uczestniczyć będzie jak największa liczba państw.

Do potencjalnych uczestników można by zaliczyć organizacje, które zarządzają obecnie programami turystyki społecznej w różnych krajach:

- organizacje związkowe i spółdzielnie zainteresowane realizacją programu,
- pracodawców z jak najszerzej rozumianej branży turystycznej zainteresowanych poprawą rentowności swoich przedsiębiorstw w sposób trwały,
- władze krajowe, regionalne i lokalne,
- Unię Europejską i jej instytucje,
- organizacje turystyki społecznej.

Należy zachęcać szeroki krąg pracowników zaangażowanych w za-

⁴ <http://www.zeszyty.awf.katowice.pl/pdf/vol%2019/14%20kocot.pdf> (15.09.2011).

rzządzanie różnymi programami turystyki społecznej do doskonalenia oferowanych produktów i usług, do inwestycji w poprawę infrastruktury oraz do innowacji w zakresie oferowanych produktów, zwłaszcza tych, które mają charakter międzynarodowy. Koordynacja programów oraz stowarzyszenia odpowiedzialnych organizacji to dobre metody wprowadzania udoskonaleń i wymiany doświadczeń. EKES zaleca pełne zaangażowanie w programy turystyki społecznej przedsiębiorstw z branży turystycznej.

Turystyka społeczna jest nośnikiem wartości zgodnych z zasadami dobrego zarządzania, konkurencyjności i dochodowości w perspektywie krótkoterminowej, a przede wszystkim w perspektywie średnio- i długoterminowej; pozwala też zapewnić całoroczne zatrudnienie wielu pracowników. Władze oraz instytucje krajowe, regionalne i lokalne EKES pragną zachęcić do ustanawiania programów turystyki społecznej ze względu na płynące z nich korzyści społeczne i gospodarcze.

EKES zaleca instytucjom europejskim, by pamiętały, że turystyka społeczna jest rodzajem działalności łączącej cele z dziedziny turystyki i polityki społecznej. Pobudzanie do działania, koordynacja techniczna, upowszechnianie doświadczeń oraz stworzenie forum umożliwiającego zawieranie międzynarodowych umów należą do zadań, które Komisja Europejska może realizować opierając się na własnych zasobach, poprzez Dział Turystyki, w celu ustanowienia efektywnej europejskiej platformy turystyki społecznej.

7. Aspekty praktyczne turystyki społecznej w Polsce na przykładzie gminy Bałtów

Polskim przykładem na działalność społeczną w zakresie turystyki prowadzącą do rozwoju ekonomicznego rejonu jest Bałtów – gmina w województwie świętokrzyskim, którą ożywił społeczny pomysł na turystykę. W 2001 r. aktywni mieszkańcy gminy zebrali się, by wspólnie przedsięwziąć działania na rzecz walki z 30-procentową stopą bezrobocia⁵, zacofaniem infrastrukturalnym, brakiem perspektyw na życie w swojej miejscowości.

⁵ Materiały informacyjne gminy Bałtów.

Grupa inicjatywna, dokonawszy inwentaryzacji zasobów gminy: waleń przyrodniczych w postaci skał wapiennych i rzeki Kamiennej, postanowiła wykorzystać je jako atrakcję turystyczną. Pierwszym pomysłem był spływ tratwą, a po znalezieniu w 2003 r. śladów występowania na tym terenie dinozaurów, pierwszy w Polsce park jurajski. Koordynacją realizacji zajęło się Stowarzyszenie Na Rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Bałt”.

Pierwsza „replika” dinozaura została zakupiona z pieniędzy składkowych, które Stowarzyszenie zebrało od większości mieszkańców gminy, a następne m.in. przy wykorzystaniu przedakcesyjnych programów Unii Europejskiej. Program odtwarzania gadów, choć bezpośrednio wpisujący się w działania komercyjne związane z tworzeniem produktu turystycznego o charakterze ponadlokalnym, od 2004 r. objęto wsparciem merytorycznym Polskiego Instytutu Geologicznego i Muzeum Ewolucji PAN.

Na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej utworzono stowarzyszenie „Delta”, które w ramach inicjatywy wspólnotowej EQUAL⁶ zajęło się przeciwdziałaniem sezonowości w turystyce. Dzięki temu osoby zatrudnione przy prowadzeniu spływów flisackich znalazły zatrudnienie przy uruchomionym stoku narciarskim, zachowując ciągłość zatrudnienia dzięki generowanemu przez tę atrakcję ruchowi turystycznemu.

Na tym jednak nie poprzestano. Zasięg oddziaływania stworzonego produktu turystycznego, który przez zaangażowanie i profesjonalizm stał się produktem markowym, zaczęto rozszerzać na okolicę, tzn. 10 gmin położonych na terenie trzech powiatów i dwóch województw. Tak określonym obszarem wdrażania produktu zajęła się kolejna społeczna forma organizacyjna: Fundacja „Partnerstwo Krzemieny Krag”, powstała w ramach pilotażowej inicjatywy Unii Europejskiej LEADER+⁷. Wśród planowanych działań fundacji jest m.in. budowa hotelu w celu wydłużenia pobytu gości i podniesienia oferowanego standardu usług, z myślą o nowej grupie docelowej klientów.

W rezultacie dotychczasowych działań stworzono markowy produkt turystyczny opierający się na:

- parku jurajskim,
- stoku narciarskim (działającym zimą i latem),
- ośrodka jazdy konnej,
- ekosafari.

⁶ <http://www.equal.org.pl> (15.09.2011).

⁷ <http://www.funduszezestrukuralne.gov.pl/LEADER> (15.09.2011).

Korzysta z niego ponad 500 tys. osób rocznie (dane z 2009 r.). W wymiarze społeczno-gospodarczym doprowadziło to do:

- powstania czterech podmiotów zatrudniających 215 osób (stan na koniec 2009 r.),
- powstania licznej infrastruktury turystycznej,
- odtworzenia gminnej infrastruktury społecznej,
- podwojenia dochodów budżetu gminy,
- obniżenia poziomu bezrobocia z ok. 30% do 4 % (stan na koniec 2010 r.),
- zmiany wizerunku gminy (wszystkie przedsięwzięcia dają pracę mieszkańcom gminy, stwarzają im także możliwości indywidualnego rozwoju i poprawy warunków życia. Ci, którzy byli i są członkami stowarzyszenia lub zaczęli pracę w stowarzyszeniu „Bałt” jako pracownicy fizyczni (sprzątacze, konserwatorzy zieleni), dziś są kierownikami sklepów, punktów gastronomii albo zakładają własne przedsiębiorstwa – stolarnie, zakłady fryzjerskie, hoteliki, pasieki, gospodarstwa agroturystyczne. Dzięki systemowi zarządzania przeszli kilkuletni proces kształcenia i samokształcenia⁸.

8. Aspekty praktyczne turystyki społecznej w Europie

Do najlepszych praktyk w zakresie turystyki społecznej w Europie należy zaliczyć Program IMSERSO⁹ – program wakacji dla osób starszych w ramach Instytutu Spokojnej Starości i Opieki Społecznej w Hiszpanii. Z założenia program, oprócz dostarczania dostępnych ofert turystycznych osobom starszym, ma prowadzić do:

- zwiększania udziału (zmniejszanie fluktuacji) turystyki w PKB,
- zapobiegania sezonowemu spadkowi zatrudnienia,
- przeciwdziałania martwym okresom w ruchu turystycznym (sezonowość popytu).

Tak sformułowane założenia mają na celu ułatwienie dostępu do turystyki przez wyrównywanie szans na starcie, wszyscy bowiem otrzymują tyle samo, czyli pojedynczy grant. Wygenerowane z systemu pie-

⁸http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/_Dobre_praktyki_inicjatywy_ES/dobre_praktyki_2010/atlas_baltow.pdf (26.09.2011).

⁹ <http://www.imsero.es> (16.09.2011).

niądze prowadzą nie tylko do organizacji wypoczynku, ale także do nawiązywania współpracy z lokalnymi firmami, by pomagać osobom na szczeblu lokalnym. Skutkuje to zwiększaniem różnorodności produktów, a tym samym poszerzaniem dostępnej oferty.

Program oferuje klientom:

- informację i dystrybucję:
- 4000 punktów sprzedaży,
- bezpłatną infolinię,
- permanentne funkcjonowanie systemu rezerwacji i dystrybucji voucherów,
- katalog biur podróży,
- zewnętrzną sieć banków,
- podwyższoną jakość usług,
- zakwaterowanie pojedyncze,
- pakiety lotnicze,
- bezpośrednie usługi autokarowe,
- dodatkowe usługi w hotelach.

9. Uwarunkowania rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Rozwój turystyki społecznej w Polsce uwarunkowany jest kilkoma podstawowymi czynnikami. Po pierwsze jest to sprawa wzrostu realnych przeciętnych dochodów mieszkańców Polski, ale również struktury tych dochodów w grupach dochodowych. Prognozy społeczne mówią o przewidywanym szybszym wzroście dochodów rodzin z górnych przedziałów dochodowych. Oznacza to dalsze rozwarstwienie dochodów i co za tym idzie możliwości wydawania pieniędzy na wypoczynek.

Drugim czynnikiem ważnym dla rozwoju różnych form turystyki społecznej jest zmiana zachowań czasu wolnego społeczeństwa polskiego. Obserwuje się stały wzrost liczby jednodniowych, często kilkugodzinnych, wyjazdów z domu (centra handlowe, wzrost liczby wizyt w lokalach gastronomicznych, wizyty „na grilla” itp.) kosztem spadku liczby wyjazdów weekendowych. Wśród tych ostatnich rośnie zainteresowanie (szczególnie ludzi młodych) wyjazdami do drugich domów.

Wydaje się, że czynnikiem przemawiającym za możliwym wzrostem

zainteresowania turystyką społeczną w przyszłych latach, a w szczególności wzrostem zainteresowania aktywnością w organizacjach pozarządowych, jest wzrost ogólnej aktywności szczególnie ludzi młodych (po wyraźnym spadku tej aktywności w latach 90. XX w.). Jednak zdecydowany wzrost zainteresowania turystyką społeczną, a szczególnie udziałem w organizacji wyjazdów, uzależniony jest od wzrostu zainteresowania tą formą ze strony administracji publicznej. Warto bowiem zwrócić uwagę na konieczność odwrócenia niekorzystnych trendów obserwowanych w ostatnich latach.

Literatura

Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. Przepisy wprowadzające ustawę o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (DzU nr 96, poz. 874 z późn. zm.)

Strony internetowe

<http://etourism-forum.com/wikis/social-tourism/social-tourism-europe.aspx>
(14.09.2011).

http://hotelmule.com/hospitality_travel_wiki/wiki/Social%20tourism (14.09.2011).

http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/_Dobre_praktyki_inicjatywy_ES/dobre_praktyki_2010/atlas_baltow.pdf (26.09.2011).

<http://www.equal.org.pl> (15.09.2011).

<http://www.fundusze-strukturalne.gov.pl/LEADER> (15.09.2011).

<http://www.imsero.es> (16.09.2011).

<http://www.zeszyty.awf.katowice.pl/pdf/vol%2019/14%20kocot.pdf> (15.09.2011).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Ewa Górską*

MODELE TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W WYBRANYCH KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ

1. Wstęp

Zjawisko turystyki społecznej, zwanej również socjalną, zapoczątkowane zostało w XIX w. i – jako że nie stanowiło produktu komercyjnego – wykształciło się silnie głównie w krajach o doskonale rozwiniętym systemie socjalnym. Organizacją tego typu działań w pierwszym okresie zajmowały się przede wszystkim związki zawodowe oraz inne struktury społeczne, a ich celem było zapewnienie dostępu do podróży dla wszystkich osób. Po II wojnie światowej w organizowanie pierwszych form turystyki socjalnej zaczęły włączać się władze publiczne. Niektóre państwa europejskie (Francja, Włochy, Portugalia i Hiszpania) same organizowały turystykę socjalną, podczas gdy inne (Wielka Brytania, Holandia) przyjęły politykę nieinterwencji w tym zakresie. Turystyka społeczna rozwijała się wraz z ewolucją ekonomii społecznej w odmienny sposób w różnych krajach Unii Europejskiej, a wpływały na to czynniki historyczne, ideologiczne i społeczne.

W zależności od poziomu rozwoju gospodarczego oraz rodzaju stosowanej polityki społecznej, rządy krajowe, regionalne lub lokalne udzielają istotnego finansowego wsparcia dla tej formy działalności turystycznej. Adresatami pomocy państwa są tu przede wszystkim konkretne grupy

* Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Kolegium Gospodarki Światowej, 02-513 Warszawa, ul. Madalińskiego 6/8, e-mail: ewa_gorska@poczta.onet.pl.

społeczne, tj.: młodzież, osoby starsze, osoby niepełnosprawne czy rodziny w trudnej sytuacji ekonomicznej itd.

Praca ta poświęcona jest analizie form turystyki społecznej w wybranych państwach Unii Europejskiej oraz klasyfikacji sposobu podejścia tych państw do rozwoju turystyki socjalnej.

Przyjmując jako główne kryterium klasyfikacji modeli turystyki socjalnej stopień zaangażowania władz państwowych w jej rozwój, można wyróżnić następujące grupy państw:

- państwa, których władze są aktywnie zaangażowane,
- państwa umiarkowanie interweniujące w rozwój turystyki socjalnej,
- państwa minimalnie ingerujące w rozwój turystyki socjalnej.

2. Turystyka społeczna w krajach Unii Europejskiej

Wśród krajów Unii Europejskiej, które wykorzystują różnego rodzaju instrumenty oraz środki w celu wsparcia rozwoju turystyki socjalnej, należy wskazać m.in.: Belgię, Francję, Grecję, Hiszpanię, Portugalię oraz Włochy. Rozwój turystyki socjalnej w tych państwach jest koordynowany za pomocą regulacji prawnych oraz za pośrednictwem odpowiednio wyspecjalizowanych instytucji zajmujących się turystyką socjalną.

2.1. Francja

Francja jest krajem, w którym turystyka społeczna rozwijała się w sposób najbardziej intensywny. Władze francuskie interweniują w jej rozwój nie tylko poprzez działania administracji centralnej, ale również za pośrednictwem administracji terytorialnych oraz wyspecjalizowanych przedsiębiorstw państwowych. We Francji działają liczne stowarzyszenia wspierające rodziny, np.: Villages Vacances Familles, Loisir Vacances Tourisme czy Vacances Loisir Familles.

Organizacje młodzieżowe zrzeszone są w Centre National des Associations de Jeunesse et d'Education Populaire. Emeryci i renciści natomiast mogą korzystać z infrastruktury będącej własnością kas emerytalnych (Caisses de Retraite, ok. 5000 miejsc noclegowych). Interwencja państwa dotyczy również funkcjonowania firm, tj. Renault, SNCF, Societe General czy Air France (Muniz, Aquilar 2001, s. 89).

Rozwój turystyki socjalnej we Francji stymulowany jest za pomocą różnego rodzaju instrumentów. Należą do nich m.in.:

- przepływy środków z tytułu świadczeń socjalnych – przedsiębiorstwa francuskie zatrudniające ponad 50 pracowników zobligowane są do wpłat na rzecz zakładowego funduszu świadczeń socjalnych ok. 0,64% wynagrodzeń pracowników; niektóre duże przedsiębiorstwa posiadają własne bazy oraz ośrodki turystyczne;
- wsparcie inwestycji za pomocą subwencji państwowych oraz niskooprocentowanych kredytów; dotacje mogą wynosić od 10 do 30% wartości inwestycji.

Najbardziej znanym i godnym uwagi przedsięwzięciem rządu francuskiego jest stworzenie w 1982 r. Francuskiej Krajowej Agencji ds. Bonów Wakacyjnych (ANCV). Agencja powstała jako organ publiczny o charakterze przemysłowo-handlowym i po przeszło 23 latach działalności pozostaje nadal użytecznym instrumentem polityki społecznej w dziedzinie turystyki. Agencja realizuje trzy zasadnicze cele:

- ułatwianie jak największej liczbie osób, a szczególnie osobom o niskich dochodach, wyjazdu na wakacje;
- zapewnianie swobody wyboru dzięki rozległej sieci specjalistów w dziedzinie turystyki, potrafiących skutecznie zaspokoić wszelkie potrzeby;
- współpracę na rzecz rozwoju turystyki, przyczyniającą się do jej bardziej równomiernego rozłożenia w poszczególnych regionach.

Bony wakacyjne przekazywane są corocznie ok. 2,5 mln osobom, a korzyści z nich odnosi ok. 7 mln wyjeżdżających. ANCV dysponuje siecią ponad 21 000 organizacji uczestniczących w finansowaniu jej działalności, a w świadczenie usług zaangażowanych jest ok. 135 000 pracowników z branży turystyki i wypoczynku. Programy realizowane przez agencję pomagają stworzyć możliwość wyjazdu na wakacje dla grup mniej uprzywilejowanych, grup osób niepełnosprawnych, ludzi młodych itd., zapewniając granty wakacyjne o łącznej wartości ok. 4,5 mln euro¹.

¹ <http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/243022.html>.

2.2. Hiszpania

Hiszpania jest krajem, w którym turystyka socjalna jest traktowana w sposób szczególny jako element stymulujący i stabilizujący przemysł turystyczny.

Narodowy Instytut IMSERSO², kierując się przesłankami, takimi jak:

- wzrost jakości życia osób starszych poprzez umożliwienie im poznania nowych miejsc oraz wzbogacenie ich życia towarzyskiego,
 - tworzenie nowych miejsc pracy w sektorze turystycznym,
 - przeciwdziałanie sezonowości występującej w tej branży,
- wypromował jako jedną z form turystyki społecznej wyjazdy dofinansowane dla osób starszych (*Buenas Practicas...* 2008).

W pierwszym sezonie udział w programie wzięło 16 000 osób, w roku 1993 sukcesem okazała się dywersyfikacja zarówno oferowanych produktów, jak i wprowadzenie nowych destynacji. Wprowadzono m.in. Program Circuitos Culturales (Program Wymiany Kulturowej). W latach 1999–2000 program przyjął nazwę Vacaciones para Mayores i jego głównym celem było przeciwdziałanie bezrobociu poza sezonem turystycznym. Program co roku rozwija się dzięki dofinansowaniu ze strony administracji państwowej oraz inwestorów prywatnych dostarczających usługi turystyczne, tj. Ministerstwa Edukacji, Ministerstwa Zdrowia i Polityki Społecznej, licznych biur podróży, hoteli, firm transportowych i ubezpieczeniowych (*Buenas Practicas...* 2008).

Do głównych programów funkcjonujących obecnie w Hiszpanii w ramach wsparcia turystyki dla osób starszych przez IMSERSO zaliczyć można:

1. Program Wyjazdów Wakacyjnych (El Programa de Vacaciones para Mayores), który ma bardzo duży wkład w utrzymanie zatrudnienia w sektorze turystycznym poza sezonem. Jest on skierowany do osób powyżej 55 roku życia i oferuje wyjazdy poza sezonem turystycznym w turnusach 8–29-dniowych.

2. Program Wyjazdów Uzdrowiskowych (El Programa de Termalismo Social) – przeznaczony jest dla osób powyżej 60 roku życia, które wyma-

² IMSERSO jest częściowo finansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego, częściowo przez Ministerstwo Pracy i Spraw Społecznych (El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) oraz Narodowy Instytut ds. Migracji i Usług Społecznych (Instituto Nacional de Migraciones y Servicios Sociales).

gają leczenia sanatoryjnego. Finansowany jest przez Ministerstwo Zdrowia i Polityki Społecznej (Ministerio de Sanidad y Política Social) poprzez IMSERSO, które corocznie rezerwuje miejsca w sanatoriach i uzdrowiskach na potrzeby uczestników programu.

3. Program Wyjazdów Turystycznych i Sanatoryjnych dla osób niepełnosprawnych (Turismo y Termalismo para Personas con Discapacidades), przeznaczony dla osób z upośledzeniem fizycznym i psychicznym (turnusy sanatoryjne trwają maksymalnie 12 dni).

4. Program Razem w Święta Bożego Narodzenia (Juntos en Navidad) – głównymi przesłankami wprowadzenia programu jest przeciwdziałanie samotności i izolacji społecznej wśród osób starszych. Program oferuje wyjazdy 8-, 10- i 15-dniowe w okresie świątecznym: od 22 grudnia do 7 stycznia; w skład pakietów turystycznych oprócz wycieczek krajoznawczych wchodzi również zabiegi uzdrowiskowe.

Projekt pilotażowy Europe Senior Tourism był skierowany do obywateli Unii Europejskiej w wieku powyżej 55 lat, którzy będą mogli spędzać wakacje w Hiszpanii poza sezonem turystycznym po preferencyjnych stawkach (część kosztów została pokryta przez rząd hiszpański oraz regiony autonomiczne: Andaluzję i Baleary). Program ten był realizowany od października 2009 r. do kwietnia 2010 r. Został skonstruowany w taki sposób, aby turyści korzystający z wyjazdu do Hiszpanii w ramach projektu otrzymali bardzo atrakcyjne warunki, również cenowe.

2.3. Włochy

Turystyka socjalna we Włoszech narodziła się pod koniec XIX w. wraz z pojawieniem się ruchów społecznych. Od lat 80. XX w. została włączona w kompetencje rządów regionalnych. Głównymi adresatami pomocy są: pracownicy najemni, młodzież, osoby starsze.

Do najważniejszych organizacji włoskich zaangażowanych w rozwój turystyki socjalnej, skierowanej przede wszystkim do warstw pracowniczych, należą: Federazione Italiana Tempo Libero (FITEL), powołana przez związki zawodowe, jak również Federazione Italiana de Turismo Sociale (FITUS), która została zainicjowana przez stowarzyszenia włoskie działające na rynku turystycznym.

Część działań z zakresu turystyki socjalnej, dotyczących turystyki młodzieżowej, skupiona jest wokół organizacji religijnych i świeckich.

Można do nich zaliczyć:

- Associazione Italiana Alberghi Della Gioventu – 8000 miejsc noclegowych,
- Centro Turismo Studentesco Giovanill – biuro podróży posiadające ponad 12 filii,
- Centro Italiano de Turismo Sociale – związane z Kościołem katolickim, skupiające 19 000 obiektów zakwaterowania oraz 190 000 miejsc noclegowych,
- Ente Turismo Educative Culturale – związane z Kościołem katolickim i współdziałające z ok. 70 różnymi organizacjami regionalnymi.

We Włoszech działają również organizacje, które zajmują się turystyką osób starszych, tj. Turismo Terza Etta, Consorzio Cooperative Vacanze y El Quarto Spazio (Muniz, Aquilar 2001, s. 93–95).

Głównymi instrumentami wspierania turystyki społecznej przez włoską administrację regionalną są:

- promowanie inwestycji w zakresie dofinansowywania przy tworzeniu infrastruktury turystycznej w wysokości od 8% do 50% wsparcia ze strony władz konkretnych regionów (tj. Emilia Romagna, Umbria), na mniejszą skalę rząd wspiera również inwestycje poprzez poręczenia kredytów;
- pomoc dla funkcjonowania organizacji zajmujących się turystyką socjalną w postaci dotacji z funduszy skierowanych na rzecz turystyki socjalnej i młodzieżowej (regionami, które korzystały głównie z tego typu wsparcia finansowego, są m.in. Sycylia i Piemont);
- stworzenie organizacji El Buoni Vacanze (zrzeszającej przedsiębiorstwa finansowe, firmy transportowe oraz dostawców usług turystycznych), zajmującej się dystrybucją dofinansowywanych bonów wakacyjnych dla obywateli Włoch; w Dzienniku Ustaw z 2 sierpnia 2010 r. został opublikowany dekret dotyczący procedury przyznawania *buoni vacanze* nie tylko obywatelom włoskim, ale także obywatelom UE oraz osobom spoza Unii, legalnie zatrudnionym we Włoszech; bony te są formą dodatku turystycznego, z którego można skorzystać poza sezonem, i skierowane są do rodzin o niskich dochodach rocznych; wielkość pomocy rządowej wynosi tu od 20% do 45% wartości usługi turystycznej³.

³ <http://www.naszswiat.net/ekspert-odpowiada/768-buoni-vacanze-gdzie-mona-je-otrzymac.html>.

W ramach turystyki socjalnej w 2008 r. we Włoszech na wakacje wyjechało ok. 1,4 mln osób, co stanowiło ok. 4,2% wszystkich wyjazdów turystycznych, z czego 338 000 wyjazdów zorganizowanych było przez CRAL, 315 000 przez organizacje kulturalne, 190 000 przez organizacje religijne, 130 000 przez kluby sportowe oraz 105 000 przez miejskie ośrodki kultury. Szacunkowy zysk z udziału tych osób w turystyce to ok. 1,3 bln euro (*Calypso study on social tourism – Italy 2010*, s. 1).

Do najciekawszych inicjatyw turystyki socjalnej we Włoszech zaliczyć można:

1. T.A.R.V. – programy turystyki społecznej przeznaczone dla osób niewidomych i niedowidzących (Sardynia), projekt finansowany przez ICT Technology District oraz władze lokalne, projekt umożliwia udział osób niewidomych w życiu kulturalnym i jednocześnie stwarza możliwość zapoznania ich z architekturą, historią i sztuką odwiedzanego regionu (*Calypso study on social tourism – Italy 2010*, s. 2–3).

2. Happy Age Tour-Operator – jest to portal związany z turystyką socjalną, który oferuje informacje oraz usługi z zakresu turystyki socjalnej.

3. Italia per tutti – inicjatywa zapoczątkowana w 1997 r. przez rząd włoski w ramach „Turystyki dla wszystkich”. Celem projektu jest upowszechnienie wśród osób niepełnosprawnych aktywnych form spędzania czasu wolnego poprzez turystykę przy wykorzystaniu istniejącej infrastruktury.

2.4. Portugalia

Rozwój turystyki socjalnej w Portugalii został zapoczątkowany w roku 1911, kiedy to zapis w konstytucji formalnie uznał stowarzyszenia miłośnictwa oraz wzajemnej pomocy jako organizacje aktywności społecznej. Dopiero jednak znaczące reformy w systemie socjalnym państwa wprowadzone po zakończeniu rewolucji goździków miały poważny wkład w rozwój turystyki socjalnej. Powołany został Instituto Nacional para Aproveitamento Dos Tempos Livres Dos Trabalhadores (INATEL), który zajął się aktywnością turystyczną, kulturalną, socjalną i sportową. Głównymi beneficjentami działalności INATEL są pracownicy, osoby starsze oraz młodzież.

Do podstawowych instrumentów wspierania turystyki socjalnej przez rząd należą:

1. Pomoc skierowana do grup oraz osób indywidualnych – od 1995 r. w Portugalii funkcjonuje program turystyki socjalnej adresowany do osób starszych Turismo para a 3 Idade, oparty na wzorcach hiszpańskich i brazylijskich. Głównym jego celem jest integracja mieszkańców kraju oraz jego kultury (imprezy organizowane poza sezonem turystycznym). Władze portugalskie dofinansowują ok. 50% kosztów wyjazdu, obejmujących koszty usług transportowych, pobytu, udziału w wydarzeniach kulturalnych, pomocy medycznej oraz ubezpieczeń – Turismo Senior.

2. Zarządzanie infrastrukturą turystyczną – za pośrednictwem INATEL zarządzanych jest ok. 14 centrów wakacyjnych (ok. 4100 miejsc) oraz trzy ośrodki campingowe na 8000 osób, które są dostępne dla osób zrzeszonych oraz niezrzeszonych w INATEL (Muniz, Aquilar 2001 s. 97).

Dzięki działalności publicznej rozwiniętej przez INATEL osoby pracujące mogą skorzystać z dostępnych ofert, płacąc w biurach podróży za usługi turystyczne niższe ceny, niż te oferowane na rynku. Do biur podróży współpracujących z INATEL-em zaliczyć można Agiturismo czy UGTour współpracujące ze związkami zawodowymi, odpowiednio CGTP oraz UGT.

Drugim ważnym beneficjentem działań związanych z turystyką socjalną jest młodzież. W Portugalii funkcjonuje wiele schronisk młodzieżowych (ok. 1000 miejsc noclegowych), biur podróży, tj. Turicoop y Sol d'arte, są też liczne organizacje kościelne (700 miejsc noclegowych) i świeckie współpracujące przy organizacji wyjazdów młodzieżowych.

Obecnie INATEL oferuje kilka programów turystyki socjalnej przeznaczonych dla różnych grup docelowych, tj.: dzieci i młodzieży, osób starszych, osób niepełnosprawnych oraz rodzin w trudnej sytuacji ekonomicznej. Wśród najważniejszych wymienić należy:

1. Turismo Senior – program rządowy skierowany do osób powyżej 60 roku życia wraz z osobą towarzyszącą i oferujący 7-dniowe wyjazdy turystyczne.

2. Turismo Solidario – wyjazdy turystyczne dla rodzin.

3. Saude e Termalismo Senior – 2-tygodniowe wyjazdy sanatoryjne dla osób po 60 roku życia (60+ Nunca E Tarde Para Descobrir Acores)⁴.

⁴ <http://www.inatel.pt>.

Do państw, których rządy są umiarkowanie zaangażowane w rozwój turystyki społecznej, zaliczyć można Niemcy, Danię czy Holandię.

2.5. Niemcy

Aktualny model funkcjonowania turystyki społecznej w Niemczech jest zdecentralizowany – ma charakter zapomogowy związany z podziałem terytorialnym na kraje związkowe (landy). Rząd federalny działa jedynie uzupełniająco, wspierając programy skierowane do rodzin. Środki finansowe i pomoc państwa pośrednio przeznaczone na rozwój turystyki socjalnej pochodzą z następujących źródeł:

- funduszy przeznaczonych na rozwój turystyki oraz promowania jej wśród wszystkich warstw społecznych,
- funduszy regionalnych służących do niwelacji dysproporcji regionalnych,
- funduszy na cele społeczne, a także
- funduszy kierowanych na wsparcie młodzieży.

Do głównych beneficjentów turystyki socjalnej zaliczyć można rodziny w trudnej sytuacji społecznej i ekonomicznej, a także dzieci i młodzież. Działająca w tym obszarze organizacja pod nazwą: Arbeitskreis für Familienerholung zarządza 72 stowarzyszeniami oraz posiada 21 000 miejsc noclegowych. Jednak zasadniczą funkcją tej organizacji jest pomoc w przygotowaniu wyjazdów turystycznych rodzinom wielodzietnym, rodzinom z osobami niepełnosprawnymi oraz rodzicom samotnie wychowującym dzieci.

W Niemczech od 1909 r. funkcjonuje również organizacja zrzeszająca sieć schronisk młodzieżowych, skupiająca ok. 1700 obiektów. Ponadto niemieckie związki zawodowe w 1926 r. zaczęły organizowanie wyjazdów dla pracowników. Skala ich działania zwiększyła się po II wojnie światowej. Do najważniejszych związków zawodowych, które aktywnie promowały turystykę socjalną, zaliczyć można: GdET (pomoc dzieciom i młodzieży w organizacji transportu oraz zakwaterowania), IG Bau Steine-Erden (posiadające tereny wakacyjne) oraz DGB, która założyła w 1960 r. touroperatora DGB/Freizeitwerk E.V. (Muniz, Aquilar 2001, s. 99).

W organizację wyjazdów dla swoich pracowników zaangażowane są również Deutsche Postwerkschaft oraz Gewerkschaft der Eisenbahner.

Mimo iż Niemcy nie należą do państw silnie interweniujących w rozwój turystyki socjalnej, administracja publiczna wspiera ją przy wykorzystaniu następujących instrumentów:

1. Promocja inwestycji – z pomocy tej korzystają przede wszystkim organizacje pożytku publicznego, które otrzymują dofinansowanie przy budowie infrastruktury turystycznej z funduszy regionalnych i federalnych. Pierwszeństwo przy otrzymywaniu tego typu dopłat mają organizacje działające na terenie dawnego NRD.

2. Dopłaty do wyjazdów turystycznych dla osób oraz grup docelowych: rodzin wielodzietnych, rodzin z dziećmi niepełnosprawnymi oraz osób samotnie wychowujących dzieci. Pomoc w tych przypadkach kierowana jest za pośrednictwem instytucji charytatywnych. Tymczasem rząd federalny zapewnia pomoc młodzieży za pośrednictwem stowarzyszeń młodzieżowych.

3. Marketing turystyczny – działania rządu federalnego skupiają się na wsparciu finansowym promocji i reklamy organizacji zajmujących się turystyką socjalną. Niemiecki rząd przyczynił się do publikacji przewodników *Familienferienverzeichnis* i *Familienferienstätten Gemeinnützige*, jak również katalogów z ofertami wakacyjnymi dla rodzin oraz osób niepełnosprawnych. Istnieją dotacje na szkolenia oraz podnoszenie kwalifikacji kadry zarządzającej przedsiębiorstwami oraz organizacjami. Należy jednak zauważyć, iż plan ten nie zawiera szczególnego wsparcia dla zajęć rekreacyjnych i turystycznych, a większość planowanych działań odnosi się do wymiany doświadczeń oraz spotkań z młodzieżą.

2.6. Dania

Struktury administracyjne Danii nie angażują się w promocję ani rozwój turystyki socjalnej, a inicjatywy lokalne, a także mechanizmy interwencji państwa są relatywnie niewielkie. Głównym beneficjentem turystyki socjalnej w Danii ze względu na mocną w tym kraju pozycję związków zawodowych są pracownicy.

Największe znaczenie dla rozwoju turystyki społecznej ma Dansk Folke Ferie, skupiająca się wokół związków zawodowych oraz organizacji samorządowych. Zarządza ona ok. 12 000 obiektami oraz prowadzi działalność jako touroperator. Organizacja ta finansowana jest z fun-

duszy związkowych, a także za pośrednictwem agendy państwowej – Arbejdsmarkedets Ferie Fond (Muniz, Aquilar 2001, s. 102).

W Danii istnieje wiele organizacji młodzieżowych, np. Denmarks Vandrehjem, Landsfooreningen Ung Domsrigen oraz Hebergs Rigen, oferujących produkty turystyczne.

Ponadto na rynku duńskim działa również organizacja wspierająca turystykę osób starszych Pensionnisterne Sanvirke oraz organizacja reprezentująca interesy osób niepełnosprawnych – Landsforeningen Af Vanfore Blindesamfund.

Instrumenty wspierania turystyki socjalnej są szczątkowe. Jedną z najważniejszych inicjatyw na rzecz wspierania turystyki socjalnej jest utworzenie Funduszu Wakacji Pracowniczych (w 1974 r.), z którego wpływów finansowane są wyjazdy turystyczne i wakacyjne pracowników. Kwoty, którymi dysponuje fundusz, pochodzą z kwartalnych płatności dokonywanych przez pracodawców w wysokości 12,5% wynagrodzenia każdego pracownika. Środki te następnie są inwestowane przez rząd w produkty finansowe. Zysk z zainwestowanego kapitału stanowi istotną część funduszu wyjazdów wakacyjnych, który ułatwia kredytowanie turystyki socjalnej. Osoby starsze oraz niepełnosprawne w Danii korzystają ze zniżek na usługi transportowe.

W Unii Europejskiej istnieją także państwa, które nie prowadzą odrębnej polityki wspierającej dostęp do udziału w turystyce oraz życiu towarzyskim osób znajdujących się w trudnej sytuacji ekonomicznej. Działania w tych krajach zorientowane są głównie na wprowadzanie udogodnień administracyjnych dla funkcjonowania organizacji społecznych.

Do takich krajów zaliczyć można Wielką Brytanię, Irlandię, Luksemburg, Austrię, Szwecję oraz Finlandię.

2.7. Wielka Brytania

Turystyka w Wielkiej Brytanii zaczęła rozwijać się w XIX w., kiedy to w 1857 r. powstał British Alpin Club. Jednak turystyka społeczna zaczęła rozwijać się dopiero w XX w. za pośrednictwem stowarzyszeń, spółdzielni, związków zawodowych oraz organizacji religijnych. Od początku rządy brytyjskie nie wyróżniały turystyki socjalnej jako osobnej formy turystyki, wymagającej odrębnego zarządzania.

Działania państwa koncentrują się głównie na przekazach środków finansowych do budżetów władz lokalnych, usług socjalnych oraz stowarzyszeń o charakterze charytatywnym działających w sferze turystyki socjalnej. Największe kompetencje w dziedzinie turystyki socjalnej mają County Councils.

Wśród organizacji publicznych, które finansują zajęcia sportowe oraz turystyczne, wyróżnić należy Youth Exchange Centre (YEC). Do organizacji prywatnych prowadzących działalność na rzecz osób niepełnosprawnych zaliczyć można RADAR oraz Holiday Care Service. Ich działania związane są głównie z informacją i promocją turystyki.

Do ważniejszych organizacji młodzieżowych zaliczyć można Youth Hostel Association (YHA), zrzeszającą właścicieli i administratorów schronisk młodzieżowych na terenie Wielkiej Brytanii (15 000 miejsc noclegowych) (Muniz, Aquilar 2001, s. 106). Funkcjonują tam również liczne organizacje kościelne, np. Scripture Union Schools czy YWCA.

Związki zawodowe nie odgrywają dużej roli we wspieraniu rozwoju turystyki społecznej. Istnieją jednak organizacje charytatywne, np. Family Welfare Association, Family Holiday Association, które promują turystykę dla rodzin.

Family Holiday Association koncentruje się na pomocy w organizacji wyjazdów wakacyjnych rodzin o niskich dochodach, które posiadają przynajmniej jedno dziecko w wieku poniżej trzech lat. Organizacja ta promuje wyjazdy 1–4 dniowe. Rocznie z jej pomocy korzysta ok. 1500 rodzin (*Calypso study – compendium of good practices* 2010, s. 5–6).

Interwencja oraz zaangażowanie władz publicznych w Wielkiej Brytanii jest znikome i wyraża się w dwóch typach działań:

- wsparcie funkcjonowania organizacji *non-profit* działających na rynku turystyki społecznej w obszarze nakierowanym na grupy mające utrudniony dostęp do usług turystycznych,
- zwolnienia podatkowe – organizacje *non-profit*, które otrzymują dofinansowania oraz dotacje mogą również korzystać ze zwolnień podatkowych.

2.8. Austria

Historia rozwoju turystyki socjalnej w Austrii rozpoczyna się z 1895 r., kiedy to w Wiedniu utworzono Międzynarodową Unię Przyjaciół Natury.

Obecnie interwencja państwa przy wspieraniu tej formy turystyki jest niewielka i skierowana głównie do organizacji *non-profit*. Istnieją również różne organizacje prywatne, finansowane z dotacji oraz subwencji.

Ze względu na odrębne uregulowania prawne między krajami związkowymi, brakuje centralnej polityki w sprawie turystyki socjalnej. Współczesna organizacja oraz struktura turystyki społecznej w Austrii przedstawia się następująco:

1. Federalne Ministerstwo ds. Gospodarki, Rodzin i Młodzieży (BMWFJ) – z uwagi na niezależną politykę dziewięciu krajów związkowych ministerstwo nie prowadzi skoordynowanych działań w zakresie turystyki socjalnej, jest jednak inicjatorem niektórych programów skierowanych do dzieci i młodzieży oraz do osób niepełnosprawnych.

2. Wirtschaftskammer Österreich (Austriacka Federalna Izba Ekonomiczna) – reprezentuje interesy ok. 400 000 przedsiębiorców austriackich działających w przemyśle turystycznym (restauracje, biura podróży, hotele) i posiada ok. 91 700 stałych członków. Organizacja ta promuje turystykę socjalną w ramach programu Calypso (*Calypso study on social tourism – Austria* 2010, s. 4).

3. Federalne Ministerstwo Pracy, Spraw Społecznych oraz Ochrony Praw Konsumenta (BMASK) – na szczeblu krajowym jest odpowiedzialne za sprawy osób starszych oraz niepełnosprawnych. Interesy dorosłych osób niepełnosprawnych wspiera także Bundessozialamt (Federalna Administracja Społeczna) (*Calypso study on social tourism – Austria* 2010, s. 2–3).

Interesy rodzin reprezentowane są przez Krajową Unię ds. Rodzin (Familienbund). Do dwóch głównych związków wspierających sprawy osób starszych zaliczyć można Pensionistenverband oraz Seniorenbund.

W Austrii funkcjonuje też sieć schronisk młodzieżowych Österreichisches Jugendherbergswerk, które od 1994 r. są dofinansowywane ze źródeł Federalnego Ministerstwa ds. Gospodarki, Rodzin i Młodzieży.

Jednym z głównych beneficjentów ze względu na działalność związków zawodowych turystyki społecznej są również pracownicy. Pozwoliło to na stworzenie projektu: Sotur-Austria, organizacji *non-profit*, działającej z Österreichischer Gewerkschaftsbund, który dysponuje trzema ośrodkami wakacyjnymi.

Do najciekawszych rozwiązań z zakresu turystyki socjalnej można zaliczyć:

1. Familienpass – vouchery przeznaczone dla rodzin z dziećmi, umożliwiające zakup różnych usług po obniżonych cenach. Vouchery te zostały wprowadzone przez kraj związkowy Dolną Austrię i są wydawane obecnie w czterech landach, a od 2002 r. projekt ten rozszerzył się również na teren Czech (Vysočina).

2. Turystyka dla osób starszych – w Austrii funkcjonują wyspecjalizowane biura podróży zajmujące się organizacją wyjazdów dla seniorów, są to: SeniorenReisen Austria oraz Pensionistenverband.

3. Urlaub am Bauernhof – jest to stowarzyszenie promujące turystykę wiejską. Jego członkami jest ok. 3000 gospodarstw wiejskich i farm. Organizacja oferuje usługi adresowane do dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych, jak również „wyjazdy tematyczne” (*Calypso study on social tourism – Austria 2010*, s. 3).

3. Podsumowanie

Podsumowując przedstawione informacje, należy stwierdzić, że kraje Unii Europejskiej wprowadziły bardzo różne rozwiązania dotyczące rozwoju i funkcjonowania turystyki socjalnej. Sposoby podejścia do tej formy turystyki uzależnione są przede wszystkim od uwarunkowań historycznych oraz zamożności poszczególnych społeczeństw. Cechą wspólną podejmowanych działań jest objęcie pomocą wyselekcjonowanych grup społecznych, tj. rodzin o niskich dochodach, młodzieży, osób niepełnosprawnych oraz osób starszych.

W ostatnim czasie na poziomie UE podjęto próbę wprowadzenia europejskiej platformy w dziedzinie turystyki socjalnej, która mogłaby posłużyć m.in. do:

- upowszechnienia i poszerzenia zakresu istniejących programów oraz liczby osób korzystających z turystyki socjalnej w całej Europie,
- wykorzystania międzynarodowego wymiaru istniejących programów poprzez realizację programów współpracy dwustronnej i wielostronnej,
- wspierania stopniowej realizacji ogólnoeuropejskiej turystyki socjalnej, w której uczestniczyć będzie jak największa liczba państw.

Do potencjalnych entuzjastów i uczestników takiego przedsięwzięcia można zaliczyć:

- organizacje, które zarządzają obecnie programami turystyki socjalnej w państwach członkowskich,

- organizacje związkowe i spółdzielnie zainteresowane realizacją programu,
- pracodawców z jak najszerzej rozumianej branży turystycznej, zainteresowanych poprawą rentowności swoich przedsiębiorstw w sposób trwały,
- władze krajowe, regionalne i lokalne zainteresowane rozwojem gospodarczym i promocją regionu.

Gotowość władz Unii Europejskiej do ewolucyjnego objęcia turystyki społecznej interwencją działań wspólnotowych umożliwić może w najbliższej przyszłości wprowadzenie do strumienia ruchu turystycznego jeszcze większej liczby obywateli UE, może również poprawić ich komfort życia, a to niewątpliwie będzie skutkowało podniesieniem świadomości obywatelstwa europejskiego.

Literatura

- Buenas Practicas de Gestion de Turismo Social – Experiencias Iberoamericanas*, 2008, Ministerio de Industria Turismo y Comercio, Madryt.
- Calypso study – compendium of good practices*, 2010, Ramboll.
- Calypso study on social tourism – Austria, Country report*, 2010, Ramboll.
- Calypso study on social tourism – France, Country report*, 2010, Ramboll.
- Calypso study on social tourism – Italy, Country report*, 2010, Ramboll.
- Muniz, Aquilar D., 2001, *La politica de turismo social*, Junta de Andalucia, *Consejeria de turismo y deporte*, Universidad de Malaga.

Strony internetowe

- <http://www.inatel.pt> (11.09.11).
- <http://www.fhaonline.org.uk/> (12.09.11).
- <http://www.naszswiat.net/ekspert-odpowiada/768-buoni-vacanze-gdzie-mona-je-otrzymać.html> (10.09.11).
- <http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/243022.html> (10.09.11).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Piotr Geise*

NIEMIECKIE DOŚWIADCZENIA I ROZUMIENIE TURYSTYKI SPOŁECZNIE ZAANGAŻOWANEJ

1. Wstęp

Z uwagi na dużą mobilność niemieckiego społeczeństwa, w którym ok. 70% populacji powyżej 14 roku życia odbyło w 2010 r. minimum jedną podróż turystyczną nie krótszą niż pięć dni, oraz największą w Europie liczbę biur podróży¹ należy uznać Niemcy za najważniejszy rynek turystyczny na Starym Kontynencie. Już choćby z tego powodu warto analizować niemiecką prasę branżową adresowaną w głównej mierze do pracowników biur podróży czy też obiektów noclegowych. Artykuły zamieszczone w Travel One (dwutygodnik) i Touristik Aktuell (tygodnik) stały się przyczynkiem do próby rekapitulacji niemieckiego postrzegania i rozumienia zagadnienia turystyki społecznie zaangażowanej.

Prasa branżowa z jednej strony jest bowiem pośrednikiem w przekazywaniu i informowaniu pracowników (biur podróży czy też hoteli) o innowacjach, a z drugiej strony kreuje nowe trendy w turystyce. Praktycznie od ostatniej dekady ubiegłego wieku istnieje w niemieckim dyskursie pojęcie turystyki, czy też dokładniej rzecz ujmując turystycznych projektów społecznie zaangażowanych, których jednak nie powinno i nie można utożsamiać z turystyką społeczną. Biorąc pod uwagę specyfikę

* Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, 61-871 Poznań, ul. Królowej Jadwigi 27/39, e-mail: piotr.geise@gmail.com.

¹ Mimo iż procentowo w ostatniej dekadzie odnotowano spadek aż o 90%, to nadal w liczbach bezwzględnych jest tego typu obiektów przeszło 10 tys. (zob. Aschenbach 2011).

branżowej prasy, która skierowana jest do pracowników aktywnych zawodowo w turystyce, trudno by szukać w wymienionych tytułach informacji o turystyce dotowanej, subwencjonowanej, która to cecha jest jednym z głównych wyznaczników turystyki społecznej (zob. m.in. Stasiak 2010, Włodarczyk 2010).

Prezentowane w analizowanej tu prasie turystycznej spojrzenie na zagadnienie turystycznych projektów społecznie zaangażowanych jest też rozbieżne przykładowo od takiej wizji, w której turystykę społeczną charakteryzuje się m.in. jako: „podróże pozbawione formalnego dofinansowania, ale z założenia przygotowywane w celu osiągnięcia w pierwszym rzędzie efektów społecznych, a nie ekonomicznych (...). Ich organizatorzy, mając na uwadze ważny cel społeczny, eliminują zupełnie lub istotnie ograniczają swój zysk” (Stasiak 2010, s. 53).

Przedstawiona dalej próba analizy bardziej jest bliska problemowi, który zasygnalizował B. Włodarczyk (2010, s. 28): „jak uczą aktualne doświadczenia, turystykę społeczną (w rozumieniu jej efektów) organizują także podmioty komercyjne upatrujące w pośredniczeniu między sponsorem a turystą konkretnych korzyści finansowych”. Jednak założeniem czynionych tu refleksji jest fakt, iż jednym z efektów turystycznych projektów społecznie zaangażowanych (takie sformułowanie zdaje się być bardziej adekwatne do niniejszej problematyki) są również te przejawy mniej czy bardziej komercyjnej działalności turystycznej, które prowadzą do poprawy jakości życia mieszkańców przyjmujących (pośrednio lub bezpośrednio) na swym terenie turystów. Autor jest świadom ograniczeń wynikających z rozmiarów publikacji, dlatego skupia się tylko na prezentacji, a nie recepcji przykładów i ofert odnoszących się do potencjalnych korzyści, jakie tego typu społeczne zachowania w turystyce mogą przynieść poszczególnym rynkom recepcyjnym.

2. Społeczna świadomość niemieckiego turysty

Wszechobecne, i to nie tylko w turystyce, procesy globalizacyjne sprawiły, iż co najmniej od ćwierćwiecza poczęto snuć refleksje, które byłyby zdolne wprowadzić w życie alternatywne idee, będące w opozycji do głównego i masowego nurtu ludzkich społecznych zachowań. Jednym

z przejawów takiego nowego spojrzenia w turystyce były postulaty Josta Krippendorfa odnoszące się do założeń tzw. turystyki łagodnej, czy też turystyki zrównoważonej (Ostrowski 1984). Miała się ona stać „lekarstwem” zarówno dla coraz bardziej ulegającego degradacji środowiska naturalnego, jak i też miała z należnym szacunkiem traktować miejscową społeczność goszczącą na swym terenie turystów. Najogólniej można stwierdzić, iż ta łagodna turystyka nie miała prowadzić do degradacji środowiska naturalnego i społeczno-kulturowego. Jednak doświadczenia i praktyka działalności branży turystycznej na świecie sprawiły, iż cenne uwagi szwajcarskiego badacza poczęto uważać za pewien postulowany typ idealny zachowań turystycznych (Wöhler 2001) lub wręcz za przejaw mitu w odniesieniu do naukowych postulatów (Woźniak 2007).

Potwierdzeniem słuszności przytoczonych poglądów mogą być wyniki badań niemieckiego instytutu GIK, zajmującego się badaniem oczekiwań konsumenckich, które opublikowano w 2009 r. Wynika z nich, iż tylko 20% respondentów deklaruowało bycie otwartym na problemy środowiska oraz problemy socjalne gospodarzy – badanie dotyczyło preferencji niemieckich turystów (*Konsumentenerwartungen hinsichtlich Corporate Social Responsibility* 2009).

Trzeba jednak zdawać sobie sprawę, iż deklaracje badanych nie są równoznaczne z chęcią ponoszenia zwiększonych kosztów ofert turystycznych w określonej i wybranej przez siebie urlopowej destynacji. Wszak niejednokrotnie badania socjologiczne, jak i różnego rodzaju sondaże opinii publicznej (i nie dotyczy to tylko problematyki turystyczno-urlopowej) wskazywały na rozbieżność między deklarowanymi opiniami badanych a ich rzeczywistym postępowaniem (z reguły ma to miejsce w przypadku, gdy pytanie dotyczy bezpośrednich zachowań i postępowania pytanego, a zwłaszcza gdy dotyczą one sfery ekonomicznej oraz etycznej). Cena oferty oraz prawdopodobieństwo sprzyjających warunków pogodowych w miejscu wypoczynku to zasadnicze kryteria wyboru wakacyjnej destynacji.

Cytowane badania potwierdziły, iż ofertą turystyki zrównoważonej oraz społecznie zaangażowanej w pierwszej kolejności zainteresowane są osoby z wyższym wykształceniem i wyższymi, ponad średnią krajową, dochodami. Pozostałe osoby (biorąc pod uwagę ich status społeczny i pozycję materialną) godziłyby się na „wmontowanie” elementów związanych przede wszystkim z troską o poprawę i ochronę środowiska natu-

ralnego i klimatu, w przypadku gdyby w znaczący sposób nie wpłynęło to na zwiększenie kosztów danej usługi czy oferty turystycznej.

Pomne powyższych doświadczeń, kolejne zespoły badawcze wołały opracować typologię turystów, biorąc pod uwagę ich stosunek do turystyki zawierającej przejawy społecznego zaangażowania. Z przeprowadzonych w 2010 r. badań (*Sparkassen Tourismusbarometer Deutschland 2010*) wynika, iż najwięcej wśród badanych jest zarówno „sympatyków”, jak i „niezdecydowanych” (by wybrać i skorzystać z takiej oferty) – odpowiednio 40% i 30%. Prawie tyle samo, czyli niemal co 10 z badanych uważa się za „obojętnego” na tego typu ofertę (8%) lub „wymagającego”, czyli gotowego do skorzystania z oferty, pod warunkiem, iż nie wpłynie to na zwiększenie kosztów jego pobytu w miejscu wypoczynku (9%). Jedynie co ósmy biorący udział w badaniu (13%) uważa siebie za „świadomego”, tzn. takiego, który świadomie i celowo wybrałby ofertę z segmentu turystyki zawierającej w sobie elementy społecznie zaangażowane. Ta ostatnia kategoria turystów, co jest logiczne, daje przyzwolenie na poniesienie dodatkowych kosztów oferty urlopowej, które będą docelowo przeznaczone na projekty związane czy to z ochroną środowiska, czy też poprawą warunków życiowych miejscowej ludności.

Jako uzupełnienie tych wyników warto przytoczyć dane z połowy ubiegłej dekady, których celem było wykazanie preferencji prospołecznych turystów wybierających usługi z zakresu turystyki kulturowej i czynnego wypoczynku w naturze w porównaniu z ogółem turystycznej populacji (Götz, Seltsmann 2006). Symptomatyczny jest fakt, który w jakimś sensie powinien uzmysłwić pozycję tego typu ofert komercyjnych na rynku turystycznym (tym bardziej niemieckim, mimo kryzysu i tak prężnym). Otóż tylko 12%, czyli co ósmy korzystający z ofert turystyki kulturowej lub aktywnego wypoczynku w naturze był skłonny ponieść wyższe koszty związane z pobytem i organizacją wypoczynku w wybranej przez siebie destynacji (mowa o zwiększonych kosztach, które wynikają z projektów dotyczących ochrony środowiska naturalnego lub społecznie zaangażowanych projektów skierowanych do miejscowych gospodarzy). To przyzwolenie na podwyższenie kosztów jest i tak dwa razy większe, niż w przypadku ogółu badanych, gdzie tylko 6%, czyli prawie co 17 respondent, zgodziłoby się na wyższe opłaty, gdyby wybrane przez nich oferty zawierały w sobie założenia turystyki zrównoważonej lub projekty prospołeczne.

Reasumując, przytoczone dane wskazują na dużą rozbieżność między deklaracjami proekologicznymi i prospołecznymi a realnymi poczynaniami turystów. I to bez względu na to, czy są to turyści *en block*, czy też ci, których stereotypowo zwykło się uważać (lub wręcz oni sami się za takowych uważają) za tych lepszych, wybranych, czyli nie turystów masowych, lecz tych, którzy preferują turystykę kulturową i „łagodny” oraz aktywny wypoczynek w naturze.

Analiza cytowanych wyników badań pośrednio daje odpowiedź na recepcję komercyjnych ofert niemieckich touroperatorów. Wskazuje tym samym, iż tego typu działalność jest propozycją niszową, która nie zawsze spotyka się z akceptacją klienta, którego – zarówno finansowo, jak i z powodu jego pozycji zawodowej i zdobytego wykształcenia – byłoby stać na skorzystanie z ofert prospołecznie zorientowanej turystyki. Dlatego nie powinien dziwić fakt, iż na przestrzeni ostatnich 2,5 lat ukazało się zaledwie kilka artykułów w turystycznej prasie branżowej, które w bezpośredni sposób odnoszą się do omawianych tu projektów turystyki społecznie zaangażowanej.

3. Społecznikowskie spojrzenie niemieckich podmiotów turystycznych

Byłoby truizmem twierdzić, iż turystyka z elementami społecznymi spełnia wymogi ogólnej definicji zrównoważonego rozwoju. Zgodnie z wykładnią Światowej Komisji ds. Środowiska i Rozwoju, za zrównoważony rozwój uznaje się ten, „który pozwala na zaspokojenie potrzeb obecnie żyjących, nie pozbawiając tych możliwości przyszłych pokoleń” (Gembarczyk 2003, s. 33). Wynika z tego, iż troska o ekosystem destynacji, jak i o zamieszkujących ten teren gospodarzy może być pojmowana jednocześnie jako przejaw zrównoważonego rozwoju w turystyce, ale też również jako działalność natury społecznikowskiej. Szczególnie, gdy ma to miejsce (tzn. wizyta i pobyt turysty) w małych grupach, które tym samym nie powodują znacznej ingerencji w odwiedzane środowisko naturalne i kulturowe.

Znamienne jest, iż wśród 20 największych niemieckich podmiotów turystycznych (touroperatorzy, branża hotelowa) nie ma ani jednego, który mógłby się w znacznym stopniu poszczycić osiągnięciami w zakre-

sie turystycznych projektów społecznie zaangażowanych (Monshausen, Fuchs 2009).

Badania dotyczyły firm niemieckich. TUI, o której wspomina się dalej, jak wiadomo ma niemiecki rodowód (rok założenia 1968), obecnie jest jednak przedsiębiorstwem międzynarodowym i największą turystyczną korporacją świata. TUI powołało w 2009 r. stowarzyszenie Futourist e.V., które w założeniu ma być nie tylko przedsiębiorstwem jednoczącym podmioty zrzeszone w tym konsorcjum, ale również branżową inicjatywą na rzecz propagowania i wspierania inicjatyw i projektów społecznie zaangażowanych, działających na terenie destynacji znajdujących się w ofercie biur touroperatorów. Dlatego stowarzyszenie chętnie wspiera projekty z zakresu ochrony środowiska (m.in. na Wyspach Zielonego Przylądka) czy też inicjatywy zmierzające do aktywizacji zawodowej miejscowych grup wykluczenia (bezrobotne kobiety w RPA i w Turcji). Każdy z członków należących do inicjatywy Futourist e.V. płaci roczną składkę w wysokości 135 000 euro. W planach jest wspieranie wyposażenia i budowa wiejskich szkół, przedszkoli i innych placówek wychowawczych dla dzieci i młodzieży w krajach rozwijających się (Schmicke 2009).

Jednak nie trzeba zapominać i powinno się zdawać sprawę z tego, iż projekty społeczne stanowią ledwie znikomą procentowo część ogólnej działalności i tym samym dochodów dużych podmiotów turystycznych. Wszak TUI czy też Thomas Cook większość swych dochodów pozyskują z turystyki masowej, której raczej daleko jest do zasad postulowanych chociażby przez Josta Krippendorfa, czy też tych, którym są bliskie projekty społecznie zaangażowane. Poza tym większość klientów tych dużych graczy na rynku turystycznym nie ma nawet pojęcia, iż część ich dochodów jest przeznaczana na pewne cele dobroczynne. Wszak turysta, dokonując zakupu oferty, nie jest informowany i tym samym nie ma świadomości, iż jakiś procent z jego pieniędzy wpłacanych za pobyt w określonym miejscu wypoczynku jest przeznaczany na wspomniane projekty społeczne. Przeznaczanie środków finansowych dla potrzebujących wynika nie tylko z wrażliwości społecznej, ale również ze względów ekonomicznych – dzięki temu firmy odprowadzają mniejsze podatki.

Inną filozofię prezentuje z kolei biuro Marco Polo, które stworzyło ofertę skierowaną do osób w wieku 20–35 lat. Nazwano ją Marco Polo Young Line Travel. W czasie wakacyjnego objazdowego pobytu, np. w Wietna-

mie czy też w Indiach, w programie znajduje się jednodniowy pobyt w wiejskiej szkole, gdzie turyści wykonują prace remontowe lub porządkowe. Podobnie jest w przypadku inicjatywy GoXplore firmy Gebeco, która uprzedza swoich klientów, iż w czasie wakacyjnego pobytu w planie jest pięciodniowy pobyt w wiejskiej szkole na odwiedzanym terenie. Muszą oni być przygotowani na przekazanie tam na miejscu średnio 200 dolarów darowizny na rzecz odwiedzanej placówki, w której wykonują przez pięć dni darmową pracę (Ronge 2008).

W poprzednim rozdziale odnoszono się do badań dotyczących turystów kulturowych oraz tych preferujących aktywny pobyt w naturze. Do tej pierwszej kategorii zaliczyć można zwłaszcza specyficzny rodzaj turystyki, zwany w Niemczech *Studienreise*, czyli podróże studyjne (edukacyjne/kształceniowe). Są to profesjonalnie przygotowane podróże, w których w większości przypadków przewodnikami są osoby ze stopniem naukowym doktora, będące równocześnie specjalistami poszczególnych destynacji (geografowie, historycy, historycy sztuki, etnografowie itp.). Są to tym samym podróże z „wyższej półki” cenowej.

Już w 1996 r. Wikinger Reisen powołał do życia Fundację Georga Krausa, której motto brzmi: „Nie potrzebujemy projektów, które kosztują miliony, lecz miliony małych projektów, które ułatwią/poprawią sytuację życiową mieszkańców odwiedzanych miejsc”. Klienci przy zakupie oferty są informowani, iż część kosztów wyprawy przeznaczana jest na cele dobroczynne. W programie wyjazdu nie ma jednak wizyty turystów w danym, wspieranym przez firmę projekcie. Świadomie zrezygnowano z takich odwiedzin – turyści na miejscu są jedynie informowani, iż tu w pobliżu realizowany jest „ich” projekt. Szacunkowo co piąte euro z przychodu firmy przekazywane jest na rzecz fundacji, która tym sposobem utrzymuje sierocińce w RPA czy też zleca i nadzoruje budowę studni w brazylijskiej dżungli.

Odmienny model działania przyjął największy w Niemczech specjalista w segmencie podróży studyjnych Studiosus. W 2005 r. założył fundację, której głównym celem jest ochrona dziedzictwa kulturowego w krajach rozwijających się, czyli tam, gdzie w przeważającej mierze organizuje swe podróże. Jednym z takich projektów jest wspieranie przyklasztornej szkoły w Birmie. Przekazywane fundusze są później monitorowane, w jaki sposób są wykorzystywane (temu właśnie służą wizyty turystów, którzy naocznie mogą się przekonać, na co zostały przeznaczone).

czone datki wcześniejszych grup turystów). Z kolei w czasie pobytu w Turcji grupa turystów konsumuje obiad w restauracji należącej do wspieranej kobiecej organizacji, której celem jest aktywizacja zawodowa kobiet oraz kultywowanie lokalnych tradycji kulinarnych (Hirschel 2006).

Na koniec tego krótkiego przeglądu różnych form wspierania prospołecznych projektów w regionach odwiedzanych przez turystów, w tym przypadku niemieckich, warto odnotowania są dwa przykłady, które można by (ewidentnie) zakwalifikować do zrównoważonego i społecznie zaangażowanego luksusowego wypoczynku.

Portugalska sieć hotelowa Tivoli Hotels & Resorts w jednym z dwóch obiektów w Brazylii urządziła na terenie zamkniętego rezerwatu przyrody (na północy Brazylii) luksusowy obiekt wypoczynkowy Tivoli Ecoresort Praia do Forte. Wysokość wzniesionych budynków nie przekracza wysokości rosnących tam palm, a ekologiczne mydła i środki higieny osobistej nie prowadzą do zanieczyszczenia tamtejszego ekosystemu. Z kolei brak głośnego i gwarne go baru na przyhotelowej plaży korzystnie wpływa na żółwie, które niczym nie niepokojone mogą się zająć swoim potomstwem (Aschenbach 2011). Dodatkowym akcentem jest fakt, iż owi turyści, zaznający luksusowego wypoczynku, mają możliwość tzw. duchowej adopcji. Za stosowną opłatą (od ok. 300 euro wzwyż) można zaadoptować jednego zagrożonego żółwia. Datki przeznaczone są na utrzymanie danego zwierzęcia przez określony okres (z reguły jest to rok – później procedurę można odnowić).

Tego typu przedsięwzięcia są również organizowane na Seszelach, które uchodzą za synonim światowego turystycznego luksusu. Nie bez przyczyny w pismach branżowych Seszele i Malediwy reklamują się jako urzeczywistnienie raju na ziemi.

Przytoczony tu przykład wskazuje na zmieniające się trendy wśród klientów chcących wypoczywać w luksusowych warunkach. Otóż wyobrażenie luksusu uległo zmianie. Obecnie zamożni turyści przykładają zdecydowanie większą wagę do dbałości o środowisko przyrodnicze, by ich pobyt nie był ze szkodą dla gospodarzy i odwiedzanej destynacji. Zgodnie z danymi Centurion-Studie (badania przeprowadzono na zlecenie American Express Travel) 42% turystów z segmentu ofert luksusowych deklarowało chęć dbałości i nieingerowania w odwiedzane środowisko, również środowisko społeczno-kulturowe. Nie widzą przy tym nic niestosownego, iż biedni młodzi ludzie – jak to ma miejsce w luksu-

sowym ośrodku wypoczynkowym na terenie prywatnego rezerwatu przyrody w RPA – są po prostu ogrodnikami i służącymi, którzy usługują (dzięki finansowemu wsparciu owych luksusowych turystów) tym zasobnym przybyszom z Europy (Spohr 2008).

4. Podsumowanie

Jak wskazują niemieckie doświadczenia, rozumienie i postrzeganie problemu turystyki prospołecznej, które prezentuje tamtejsza branża turystyczna sprowadza się do faktu, iż organizator lub bezpośrednio sam turysta czyni pewne dobro dla odwiedzanej destynacji. Może to przybierać formę bezpośredniej pracy na rzecz lokalnej społeczności lub też bezpośredniego finansowego wsparcia istniejących tam na miejscu pewnych projektów, ale może też mieć formę pośrednią, kiedy turysta nie jest informowany, iż część z dochodów touroperatora przekazywana jest na cele dobroczynne.

Problematyczna pozostaje kwestia, czy wizyta (nawet i kilkudniowa) na terenie danego projektu rzeczywiście prowadzi do zmiany mentalności (z reguły zasobnych ekonomicznie) turystów, oraz czy tego typu wizyty w placówkach wspieranych finansowo prowadzą do prawdziwej wymiany kulturowej: rzeczywistego poznania i zrozumienia przez turystów sytuacji życiowej odwiedzanej społeczności. Rodzi się też pytanie: czy tego typu wizyty nie są „kupowaniem” przez turystów poczucia moralnego spokoju, iż uczynili coś pożytecznego na rzecz lokalnej (biednej, a przez to i społecznie wykluczonej) społeczności.

Opisywane przykłady społecznego zaangażowania się organizatorów usług turystycznych w większości przykładów opierają się na zaufaniu turystów, którzy wierzą, iż przekazane datki nie zostaną sprzeniewierzone (zarówno ze strony podmiotów turystycznych, jak i ze strony osób i podmiotów odpowiedzialnych za funkcjonowanie projektu tam na miejscu). Kupujący i korzystający z oferty usług turystycznych chce mieć pewność, ale też musi zostać przekonany, że jego zaangażowanie finansowe lub w postaci wykonanej pracy przyniesie korzyści lokalnej społeczności.

Patrząc na ten problem, trzeba stwierdzić, iż mimo wszystko lepszy wydaje się fakt, iż w ogóle podmioty turystyczne dostrzegają potrzebę

społecznego zaangażowania się w ochronę lokalnego ekosystemu i lokalnej społeczności. Należy ufać, iż opisane tu przykłady nie są tylko przejawem mody, takim samym, jak moda na ekologiczne odżywianie.

Optyzmizmem na pewno nie napawają śladowe w swej liczbie publikacje propagujące prospołeczne projekty turystyczne w bądź co bądź turystycznej prasie adresowanej do pracowników tej branży. Wszak na przestrzeni badanego okresu, tj. od stycznia 2008 r. do czerwca 2011 r. ukazało się w sumie pięć publikacji (do których odwołuje się autor w tym artykule). Nadto niemiecka prasa branżowa charakteryzuje się stosunkowo dużą częstotliwością ukazywania się i tym samym informowania pracowników branży turystycznej o nowych trendach w turystyce. I tak *Touristik Aktuell* jest tygodnikiem, a *Travel One* dwutygodnikiem. Symptomatyczny jest fakt, iż w tygodniku *Travel Talv*, który w podtytule jasno definiuje odbiorcę/czytelnika (*Das junge Wochenmagazin für Reiseverkäufer – Tygodnik dla młodych ekspedientów*), nie zamieszczono żadnego artykułu odnoszącego się do omawianej tu problematyki.

Bez wątpienia tego typu oferty nie należą ani do popularnych, ani do tanich. Jest to propozycja skierowana do niszowego i stosunkowo majątnego odbiorcy. Mimo wszystko ostatnie prasowe doniesienia wprowadzają nutę optymizmu. Przy okazji najbliższej edycji największych na świecie targów turystycznych ITB w Berlinie w marcu 2012 r. planowane jest bowiem przyznanie nagrody dla najbardziej aktywnego niemieckiego biura podróży za promocję (czyt. sprzedaż) ofert z zakresu turystyki prospołecznej (Mietke 2011).

Literatura

- Aschenbach P., 2011, *Sernice – Insel mit Erlebniswert*, *Touristik Aktuell*, 14–15.
- Gembarczyk U., 2003, *Program zrównoważonego rozwoju jako przykład wspólnej polityki społeczno-gospodarczej dla państw regionu Morza Bałtyckiego*, [w:] Sikora K., Makiela D. (red.), *Gospodarka turystyczna wobec integracji i rozszerzania się Unii Europejskiej*, WPSTiH, Bydgoszcz.
- Götz K., Seltmann G., 2006, *Urlaubs- und Reisetile-ein Zielgruppenmodell für nachhaltige Tourismusangebote*, ISOE-Studentexte, Nr. 12.
- Hirschel P., 2006, *Unternehmer mit sozialem Engagement*, *Travel One*, 1.11.
- Konsumentenerwartungen hinsichtlich Corporate Social Responsibility*, 2009, Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg.

- Mietke K., 2011, *Die grüne Chanie*, Travel One, 17.06.
- Monshausen A., Fuchs H., 2009, *Anspruch und Wirklichkeit von CSR im Tourismus*, [w:] Krause S., Ketten Y., Plume K. (red.), *Nachhaltigkeit auf der ganzen Linie?*, Euro-Business-College, Hamburg.
- Ostrowski S., 1984, *Josta Krippendorfa wołanie o nową światową politykę turystyczną*, Problemy Turystyki, 1–2.
- Ronge T., 2008, *Helfen im Urlaub*, Travel One, 26.11.
- Schmicke Ch., 2009, *Brancheninitiative für die Zielgebiete*, Travel One, 17.06.
- Sparkassen *Tourismusbarometer Deutschland*, 2010, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Berlin.
- Spohr S., 2008, *Mit Gutem Gewissen*, Travel One, 26.11.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna-próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Woźniak A., 2007, *Mit turystyki łagodnej*, [w:] Kazimierczak M. (red.), *Turystyka i podróżowanie w aksjologicznej perspektywie*, Wyd. AWF, Poznań.
- Wöhler K., 2001, *Tourismus und Nachhaltigkeit*, Aus Politik und Zeitgeschichte, B. 47.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Wacław Idziak*

TURYSTYKA SPOŁECZNA – NOWE ZNACZENIA I MOŻLIWOŚCI

1. Wstęp

W opracowaniu przedstawiono podstawowe definicje turystyki społecznej, odróżniając ją przy tym od turystyki socjalnej. Turystykę socjalną określono jako turystykę dotowaną i skierowaną do osób, które z różnych względów nie mogą sobie pozwolić na podróżowanie w celach turystycznych, natomiast do turystyki społecznej zaliczono takie formy turystyki, które są tworzone i zarządzane społecznie oraz służą wzmocnieniu kapitału społecznego. Korzyści z turystyki społecznej są w głównej mierze udziałem społeczności lokalnej obszaru recepcji.

Zarówno turystyka socjalna, jak i turystyka społeczna mają niewielki udział w ogólnie pojętej turystyce. Udział ten może być dalej minimalizowany ze względu na możliwe ograniczenia w dotowaniu działalności socjalnej oraz inicjatyw społecznych. Jedną z szans wsparcia obu tych form turystyki jest ich zintegrowanie.

Możliwe jest przygotowanie oferty turystyki społecznej dla „turystów socjalnych”. Turyści ci mogą być także uczestnikami procesu rozwoju lokalnego. Takie wnioski wynikają z quasi-eksperymentu społecznego, którego celem jest tworzenie wiosek tematycznych. Wnioski te mogą być przesłanką do zastanowienia się nad tym, jak z wydatków na pomoc socjalną uczynić inwestycję w rozwój lokalny i poprawę poziomu kapitału społecznego.

* Koszalińskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne, 75-415 Koszalin, Plac Polonii 1, e-mail: wisalix@poczta.onet.pl.

2. Turystyka społeczna i turystyka socjalna

Pojęcie turystyka społeczna jest wieloznaczne i trudne do zdefiniowania. B. Włodarczyk (2010, s. 34), analizując istniejące definicje turystyki społecznej, doszedł do konkluzji, że „Turystyka społeczna to rodzaj (forma) całkowicie lub częściowo finansowanej (dotowanej) zewnętrznie lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągania innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.).”

Według A. Stasiaka (2010, s. 51–52) „Za typową turystykę społeczną należy uznać wszystkie podróże turystyczne, które odbywają się dzięki różnym formom dofinansowania w celu osiągnięcia przede wszystkim świadomie zakładanych efektów społecznych (wyrównywania szans i wsparcia z różnych powodów upośledzonych grup społecznych oraz osiągnięcia korzystnych dla całego społeczeństwa celów). Przeciwnieństwem tak rozumianej turystyki społecznej jest turystyka realizowana na zupełnie komercyjnych warunkach (turystyka komercyjna)”.

Turystyka socjalna, najczęściej utożsamiana z turystyką społeczną, to według Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego „działalność organizowana w niektórych państwach przez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, której celem jest zapewnienie możliwości podróżowania jak największej liczbie osób, a w szczególności osobom należącym do najmniej uprzywilejowanych grup społeczeństwa”¹.

W określaniu turystyki służącej wyrównywaniu szans i częściowo lub całkowicie dotowanej pojawia się też problem natury lingwistycznej. Zamienne używa się tu słów „socjalna” i „społeczna”. B. Włodarczyk (2010, s. 25) dokonał porównania pól znaczeniowych obu tych słów i doszedł do wniosku, że słowo „społeczny” ma bardziej pozytywne konotacje, natomiast słowo „socjalny” „traktowane jest jako zapożyczenie, kalka językowa, termin przestarzały, nieatrakcyjny, zdewaluowany i mocno zamortyzowany psychologicznie”. Problem w tym, że słowo „społeczny” nie oddaje w pełni znaczenia czegoś, co jest dotowane i skierowane do grup

¹ Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie (2006).

upośledzonych. Mimo wszelkich zarzutów wobec słowa socjalny, wydaje się, że jest ono w tym kontekście bardziej odpowiednie.

Termin „turystyka społeczna” na określenie turystyki dotowanej i skierowanej do „upośledzonych grup społecznych”, można z tej perspektywy potraktować jako eufemizm wynikający z poprawności politycznej i obawy przed stygmatyzacją beneficjentów tego typu turystyki. Poszerzanie znaczenia słowa społeczny może mieć także związek z modą na „ekonomię społeczną”. Jest to także sposób na ładne nazwanie dotowania turystyki posezonowej skierowanej do osób powyżej 55 roku życia, np. w ramach programu Europe Senior Tourism (Śledzińska 2010, s. 66).

Kiedy turystyką socjalną nazwiemy turystykę dotowaną i skierowaną do osób, które z różnych względów nie mogą sobie pozwolić na podróżowanie w celach turystycznych, to co począć ze sformułowaniem turystyka społeczna? Wydaje się, że można go użyć do określenia takich form turystyki, które są tworzone i zarządzane społecznie. W tym ujęciu turystyka społeczna to turystyka uwzględniająca aspekt społeczny w takich obszarach, jak tworzenie oferty, zarządzanie ofertą, podział zysków, rodzaj oferty, rodzaj klientów, zachowanie się w stosunku do miejscowej ludności i jej kultury oraz do środowiska przyrodniczego, a także wkład twórców i odbiorców usług turystycznych w rozwój społeczno-gospodarczy i w solidarność społeczną.

W innym znaczeniu, mniej zorientowanym rynkowo, turystyka społeczna służy zacieśnianiu więzi społecznych, inaczej mówiąc budowaniu kapitału społecznego. Jest to turystyka organizowana i realizowana wspólnie przez daną społeczność lub na jej rzecz.

W turystyce określonej tu mianem socjalnej przeważa przedmiotowe traktowanie uczestników, odbiorców usług. W tym przypadku mamy do czynienia z popytowym podejściem do turystyki. Odbiorcy usług są klientami oferty tworzonej przez dostawców usług, jednak nie płacą sami za usługi lub pokrywają tylko część ich ceny. W turystyce społecznej przeważa podejście podmiotowe. Rozpatruje się ją najczęściej z punktu widzenia dostawców usług. Ważne jest przy tym to, że dostawcy ci kwalifikują się zwykle do grona potencjalnych odbiorców usług turystyki socjalnej. Jak na ironię losu mają przy tym niewielkie szanse, by się nimi stać. Dotyczy to w dużym stopniu mieszkańców peryferyjnych obszarów wiejskich, ale też niektórych kategorii mieszkańców miast, w tym szczególnie młodzieży z ubogich rodzin, bezrobotnych i rencistów (Stasiak 2011, s. 22).

3. Rodzaje turystyki społecznej

Najbardziej popularną formą turystyki społecznej jest turystyka oparta na lokalnej społeczności (ang. *community – based tourism* CBT) i zbliżone do niej takie formy turystyki, jak ekoturystyka oparta na społeczności lokalnej (ang. *community-based ecotourism* – CBET) oraz turystyka społecznościowa (ang. *community tourism*). Za pewną odmianę CBT uznać można także humanitarne i społecznie zaangażowane odmiany turystyki slumsowej (favelowej)².

CBT bierze pod uwagę dostarczycieli usług turystycznych i ich środowisko. W definicjach CBT podkreśla się najczęściej, że jest to turystyka zarządzana przez społeczności lokalne. Społeczności te aktywnie uczestniczą w tworzeniu oferty i jej obsłudze. Tego typu turystyka jest także elementem strategii rozwoju wykorzystującej lokalne zasoby przyrodnicze i kulturowe. Większość zysków z prowadzenia tego typu działalności pozostaje do dyspozycji przedstawicieli lokalnej społeczności (Braun 2008, s. 1–2).

CBT rozwija się szczególnie w Azji, Afryce oraz Ameryce Południowej i jest tam traktowana jako przeciwwaga przemysłu turystycznego prowadzonego przez firmy zagraniczne, zagarniające dla siebie większą część zysków i prowadzące do dalszego ubożenia miejscowej ludności (Puchnarewicz 2008, s. 9–10). Przykładem funkcjonowania CBT może być Kirgistan, gdzie jest ona zorganizowana w formie sieci i centralnie zarządzana³. Pojawiają się jednak głosy, że ten typ turystyki nie jest łatwy do wprowadzenia oraz że nie jest zbyt rentowny (Godwin, Santilli 2009, s. 36).

Według katalogu zasad przygotowanych przez organizację Tourism Concern, walczącą z negatywnym wpływem turystyki na społeczności lokalne, turystyka społeczna powinna⁴:

1. Być prowadzona z udziałem i za zgodą lokalnych społeczności – mieszkańcy powinni uczestniczyć w planowaniu i zarządzaniu.
2. Uwzględniać sprawiedliwy podział zysków z zagwarantowanym udziałem w nich lokalnej społeczności. Dodatkowym aspektem tej tury-

² por. <http://www.brazzil.com/component/content/article/232-may-2011/10480-rios-favela-tours-helpful-or-just-an-exercise-in-voyeurism.html>; <http://www.favelatour.com.br/>.

³ por. <http://www.cbtkyrgyzstan.kg/>.

⁴ <http://www.tourismconcern.org.uk/index.php?page=community-tourism>.

styki powinny być projekty społeczne (zdrowie, szkoły, poprawa infrastruktury itp.).

3. Angażować społeczności, a nie tylko pojedyncze osoby. Praca dla wybranych może zakłócić stosunki społeczne.

4. Być zrównoważona ekologicznie. Wymaga to zaangażowania lokalnej społeczności. Bez tego trwałość działań proekologicznych będzie zagrożona.

5. Cechować się szacunkiem dla tradycyjnej kultury i struktur społecznych. Mieć wbudowane mechanizmy, które pomogą społeczności poradzić sobie ze skutkami wpływu obecności turystów.

6. Odbywać się w małych grupach, aby zminimalizować oddziaływanie na miejscową kulturę i środowisko naturalne.

7. Uwrażliwiać turystów przed wyjazdem na potrzebę odpowiedniego zachowywania się. Powstrzymywać się od nakłaniania do organizacji uroczystości, świąt, ceremonii na pokaz, tylko dla turystów.

8. Zostawiać społeczności w spokoju, gdy nie chcą turystyki. Ludzie powinni mieć prawo powiedzieć „nie” turystyce i turystom.

Za odmianę turystyki społecznej można uznać także niektóre formy turystyki społecznie odpowiedzialnej. W przypadku tego typu turystyki nacisk położony jest na zarządzanie przedsięwzięciami turystycznymi i na zachowania turystów. Turystyka społecznie odpowiedzialna, nazywana też turystyką na rzecz biednych (ang. *pro-poor tourism*) albo turystyką donatorów⁵, to zyskujący coraz większą popularność światowy trend (Ashley, Mitchell 2005). Celem odpowiedzialnej turystyki jest podrózowanie w humanistycznym i ekologicznym wymiarze. Turysta odwiedzający miejsca, w których panuje bieda, stara się przyczynić do rozwiązywania miejscowych problemów i pomagać w rozwoju społeczności lokalnej.

Ten typ turystyki, obok autentycznego zaangażowania w poprawę losu ludności zamieszkującej odwiedzane miejsca, ma też niekiedy wymiar czysto biznesowy, służący głównie budowaniu wizerunku firmy, lub będący jeszcze jednym rodzajem wydarzenia firmowego czy wyjazdu integracyjnego. Zapomina się przy tym, że turystyka jest zbyt często traktowana jako panaceum na problemy lokalne bez zwracania uwagi na

⁵ Por. <http://slumtourism.net/opinion-pieces/donor-tourism-a-new-form-of-slum-tourism/>.

to, że jest ona przemysłem globalnym, kierującym się zasadami neoliberalnej gospodarki rynkowej (Hall, Brown 2008).

Do turystyki społecznej zaliczyć też można działalność rolnictwa społecznego (ang. *social farming*). W ramach rolnictwa społecznego, w farmach opiekuńczych (ang. *care farm*), prowadzone są najczęściej zajęcia dla młodzieży z problemami⁶. Głównym celem tych zajęć jest socjalizacja wtórna, czyli stwarzanie warunków, w których przyswajane mogą być normy i zachowania społecznie aprobowane. Misja farm opiekuńczych zasadza się na tym, że społeczeństwa rolnicze w całej Europie mają bogate doświadczenia związane z promowaniem różnych praktyk i form solidarności oraz pomocy i integracji społecznej⁷.

Pewną formą turystyki społecznej są też usługi oferowane w ramach przedsięwzięć ekonomii społecznej, np. usługi Parku Jurajskiego w Bałtowie⁸ czy usługi ekomuzeów⁹.

Przykładem turystyki społecznej są też wioski tematyczne. Według raportu ewaluacyjnego, przygotowanego na zamówienie Wydziału Odnowy Wsi Rządu Dolnej Austrii, wieś tematyczna to wieś, której rozwój podporządkowany jest wiodącej idei, tematowi. Wieś dzięki temu staje się wyróżnialna i jedyna w swoim rodzaju, koncentrująca się na określonym kierunku, temacie rozwoju, w porównaniu z innymi wsiami o podobnym stanie wyjściowym, rozwija się lepiej pod względem gospodarczym i społecznym¹⁰.

W przypadku wiosek tematycznych nie zawsze najważniejszy jest aspekt ekonomiczny. Niektóre z takich wiosek tworzone są z potrzeby ożywienia życia społecznego wsi: „Chcemy żeby się coś działo, żeby ludzie powychodzili z domów, żeby o nas mówili” (Idziak 2008, s. 32).

Na obszarach wiejskich, obok turystyki społecznej skierowanej na zewnątrz, w stronę klientów spoza wsi, można zauważyć także przykłady turystyki społecznej, albo według określenia J. Majewskiego (2011, s. 75–76) wspólnotowej, czyli takiej, która organizowana jest przez mieszkańców wsi na ich własny użytek.

⁶ Por. <http://sofar.unipi.it/>.

⁷ Por. <http://www.carefarminguk.org/>.

⁸ Por. <http://www.juraparkbaltow.pl/>.

⁹ Por. http://www.wrzosowakraina.pl/article,ekomuzeum_wrzosowej_krainy_-_w_zgodzie_z_natura!,21.html.

¹⁰ Por. http://www.dorf-stadterneuerung.at/media/dorf_11590380359102.pdf.

Tak działają np. mieszkańcy wsi Cisownik z województwa świętokrzyskiego, którzy urządzają u siebie imprezę pod nazwą Dni Cisownika: „Gdy zastanawialiśmy się, w jaki sposób powrócić do korzeni, do pięknych chwil dzieciństwa i młodości, wpadliśmy na pomysł, aby zorganizować zjazd wszystkich Cisowiaków”¹¹. Inną formą turystyki Cisowiaków są wyjazdy do różnych miejscowości w Polsce z pokazem zajęć i obyczajów dawnej wsi. Mówią oni o tym żartobliwie „robimy wiochę”. W takich wyjazdach bierze zwykle udział ok. 20 mieszkańców wsi. Wyjazdy te są dla nich formą pokazania się, integracji i okazją do zwiedzania kraju. Koszty podróżowania Cisowiaków pokrywają organizatorzy imprez, na które są zapraszani.

Mieszkańcy wsi Kuniów na Opolszczyźnie mają natomiast swój „Ski Klub Kuniów” i organizują sobie wspólne wyjazdy na narty. W Chudobie, innej opolskiej wsi, organizowane są kilka razy do roku rajdy rowerowe. Bierze w nich udział kilkadziesiąt osób – od najmłodszych do najstarszych¹².

4. Badanie w działaniu

Wnioski dotyczące możliwości połączenia turystyki społecznej i społecznej są pochodną badań prowadzonych od 2000 r. w sześciu wsiach województwa zachodniopomorskiego i pomorskiego, w związku z projektami tworzenia wiosek tematycznych. Najwięcej inspiracji w tym względzie pochodzi z badań prowadzonych od 2008 r. we wsi Karwno w powiecie bytowskim.

Badania te realizowane są metodą badań w działaniu (*action research*). Według K. Lewina (1946, s. 202–203), twórcy tego terminu, jest to rodzaj badania, którego efektem i warunkiem są różne formy aktywności społecznej i które prowadzi do aktywności społecznej. Badania, w wyniku których powstają tylko książki, nie są dla celów społecznych wystarczające.

Metodologia takich badań zawiera dwa aspekty: badanie (*research*) i działanie (*action*). Badacz nie jest tu chłodnym obserwatorem rzeczy-

¹¹ Por. http://www.cisownik.pl/index_pliki/Dni_Cisownika.htm.

¹² Por. http://www.twojachudoba.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=181:wakacyjny-rajd-rowerowy&catid=19:aktualnoscistowarzyszenia&Itemid=2.

wistości, lecz uczestnikiem procesu tworzenia się wiedzy na skutek podjęcia akcji społecznej. W takich badaniach bierze się pod uwagę zarówno wiedzę naukową, jak i potoczną. Wyniki badań służą nie tylko powiększaniu zasobu wiedzy naukowej, ale także, czasami jest to ważniejsze założenie, stają się dostępne dla badanej społeczności. W tego typu badaniach różnie rozłożone są akcenty pomiędzy akcją (działanie) i badanie. W każdym przypadku ważne jest to, że badania mają na celu dokonanie zmiany zastanej rzeczywistości społecznej.

Badania w działaniu mają naturę cykliczną. Każdy cykl badań składa się z przynajmniej trzech podstawowych elementów, takich jak: planowanie – akcja – refleksja. Badania tego typu określane są też jako uczenie się w działaniu (O'Brien 1998). Uczenie się ma przy tym charakter społeczny. Uczą się badacze (animatory), ale także społeczność wsi. Uczą się od siebie wzajemnie i w tworzonej wspólnie sytuacji.

5. Turystyka społeczna i socjalna w ofercie wsi tematycznej

Działania związane z utworzeniem w Karwnie wioski tematycznej wynikają z inicjatywy Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej w Czarnej Dąbrówce. Miał to być sposób na zaradzenie problemom społeczno-gospodarczym występującym w tej wsi (Bielski 2011).

W fazie planowania zbadano zasoby wsi. Okazało się, że należą do nich historie o duchach i zjawach błakających się po lasach otaczających wioskę. Niektórzy spotykali je także jesienną i zimową porą w samej wiosce. Opowieści te mogły zaświadczać o tym, że w Karwnie nie dokonał się jeszcze proces nazwany przez M. Webera (2004) odczarowywaniem świata¹³.

Nie chcąc niszczyć tych resztek czarów, nie zdecydowano się na zrobienie użytku z duchów i nie przerobiono historii o nich w produkt turystyczny. Wybrano inną drogę. Skrawki magicznego świata zachowane w Karwnie i okolicznych lasach połączono z szarym i raczej nijakim wyglądem wioski. Zdecydowano, że ratunkiem przed tą szarizną może

¹³ Według M. Webera, wraz z racjonalizacją świata rozpoczął się proces jego „odczarowywania”. Rzeczywistość staje się coraz bardziej urzeczowiona, przejrzysta i obliczalna, a razem z tym, coraz mniej „magiczna”.

być fantazja. Zaczęto ją budzić w fazie działania przez wprowadzanie różnych form gier i zabaw oraz kuglarstwa.

W fazie tej przygotowano także i przetestowano wstępne propozycje oferty Karwna w postaci gry terenowej „Generator Fantazji” oraz zajęć animacyjnych. Ofertę testowano na grupach młodzieży z okolicznych wsi oraz młodzieży z okolic Oświęcimia i z miasta Goleniów. Okazało się, że nawet krótki pobyt w Karwnie był dla tej młodzieży znaczącym przeżyciem. Po pierwszym szoku „gdzie nas przywieźli, przecież tu nic nie ma!” młodzież ta włączała się do zajęć i ich treścią kompensowała sobie niedostatek zwykłych atrakcji turystycznych. W podsumowaniu zajęć ich uczestnicy podkreślali, że „otworzyły im się głowy i zobaczyli nowe możliwości”. Wielu z nich po powrocie do swoich miejscowości zaczęło prowadzić działania animacyjne.

W fazie refleksji wskazano m.in. na potrzebę dalszej specjalizacji Karwna. Za kierunek tej specjalizacji wybrano wykorzystanie własnych doświadczeń związanych z pokonywaniem problemów społecznych poprzez zabawę i uruchamianie wyobraźni. Podkreślono przy tym potrzebę współpracy Karwna z GOPS w Czarnej Dąbrówce oraz z innymi instytucjami pomocy społecznej.

Przechodząc do następnego cyklu badań w działaniu, mieszkańcy Karwna zaczęli testować ofertę skierowaną do rodzin w kryzysie. Jest to oferta trzydniowych zajęć prowadzonych przez osoby z Karwna wspierane przez psychologa. Uczestnikami zajęć mają być całe rodziny. Pierwsza próba wypadła pomyślnie. Z wywiadu przeprowadzonego z członkami tej rodziny wynikało, że najważniejsza dla nich była możliwość wspólnego spędzania czasu w atmosferze zabawy. Podkreślali też, że mieli wiele okazji do rozmawiania oraz wzajemnego doceniania się.

Z relacji pracowników GOPS Czarna Dąbrówka wynika, że po powrocie do swej wsi członkowie rodziny chwalili się tym, co przeżyli i czego doświadczyli w Karwnie. Opowiadali o swoim pobycie tam tak, jak o urlopie w znanej miejscowości turystycznej. Ich sąsiedzi zaczęli im tego zazdrościć i sami wyrazili chęć udziału w takich zajęciach. Jedna z pracowniczek GOPS stwierdziła, że taki pobyt w wiosce potrzebny jest także jej rodzinie.

Ofertę Karwna zaprezentowano podczas dwóch wizyt studyjnych, których uczestnikami byli przedstawiciele ośrodków pomocy społecznej i centrów pomocy rodzinie z województwa pomorskiego. Jest szansa, że

propozycja Karwna wejdzie do repertuaru działań z zakresu pomocy społecznej.

Karwno i inne wioski tematyczne to także miejsca, do których przyjeżdża się, aby łączyć udział w ofercie turystycznej z pracą na rzecz jej tworzenia. Dotyczy to szczególnie pobytów w wioskach studentów, artystów oraz grup młodzieży szkolnej, a także innych uczestników szkoleń w działaniu. Jest to kolejny obszar do wykorzystania w pracy socjalnej. Turyści „socjalni” mogą bowiem odgrywać role współtwórców oferty wiosek tematycznych. Zmienia to ich status, z odbiorców pomocy stają się jej dawcami. A tym samym turystyka socjalna zmienia się w społeczną.

6. Podsumowanie

Przykład oferty Karwna jest ledwie ilustracją możliwości, jakie kryją się w połączeniu turystyki społecznej i socjalnej. Środki na pomoc społeczną mogą być użyte na podobnego typu wyjazdy, połączone ze swoistą terapią prowadzoną przez mieszkańców wsi, w warunkach wsi. Ważna jest tu jednak asysta osób spoza wsi (psychologów, animatorów społecznych).

Podstawą do tworzenia podobnych ofert może być przegląd problemów, z którymi borykają się służby socjalne i zmiana sposobów zarządzania im. Można w tym przypadku zastosować swego rodzaju inwestowanie społeczne, będące przejawem przedsiębiorczości społecznej na poziomie instytucji. W miejsce jednorazowego wydawania pieniędzy można je mnożyć, tworząc łańcuch wartości.

Mieszkańcy Karwna pracujący przy ofercie byli lub są nadal odbiorcami pomocy społecznej. Pomoc ta może do nich jednak trafiać w zamian za usługę tworzoną w ramach turystyki społecznej, na rzecz odbiorców świadczeń turystyki socjalnej, która jest jednocześnie rodzajem terapii, a nie tylko zwykłym wyjazdem turystycznym. Razem z tym dochodzi do zmiany relacji instytucja – klient w relację partnerską. Osoby pracujące w GOPS zauważają przy tym, że zmienia się charakter ich pracy: z odbiorców narzekań i dawców pomocy zamieniają się w organizatorów procesu animacji społecznej i zapominają o wypaleniu zawodowym.

Działania tego typu wpisują się także w nurt postturystyki i turystyki doznań. Karwno i inne wioski tematyczne to przykłady nowych miejsc do odkrywania i przeżywania. Brakuje tu wyraźnych atrakcji do oglądania i fotografowania. Jest za to wiele okazji do nowych odkryć i sposobności do odnalezienia uroków ponownie zaczarowanego świata.

Literatura

- Ashley C., Mitchell J., 2005, *Can tourism accelerate pro-poor growth in Africa?* Overseas Development Institute:
http://www.propoortourism.org.uk/odi_opinion60.pdf.
- Bielski P., 2011, *Karwno – w stronę wsi uczącej się*, Zrównoważony Rozwój – Zastosowania, 2: http://sendzimir.org.pl/images/ZR_2/3_PL.pdf.
- Braun J., 2008, *Community-based tourism in Northern Honduras: opportunities and barriers*, Department of Environment and Geography University of Manitoba, Winnipeg, Manitoba:
<http://www.opwall.com/Library/Opwall%20library%20pdfs/PhDs/Braun%20community-based.pdf>.
- Goodwin H., Santilli R., 2009, *Community-based tourism: a success?*, ICRT Occasional Paper, 11: <http://www.icrtourism.org/documents/OP11merged.pdf>.
- Hall D., Brown F., 2008, *The tourism industry's welfare responsibilities: an adequate response?* Tourism Recreation Research, 33 (2):
<http://www.trrworld.org/rp.pdf>
- Idziak W., 2008, *Wymyślić wieś od nowa*, Wyd. Alta Press, Koszalin.
- Lewin K., 1946, *Resolving social conflicts*, Harper and Brothers publishers, New York.
- Majewski J., 2011, *Społeczne aspekty wiejskiego produktu turystycznego*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie (2006), Dziennik Urzędowy C 318 , 23/12/2006 P. 0067 – 0077: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:318:0067:01:PL:HTML>.
- O'Brien R., 1998, *An overview of the methodological approach of action research*: <http://www.web.net/~robrien/papers/arfinal.html>.
- Puchnarewicz E., 2008, *Wpływ turystyki na społeczności lokalne. Doświadczenia krajów rozwijających się*, Turystyka i rekreacja, 1 (1).
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

- Stasiak A., 2011, *Wieś jako obszar turystyki społecznej*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Śledzińska J., 2010, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Weber M., 2004, *Racjonalność, władza, odczarowanie*, PBN, Poznań.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

2.

**Organizatorzy turystyki
społecznej w Polsce**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Anna K. Mazurek-Kusiak, Joanna Janicka*

PODATKOWE I SPOŁECZNO-EKONOMICZNE ASPEKTY FINANSOWANIA WZASÓW PRACOWNICZYCH PRZEZ ZFŚS NA PRZYKŁADZIE LUBELSKIEGO URZĘDU WOJEWÓDZKIEGO

1. Wstęp

Przyzwyczajenia turystyczno-rekreacyjne osób starszych kształtują się już w okresie dzieciństwa i zależą od wpływu rodziny i tradycji wspólnego spędzania wakacji poza miejscem zamieszkania. Wyjazdy turystyczne, wycieczki krajoznawczo-rekreacyjne, kolonie, a także obozy dziecięce i młodzieżowe są efektywnym sposobem na zdobywanie przez dzieci i młodzież nowych wiadomości i umiejętności (Sawicki, Mazurek-Kusiak 2008). Wyjazdy turystyczne rozwijają zainteresowania i pobudzają wyobraźnię, często pozwalają łączyć teorię z praktyką, przyczyniają się do poznania nowych kultur, języków, tradycji, wpływają na rozwój emocjonalny i intelektualny młodego człowieka. Zdobywane w czasie wycieczek i wyjazdów turystycznych doświadczenie emocjonalne i poznawcze pozostają w pamięci człowieka na całe życie, jest to wartość, która pobudza wyobraźnię, wpływa na kulturę człowieka, rozwija inteligencję (Tours 1990).

Wyjazdy turystyczne są także bardzo ważne dla osób dorosłych. Turystyka przyczynia się też do lepszej integracji, współpracy i kształtowa-

* Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Turystyki i Rekreacji, 20-950 Lublin, ul. Akademicka 15, e-mail: anna.mazurek@up.lublin.pl; joanna.janicka@up.lublin.pl.

nia świadomości narodowej, kształtuje również charakter człowieka. Pracujący podczas wczasów wakacyjnych mogą „naładować baterie” na kolejny rok pracy, zapomnieć o codziennych problemach, dzięki temu po powrocie do pracy pracują efektywniej i z większym entuzjazmem.

Jednak część społeczeństwa polskiego nie posiada odpowiednich środków finansowych, żeby wykupić wczasy komercyjne lub uczestniczyć w wycieczkach krajoznawczo-rekreacyjnych. Na podstawie badań przeprowadzonych w lubelskich liceach stwierdzono, że 6% uczniów w liceach nie korzystało z wycieczek szkolnych, 21% nie korzystało z ofert zielonych szkół szkolnych i aż 43% uczniów nie wyjeżdżało na wczasy w wakacje i ferie zimowe z powodu braku środków finansowych na opłacenie takiej formy spędzania wolnego czasu (Biarska 2010).

Te nienajlepsze statystyki może poprawić dofinansowanie wczasów i wycieczek szkolnych przez zakłady pracy. Niestety, obecnie nie ma obowiązku tworzenia zakładowego funduszu świadczeń socjalnych (ZFŚS) przez prywatnych pracodawców, jedynie obowiązek tworzenia funduszu w każdym roku kalendarzowym i to bez względu na liczbę zatrudnionych pracowników mają pracodawcy będący jednostkami organizacyjnymi prowadzącymi gospodarkę finansową na zasadach określonych w Ustawie z 30 czerwca 2005 r. o finansach publicznych.

Niektóre zakłady pracy dbają jednak o pracowników w tym zakresie. Wypłacają nie tylko dofinansowania wczasów pracowniczych, ale samodzielnie organizują wycieczki integracyjne, posiadają własne ośrodki wypoczynkowe oraz rehabilitacyjne, organizują wypoczynek dla dzieci pracowników.

2. Cel i metody badań

Celem opracowania jest przedstawienie aspektów prawnych i podatkowych w zakresie dofinansowania wczasów pracowniczych, wyjazdów integracyjnych oraz wycieczek, koloni i obozów dziecięcych i młodzieżowych przez zakładowy fundusz świadczeń socjalnych.

Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego, stosując technikę wywiadu, oraz metodą analizy dokumentów. Wywiad bezpośredni przeprowadzono z pracownikami komórki do spraw socjalnych Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego. Badania uzupełniono metodą ana-

lize dokumentów, takich jak regulamin ZFŚS w Lubelskim Urzędzie Wojewódzkim, tabele odpłatności za różne formy wypoczynku pracowników, wnioski o refundację wczasów i wyjazdów turystycznych, sprawozdania z działalności zakładowych ośrodków wypoczynkowych. Dodatkowo poddano analizie literaturę przedmiotu, jak też ustawy i rozporządzenia dotyczące zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, podatku dochodowego od osób fizycznych, ubezpieczeń społecznych. Wszystkie badania zostały wykonane na przełomie sierpnia i września 2011 r.

3. Zasady tworzenia zakładowego funduszu świadczeń socjalnych

Zgodnie z Ustawą z 4 marca 1994 r. o zakładowym funduszu świadczeń socjalnych, fundusz ten mają obowiązek tworzyć pracodawcy zatrudniający według stanu na dzień 1 stycznia danego roku co najmniej 20 pracowników w przeliczeniu na pełne etaty. Natomiast pracodawcy prowadzący działalność w formie jednostek budżetowych i samorządowych zakładów budżetowych tworzą fundusz bez względu na liczbę zatrudnianych pracowników.

Jednak pracodawcy mogą zwolnić się z obowiązku tworzenia funduszy na warunkach określonych ustawą, tzn. u takiego pracodawcy, który zatrudnia co najmniej 20 pracowników w przeliczeniu na pełne etaty, a który nie zamierza tworzyć funduszy, postanowienia w tej sprawie powinno zostać wprowadzone do układu zbiorowego pracy, a jeśli nie funkcjonuje w danym zakładzie zbiorowy układ pracy, informację o nietworzeniu funduszu umieszcza się w regulaminie wynagradzania.

Natomiast pracownicy zatrudniający według stanu na 1 stycznia danego roku mniej niż 20 pracowników w przeliczeniu na pełne etaty mogą tworzyć fundusz świadczeń socjalnych lub wypłacać świadczenia urlopowe. Ale też mogą się zwolnić z tego obowiązku. Pracodawcy ci, nieobjęci układem zbiorowym pracy oraz niezobowiązani do wydania regulaminu wynagradzania, informacje w sprawie nietworzenia funduszy i niewypłacania świadczenia urlopowego przekazują pracownikom w pierwszym miesiącu danego roku kalendarzowego w przyjęty sposób. Z kolei jeśli u pracodawcy zatrudniającego mniej niż 20 pracowników funkcjonuje prawo wewnątrzzakładowe, układ zbiorowy pracy albo regu-

lamin wynagradzania, postanowienia o rezygnacji z tworzenia funduszu i wypłacaniu świadczenia zamieszcza się w akcie prawa wewnątrzzakładowego (Dworkowska, Jacewicz 2010).

Zakładowy fundusz świadczeń socjalnych tworzony jest w formie rocznego odpisu podstawowego naliczanego w stosunku do przeciętnej liczby zatrudnionych. Zgodnie z paragrafem 3 i 4 Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z 9 marca 2009 r. w sprawie sposobu ustalania przeciętnej liczby zatrudnionych w celu naliczania odpisu na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych, przy obliczaniu przeciętnej liczby zatrudnionych w danym roku kalendarzowym (obrachunkowym) dodaje się przeciętne liczby zatrudnionych w poszczególnych miesiącach i otrzymaną sumę dzieli się przez 12. W przypadku, gdy pracodawca działał w okresie krótszym niż jeden rok kalendarzowy albo naliczał odpis na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych na niepełny rok kalendarzowy, wówczas pracodawca sumuje średnią liczbę pracowników w poszczególnych miesiącach, a następnie otrzymaną sumę dzieli się przez liczbę miesięcy, za który nalicza odpis na ZFŚS.

Głównym celem działalności socjalnej finansowanej z ZFŚS są nieodpłatne lub częściowo odpłatne świadczenia przez zakłady pracy na rzecz różnych form wypoczynku, działalności sportowej, rekreacyjnej, jak również działalności kulturalno-oświatowej. Ponadto z tego funduszu udzielana jest pomoc materialna, rzeczowa lub finansowa, a także zwrotna i bezzwrotna pomoc na cele mieszkaniowe.

Należy zwrócić uwagę, że podstawowym warunkiem uzasadniającym przyznanie konkretnego świadczenia z ZFŚS w określonej wysokości dla konkretnej osoby powinna być sytuacja życiowa, rodzinna i materialna tej osoby.

Odpis podstawowy na jednego zatrudnionego wynosi 37,5% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w roku poprzednim lub w drugim półroczu roku poprzedniego, jeżeli przeciętne wynagrodzenie z tego okresu stanowiło kwotę wyższą. Natomiast wysokość odpisu podstawowego na jednego pracownika młodocianego wynosi w pierwszym roku nauki 5%, w drugim roku nauki 6%, a w trzecim roku nauki 7% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego. W przypadku pracowników zatrudnionych w szczególnie uciążliwych warunkach pracy odpis podstawowy wynosi 50% przeciętnego wynagrodzenia na 1 pracownika (tab. 1).

Tabela 1. Wysokość odpisu obligatoryjnego na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych w 2011 r.

Wyszczególnienie	Obliczenie	Kwota odpisu w zł
Na jednego zatrudnionego	2917,14 zł *37,50%	1093,93
Na jednego zatrudnionego w szczególnie uciążliwych warunkach	2917,14 zł *50,00%	1458,57
Na jednego pracownika młodocianego w pierwszym roku nauki	2917,14 zł *5,00%	145,86
Na jednego pracownika młodocianego w drugim roku nauki	2917,14 zł *6,00%	175,03
Na jednego pracownika młodocianego w trzecim roku nauki	2917,14 zł *7,00%	204,20

Źródło: opracowanie własne na podstawie Ustawy z 4 marca 1994 r. o zakładowym funduszu świadczeń socjalnych (DzU z 1996 r. nr 70, poz. 335 z późn. zm.), Obwieszczenia Prezesa GUS z 18 lutego 2011 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce narodowej w 2010 r. i w drugim półroczu 2010 r. oraz www.portalfk.pl (21-08-2011).

W 2011 r. podstawą do obliczenia wysokości odpisów na ZFŚS jest kwota 2917,14 zł.

Ponadto oprócz wskazanych w tabeli 1 odpisów obligatoryjnych możliwe jest dokonanie odpisów fakultatywnych zwiększających fundusz o 6,25% przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego na każdego:

- 1) zatrudnionego pracownika ze znacznym lub umiarkowanym stopniem niepełnosprawności,
- 2) emeryta i rencistę, nad którymi pracodawca sprawuje opiekę (tab. 2).

Tabela 2. Wysokość odpisu fakultatywnego na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych w 2011 r.

Wyszczególnienie	Obliczenie	Kwota odpisu w zł
Na jednego zatrudnionego, w stosunku do którego orzeczono znaczny lub umiarkowany stopień niepełnosprawności	2917,14 zł * (37,50% + 6,25%)	1276,25
Na każdego emeryta i rencistę objętego opieką socjalną zakładu pracy wysokość	2917,14 zł *6,25%	182,32

Źródło: jak w tab. 1.

Zgodnie z ustawą równowartość dokonanego odpisu podstawowego, a także podanych zwiększeń zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, pracodawca jest zobowiązany przekazać na wyodrębniony rachunek bankowy funduszu w terminie do 30 września danego roku, z tym, że w terminie do 31 maja tego roku powinien przekazać kwotę stanowiącą do najmniej 75% równowartości odpisu podstawowego roku (Dworowska, Jackiewicz 2010).

Na koniec każdego roku jednostka winna dokonać korekty przeciętnej liczby zatrudnionych osób ustalonej na początku tego roku do faktycznej przeciętnej liczby osób zatrudnionych tym roku. Wiąże się to z koniecznością dokonania korekty na koniec roku obrachunkowego i równowartość odpisu wynikającego z korekty przekazać na rachunek bankowy ZFŚS.

Pracodawca rozpoczynający działalność w roku kalendarzowym, zobowiązany do utworzenia funduszu, dokonuje odpisu na fundusz od następnego roku kalendarzowego, chyba że rozpoczęcie działalności w roku kalendarzowym następuje w wyniku komercjalizacji, przejęcia, podziału lub połączenia zakładu z równoczesnym przejęciem pracowników.

Zakładowa działalność socjalna prowadzona jest nie tylko ze środków pochodzących z naliczanego corocznie odpisu podstawowego. Środki z funduszu zwiększa się również o (Martuszewicz 2007):

- wpływy z opłat pobieranych od osób i jednostek organizacyjnych – korzystających z działalności socjalnej,
- darowizny oraz zapisy osób fizycznych i prawnych,
- odsetki od środków funduszu,
- wpływy z oprocentowania pożyczek udzielonych na cele mieszkaniowe,
- wierzytelności likwidowanych zakładowych funduszy socjalnych i mieszkaniowych,
- przychody z tytułu sprzedaży, dzierżawy i likwidacji środków trwałych służących działalności socjalnej, w części nieprzeznaczonej na utrzymanie lub odtworzenie zakładowych obiektów socjalnych,
- przychody z tytułu sprzedaży oraz likwidacji zakładowych domów i lokali mieszkalnych w części nieprzeznaczonej na utrzymanie pozostałych zakładowych zasobów mieszkaniowych,
- inne środki.

W zakładach pracy, które są bardziej przedsiębiorcze i zapobiegawcze, więcej środków jest do rozdysponowania na potrzeby działalności socjalnej, a więc i pracownicy mają większe dofinansowania na wypoczynek lub udział w imprezach kulturalnych.

4. Zasady tworzenia i wypłat świadczeń urlopowych

Świadczenia urlopowe mogą wypłacać pracodawcy zatrudniający na dzień 1 stycznia danego roku mniej niż 20 pracowników w przeliczeniu na pełne etaty. Jeżeli pracodawca nie chce wypłacać świadczeń urlopowych, wówczas musi umieścić taką informację w regulaminie wynagradzania. Przed umieszczeniem takiej informacji pracodawca musi uzgodnić ten fakt ze związkową organizacją zawodową lub, w przypadku jeżeli takiej organizacji nie ma w danym przedsiębiorstwie, z pracownikiem wybranym przez załogę do reprezentowania jej interesów.

Świadczenie urlopowe wypłaca pracodawca raz w roku każdemu pracownikowi, który korzysta z urlopu wypoczynkowego, w wymiarze co najmniej 14 kolejnych dni kalendarzowych. Wypłata świadczenia urlopowego następuje najpóźniej w ostatnim dniu poprzedzającym rozpoczęcie urlopu (Styczyński 2011).

Wysokość świadczenia urlopowego nie może przekraczać wysokości odpisu podstawowego odpowiedniego do rodzaju zatrudnienia pracownika, z tym że wysokości świadczenia ustala się proporcjonalnie do wymiaru czasu pracownika, a więc pracodawca może ustalić świadczenie urlopowe w kwocie niższej niż równowartość odpisu podstawowego.

Na podstawie art. 6 ust. 1 Ustawy o ZFŚS kwoty wypłaconego świadczenia urlopowego obciążają koszty działalności pracodawcy, a na podstawie przepisów podatkowych uznawane są za koszt uzyskania przychodu. Świadczenia te również nie podlegają składce na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne pracowników. Reguluje to przepis zawarty w par. 2 ust. 1 pkt 21 Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z 18 grudnia 1998 r. w sprawie szczegółowych zasad ustalania podstawy wymiaru składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe (DzU nr 161, poz. 1106 ze zm.).

5. Opodatkowanie dopłat do wypoczynku pracowników

Zgodnie z art. 12 Ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych wynika, że przychodem pracownika są wszelkiego rodzaju wypłaty pieniężne oraz wartość pieniężna świadczeń w naturze bądź ich ekwiwalenty, bez względu na źródło ich finansowania. Przychodem są również świadczenia pieniężne ponoszone za pracownika, jak również wartość innych nieodpłatnych świadczeń lub świadczeń częściowo odpłatnych. Nie oznacza to jednak, że dofinansowanie do wypoczynku pracownika zawsze podlega opodatkowaniu. Niekiedy przychód ten korzysta ze zwolnienia od podatku.

W myśl bowiem art. 21 wymienionej Ustawy, zwalnia się od podatku dochodowego wartość otrzymanych przez pracownika w związku z finansowaniem działalności socjalnej rzeczowych świadczeń oraz otrzymanych przez niego w tym zakresie świadczeń pieniężnych, sfinansowanych w całości ze środków zakładowego funduszu świadczeń socjalnych lub funduszy związków zawodowych, łącznie do wysokości nieprzekraczającej w roku podatkowym kwoty 380 zł. Przy czym rzeczowymi świadczeniami nie są bony, talony i inne znaki, uprawniające do ich wymiany na towary lub usługi.

Dofinansowanie do wczasów zorganizowanych przez pracownika we własnym zakresie ma niewątpliwie charakter pieniężny i jeżeli dodatkowo ma związek z finansowaniem działalności socjalnej oraz łączna wartość świadczeń rzeczowych i pieniężnych otrzymanych przez pracownika nie przekroczyła w roku podatkowym kwoty 380 zł – to spełnione są warunki uprawniające do skorzystania ze zwolnienia określonego w art. 21 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych (Barczewska 2010).

6. Zasady finansowania wczasów pracowniczych i zorganizowanego wypoczynku przez ZFŚS w Lubelskim Urzędzie Wojewódzkim

Sztandarowym przykładem szeroko wykorzystywanego zakładowego funduszu świadczeń socjalnych na terenie regionu lubelskiego, który został opisany w opracowaniu, jest Lubelski Urząd Wojewódzki (dalej LUW). LUW jest właścicielem trzech ośrodków wypoczynkowych, zloka-

lizowanych w atrakcyjnych turystycznie miejscach Polski (Darlówek w zachodniopomorskim, dwa ośrodki na terenie województwa lubelskiego: Okuninka na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim oraz Krasnobród na Roztoczu). Największe zyski przynosi LUW ośrodek „Słowianka” w Okunince, gdzie wypoczywają pracownicy urzędu oraz wszyscy turyści zainteresowani ofertą. Zyski uzyskane z działalności ośrodka wpływają znacząco na wysokość budżetu ZFŚS LUW, przez co pracownicy urzędu mogą rokrocznie korzystać z dofinansowania wypoczynku oraz innych form świadczeń (aktywna rekreacja: siłownia i aerobik, wycieczki, udział w koncertach i przedstawieniach, talony, paczki dla dzieci oraz inne).

Ze świadczeń zakładowego funduszu świadczeń socjalnych Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego może korzystać pięć kategorii osób, a mianowicie:

- 1) pracownicy zatrudnieni na podstawie umowy o pracę w LUW w Lublinie niezależnie od rodzaju umowy o pracę oraz od wymiaru czasu pracy zatrudnieni na podstawie powołania, mianowania, z wyłączeniem pracowników przebywających na urloпах bezpłatnych,
- 2) pracownicy przebywający na urloпах wychowawczych,
- 3) emeryci i renciści, którzy rozwiązali umowę o pracę z zakładem pracy, w związku z przejściem na emeryturę lub rentę,
- 4) członkowie rodzin wyżej wymienionych osób (członkami rodzin są: współmałżonkowie, pozostające na utrzymaniu i wychowaniu dzieci własne, przysposobione, przyjęte na wychowanie w ramach rodziny zastępczej, pozostające na wyłącznym utrzymaniu osoby uprawnionej od 2 do 18 lat, a jeżeli kształcą się w szkole – do ukończenia 25 lat – oraz członkowie rodzin po zmarłych pracownikach, jeżeli byli na ich wyłącznym utrzymaniu i pobierają z tego tytułu rentę rodzinną),
- 5) dzieci po zmarłym pracowniku w wieku od 2 lat do lat 18, a jeżeli kształcą się w szkole – do ukończenia 25 lat.

Roczny plan działalności socjalnej opracowywany jest przez pracownika właściwej komórki do spraw socjalnych najpóźniej do 5 marca każdego roku. Najpóźniej do 5 kwietnia pracodawca w uzgodnieniu z zakładowymi organizacjami związkowymi uzgadnia podział środków funduszu na poszczególne rodzaje działalności. Środki te przeznacza się na:

- 1) dofinansowanie krajowych zorganizowanych wczasów, wczasów leczniczych, profilaktyczno-leczniczych, sanatoriów, wycieczek zakupionych przez osoby uprawnione,

- 2) dofinansowanie krajowego zorganizowanego wypoczynku dzieci i młodzieży w formie: wczasów, kolonii, zimowisk, obozów, kolonii zdrowotnych,
- 3) dofinansowanie do krajowych wczasów turystycznych,
- 4) dofinansowanie do wypoczynku w ośrodkach Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego,
- 5) dofinansowanie krajowych wycieczek organizowanych przez Lubelski Urząd Wojewódzki,
- 6) finansowanie działalności sportowo-rekreacyjnej,
- 7) finansowanie działalności kulturalno-oświatowej w postaci zakupu biletów na imprezy artystyczne, rozrywkowe, kulturalne, sportowe,
- 8) dofinansowanie do wypoczynku w formie wyjazdów integracyjnych,
- 9) pomoc pieniężną dla osób dotkniętych wypadkami losowymi, znajdującymi się w trudnej sytuacji materialnej, życiowej i rodzinnej,
- 10) finansowanie zakupu drobnych upominków dla dzieci z okazji Świąt Bożego Narodzenia i Wielkanocy,
- 11) zakup bonów towarowych,
- 12) pożyczki zwrotnej na cele mieszkaniowe,
- 13) finansowanie wydatków związanych z funkcjonowaniem własnych ośrodków wypoczynkowych.

Przyznanie ulgowych usług i świadczeń oraz wysokość dopłat z ZFŚS uzależnione jest od sytuacji życiowej, rodzinnej, materialnej. Wysokość dofinansowania wczasów pracowniczych uzależniona jest z kolei od średniego miesięcznego dochodu brutto przypadającego na członka rodziny. Podstawą do ustalenia średniego miesięcznego dochodu brutto są łączne dochody brutto współmałżonków oraz pozostających na utrzymaniu i wychowaniu dzieci własnych, przysposobionych oraz przyjętych na wychowanie w ramach rodziny zastępczej w wieku do lat 18, lub jeżeli się kształcą w szkole – do czasu ukończenia nauki, nie dłużej jednak niż do ukończenia 25 lat, uzyskane w roku poprzednim składane w zeznaniu rocznym PIT. Łączny dochód brutto podzielony zostaje przez 12 miesięcy oraz przez liczbę członków rodziny. W przypadku osób, które nie uzyskały w roku poprzednim dochodu z całego roku, średni miesięczny dochód brutto stanowi dochód brutto z miesiąca poprzedzającego przyznanie tego świadczenia. Miesięczny dochód brutto osoby mieszkającej samotnie i z własnych dochodów ponoszącej wszelkie opłaty z tego tytułu pomniejszony jest o 20%. Osoby chcące korzystać z tego dofinan-

sowania powinny złożyć oświadczenie o wysokości średnich miesięcznych dochodów na jednego członka gospodarstwa domowego za okres ostatniego roku przed dniem złożenia wniosku. Wobec osoby, która uzyskała świadczenie z funduszu na podstawie nieprawdziwego oświadczenia lub dokumentu pracodawcy może zastosować wszelkie prawem przewidziane środki, ponadto osoba taka zobowiązana będzie do zwrotu świadczeń oraz traci prawo do korzystania z funduszu przez okres jednego roku.

Dopłata do zorganizowanych wczasów krajowych i zagranicznych, dofinansowanie do wypoczynku w ośrodkach Urzędu oraz do wczasów turystycznych może być przyznana pracownikom oraz ich dzieciom, nie częściej niż jeden raz do roku. Warunkiem dofinansowania do wczasów turystycznych dla uprawnionych pracowników jest okres obejmujący, co najmniej 14 dni kalendarzowych urlopu. Wysokość dopłat z tytułu pobytu na rodzinnych wczasach przedstawia tabela 3. Wnioski o dofinansowanie pracownicy muszą składać w terminie do 25 lutego każdego roku do wydziału spraw socjalnych.

Tabela 3. Zasady przyznawania świadczeń z tytułu pobytu na rodzinnych wczasach turystycznych w 2011 r. w LUW

Dochód miesięczny brutto w zł za 2010 r.	Wysokość świadczenia za 14 dni pobytu	
	Dla pracowników w zł	Dla uprawnionych członków rodziny w zł
Do 1500	550	450
Od 1501 do 2000	500	400
Od 2001 do 2500	450	350
Od 2501 do 3000	400	300
Od 3001 do 4000	350	250
Powyżej 4000	300	200

Źródło: materiały uzyskane z Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego.

Wnioski o dofinansowanie zorganizowanych wczasów u innego niż LUW organizatora powinny być uzupełnione o dowody wpłat (faktury, rachunki) w terminie 14 dni od zakończenia urlopu. Pracownicy, ich współmałżonkowie oraz dzieci mogą korzystać także z wypoczynku wykupionego w ośrodkach Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego po kosztach własnych wykazanych w kalkulacji kosztów utrzymania tych ośro-

ków do 14 dni kalendarzowych w każdym roku. Zasady przyznawania świadczeń z tytułu wypoczynku zorganizowanego w ośrodkach własnych i wykupionych u innego organizatora przedstawia tabela 4.

Tabela 4. Zasady przyznawania świadczeń z tytułu wypoczynku zorganizowanego w ośrodkach własnych i wykupionych u innego organizatora w 2011 r. w LUW

Dochód miesięczny brutto w zł za 2010 r.	Odpłatność w %	Dofinansowanie z ZFŚS w %
Do 1500	30	70
Od 1501 do 2000	35	65
Od 2001 do 2500	40	60
Od 2501 do 3000	45	55
Od 3001 do 3500	60	40
Od 3501 do 4000	70	30
Powyżej 4000	80	20

Źródło: materiały uzyskane z Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego.

Z dofinansowania do wycieczek krajowych i zagranicznych organizowanych przez Urząd Wojewódzki mogą korzystać pracownicy oraz emeryci i renciści. Wysokość tego dofinansowania przedstawia tabela 5. W przypadku wolnych miejsc w wycieczce mogą uczestniczyć członkowie rodzin za dofinansowaniem w wysokości 50% dofinansowania wynikającego z tabeli 5. W przypadku wolnych miejsc w wycieczce mogą uczestniczyć inne osoby za 100% odpłatnością.

Tabela 5. Zasady przyznawania świadczeń za udział w wyjazdach turystyczno-krajoznawczych organizowanych przez LUW w 2011 r.

Dochód miesięczny brutto w zł za 2010 r.	Odpłatność w %
Do 1500	35
Od 1501 do 2000	40
Od 2001 do 2500	45
Od 2501 do 3000	50
Od 3001 do 3500	60
Od 3501 do 4000	65
Powyżej 4000	70

Źródło: materiały uzyskane z Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego.

W przypadku organizowania wyjazdów integracyjnych dofinansowanie jest przyznawane tylko dla pracowników, emerytów i rencistów w wysokości wynikającej z tabeli 6, w ramach kwoty zaplanowanej w zatwierdzonym rocznym planie działalności socjalnej.

Tabela 6. Zasady przyznawania świadczeń z tytułu udziału pracowników w organizowanych wyjazdach integracyjnych w 2011 r. w LUW

Dochód miesięczny brutto w zł za 2010 r.	Wysokość świadczenia na 1 osobę w zł
Do 2000	80
Od 2501 do 4000	60
Powyżej 4000	30

Źródło: materiały uzyskane z Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego.

Kwoty dofinansowania przedstawione w tabelach 3–6 dla pracowników i ich dzieci oraz emerytów i rencistów, którzy byli zatrudnieni w omawianym zakładzie pracy, są na tyle wysokie, że umożliwią wypoczynek rodzinie poza miejscem zamieszkania, a także udział w różnych wycieczkach turystyczno-krajoznawczych.

LUW dysponuje znaczącym budżetem, który jest przeznaczany na dofinansowanie wypoczynku uprawnionych pracowników oraz ich dzieci. Rokrocznie korzystają z tego prawa nieomal wszyscy pracownicy zatrudnieni w urzędzie. Nielicznymi wyjątkami są osoby, które wykorzystały już urlop wypoczynkowy i nie są uprawnione do otrzymania dofinansowania oraz osoby pozostające na urloпах bezpłatnych.

W 2011 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, budżet ZFŚS LUW uległ niewielkiemu wzrostowi, zdecydowanie zwiększyła się jednak przy tym liczba etatowych pracowników urzędu. Powodem wzrostu zatrudnienia stała się likwidacja odrębnych jednostek podległych do 2010 r. Urzędowi Wojewódzkiemu, a następnie bezpośrednio ich włączenie w strukturę urzędu. Proces ten ilustrują najpełniej liczby osób korzystających ze świadczeń. W roku 2010 r. LUW z funduszu świadczeń socjalnych korzystały osoby:

- pracujące na etacie – 532,
- emeryci – 599,
- inni – 13,
- niepełnosprawni – 22.

Budżet ZFŚS wynosił w tymże roku 3 mln 580 tys. zł.

Z kolei w 2011 r., na skutek zmian struktury LUW z funduszu świadczeń socjalnych, korzystało już więcej uprawnionych osób:

- pracujące na etacie – 722,
- emeryci – 591,
- niepełnosprawni – 13,
- inwalidzi – 32.

Budżet ZFŚS wyniósł w tymże roku 3 mln 230 tys. zł.

W 2010 r. na wczasy turystyczne przeznaczono z funduszu kwotę 270 tys. zł, na wczasy zorganizowane 39 tys., na wypoczynek w ośrodkach LUW 42 tys. zł. Ogólnie we wskazanym roku z dofinansowania wypoczynku urlopowego skorzystało 700 pracowników oraz 400 dzieci. W roku 2011, według stanu na koniec września ustalono, że na wczasy turystyczne przeznaczono z funduszu kwotę 328 tys. dla 802 pracowników. Dofinansowanie do wczasów u obcego organizatora uzyskały 102 osoby na łączną kwotę 54 tys. Ze względu na brak rozliczeń sezonu w ośrodkach LUW brak jest danych z roku bieżącego dotyczących pobytu w nich pracowników urzędu.

7. Zasady funkcjonowania własnych ośrodków wypoczynkowych LUW

W ramach działalności socjalnej Lubelski Urząd Wojewódzki finansuje własne ośrodki wypoczynkowe w trzech miejscowościach turystycznych, a mianowicie w DarłóWKu, Okunince oraz Krasnobrodzie. Z tych ośrodków mogą korzystać także inne osoby niż pracownicy.

Ośrodek wypoczynkowy LUW jest zlokalizowany w Okunince nad Jeziorem Białym o I klasie czystości wody, a żywiczno-sosnowe oraz iglasto-liściaste lasy tworzą mikroklimat z dużą ilością jodu. Teren ten objęty jest „strefą ciszy” oraz jest czysty ekologicznie. Ośrodek dysponuje miejscami w domach o wysokim standardzie i domkach letniskowych oraz w pawilonie wczasowym. Ceny za dobę pobytu od 1 osoby dorosłej wahają się od 25 zł do 55 zł. Pracownicy LUW o najniższych dochodach płacą 30% tej ceny (tab. 4), czyli cena za dobę pobytu od 1 pracownika waha się od 7,50 zł do 16,50 zł.

Ośrodek wypoczynkowy „Słowianka” w DarłóWKu jest przeznaczony

głównie dla osób niepełnosprawnych z upośledzeniem umysłowym, chorobą psychiczną, padaczką, schorzeniami układu krążenia oraz schorzeniami układu oddechowego.

Darłówek jest nadmorską dzielnicą średniowiecznego miasta Darłowo, położonego w województwie zachodniopomorskim i oddalonego o ok. 50 km na wschód od Koszalina. Największą atrakcją Darłowa jest Zamek Książąt Pomorskich, kościół Mariacki, kościół św. Gertrudy, zwany perełką gotyku skandynawskiego, oraz latarnia morska. Dodatkową atrakcją jest możliwość rejsu na Bornholm, kutrami na połów ryb czy też skorzystanie z nowoczesnego Parku Wodnego „Jan”.

Lubelski Urząd Wojewódzki oferuje tutaj turnusy rehabilitacyjne dla matek z dziećmi. Cena 14-dniowego turnusu waha się od 1652 zł do 1890 zł. Organizowane są tutaj także pobyty rehabilitacyjne grup kolonijnych. Wziąwszy pod uwagę, że pracownicy o najniższych dochodach płacą tylko 30% tej ceny, to koszt 14-dniowego turnusu rehabilitacyjnego wynosi ok. 500 zł, czyli niewiele. Dzięki temu nawet osoby będące w trudnej sytuacji materialnej mogą skorzystać z takiej oferty.

Krasnobród, który ma status uzdrowiska, jest miejscowością rekreacyjną na Rostoczu. Walory uzdrowiskowe przyczyniły się do otrzymania przez miasto 30 lipca 2002 r. statusu uzdrowiska. Miasto znalazło się dzięki temu w gronie jednej z 44 tego typu miejscowości w kraju (Medeyski 2002). W Krasnobrodzkim Parku Krajobrazowym ważne jest działanie olejków eterycznych, które wydzielają lasy iglaste, tworząc specyficzny mikroklimat. Występują tutaj również dobre warunki solarne, gdyż nasłonecznienie wynosi 1563 godziny bezpośredniego promieniowania słonecznego w ciągu roku, znajdują się tutaj także bogate złoża torfu (kopalina lecznicza), czyste wody i powietrze oraz wody mineralne typu chlorkowo-sodowego (Mazurek-Kusiak 2010).

Ośrodek wypoczynkowy Lubelskiego Urzędu Wojewódzkiego jest położony na wzgórzu Pszczeliniec, ok. 800 m od zalewu. Posiada domki piętrowe typu „Brda”. Na terenie ośrodka znajduje się wydzielone miejsce na ognisko i plac zabaw dla dzieci. Ceny dla osób dorosłych kształtują się na poziomie od 30 zł do 38 zł za dobę, a dla pracowników LUW o najniższych dochodach od 9 zł do 11,40 zł.

8. Podsumowanie

Środki z zakładowego funduszu świadczeń socjalnych na dopłaty do wczasów turystycznych i wycieczek krajoznawczo-rekreacyjnych odgrywają bardzo dużą rolę w aktywowaniu pracowników do wypoczynku poza miejscem zamieszkania, jak również do aktywnego spędzania wolnego czasu na imprezach artystycznych, kulturalnych i sportowych. Ponadto dopłaty do rodzinnych wczasów turystycznych podtrzymują tradycję wspólnych wyjazdów turystycznych i rekreacyjnych, dzięki czemu młode pokolenie otrzymuje dobre wzorce spędzania wolnego czasu. Dzięki dofinansowaniom pobytu dzieci i młodzieży pracowników na koloniach i obozach, młode osoby mogą od wczesnych lat szkolnych brać udział w ważnej edukacji poprzez turystykę i rekreację. Bez wsparcia zakładów pracy często ci młodzi ludzie pozbawieni byłiby możliwości korzystania z różnych form aktywnego wypoczynku, który jest ciekawą formą zdobywania wiedzy i umiejętności.

Lubelski Urząd Wojewódzki jest jednym z nielicznych zakładów pracy w Lublinie, który posiada własne ośrodki wypoczynkowe. Ośrodki te są bardzo dobrze zlokalizowane, albo w miejscowościach uzdrowiskowych (Krasnobród), albo w miejscach o mikroklimacie sprzyjającym rehabilitacjom (Okuninka, Darłówko). Z ośrodków LUW mogą korzystać nie tylko pracownicy i dzieci pracowników, ale także inne osoby, niezatrudnione w Urzędzie Wojewódzkim. Dzięki temu ośrodki te nie są obciążeniem finansowym dla zakładu pracy, a każda chętna osoba może skorzystać z usług wypoczynkowych i rehabilitacyjnych po korzystnej cenie.

Na polskim rynku pracy problemem jest to, że prywatne zakłady pracy nie mają obowiązku tworzenia ZFŚS i wypłat świadczeń urlopowych, zazwyczaj też nie posiadają własnych ośrodków wypoczynkowych, dlatego pracownicy, którzy nie są zatrudnieni w sektorze publicznym, są pozbawieni przywilejów dofinansowania do wczasów i wyjazdów turystyczno-krajoznawczych.

Literatura

- Barczewska A., 2010, *Świadczenia na rzecz pracowników w ewidencji księgowej*, Dodatek do Zeszytów Metodycznych Rachunkowość, nr 11, Wyd. Podatkowe Gofin, Gorzów Wlk.

- Biarska K., 2010, *Aktywność turystyczna młodzieży szkolnej w wybranych liceach ogólnokształcących miasta Lublina*, praca niepublikowana, Lublin.
- Dworkowska W., Jacewicz A., 2010, *Rozliczenie wynagrodzeń w 2010 roku*, Wyd. ODDK, Gdańsk.
- Martusiewicz A., 2007, *Zakładowy fundusz świadczeń socjalnych*, Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Mazurek-Kusiak A., 2010, *Walory i atrakcje w Krasnobrodzkim Parku Krajobrazowym*, [w:] Jalinik M. (red.), *Turystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, Białystok.
- Medeyski, 2002, *Nadanie statusu szansą dla rozwoju uzdrowiska Krasnobród. Konferencja nt. „Uzdrowisko Krasnobród szansa i wyzwanie”*, Gazeta Krasnobrodzka, 10/74.
- Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 18 grudnia 1998 r. w sprawie szczegółowych zasad ustalania podstawy wymiaru składek na ubezpieczenia emerytalne i rentowe (DzU nr 161, poz. 1106 z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 9 marca 2009 r. w sprawie sposobu ustalania przeciętnej liczby zatrudnionych w celu naliczania odpisu na zakładowy fundusz świadczeń socjalnych (DzU nr 43, poz. 349 z późn. zm.).
- Sawicki B., Mazurek-Kusiak A., 2008, *Innowacyjne produkty turystyki wspomagające proces edukacji w Polsce*, [w:] Jalinik M. (red.), *Innowacje w rozwoju turystyki*, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok.
- Styczyński R., 2011, *Świadczenia na rzecz pracowników w świetle ustaw podatkowych*, Wyd. Difin, Warszawa.
- Turos L., 1990, *Turystyka edukacyjna*, Wyd. WSRP, Siedlce.
- Ustawa z dnia 4 marca 1994 r. o zakładowym funduszu świadczeń socjalnych (DzU nr 70, poz. 335 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (DzU nr 14, poz. 176 ze zm.).

Strony internetowe

www.portalfk.pl (21.08.2011)

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Grażyna Dyrda, Sylwia Dyrda-Maciałek*

OCENA SKUTECZNOŚCI ZFŚS JAKO INSTRUMENTU FINANSOWANIA TURYSTYKI SPOŁECZNEJ (NA PODSTAWIE WYNIKÓW BADAŃ ANKIETOWYCH)

1. Wstęp

Niezależnie od kontrowersji dotyczących istoty turystyki społecznej oraz zasadności rozróżniania pojęć „turystyka społeczna” i „turystyka socjalna” (*Działania na rzecz...* 2010, Stasiak 2010), należy uznać za trafną definicję Międzynarodowego Biura Turystyki Socjalnej, według której turystyka socjalna (społeczna) to „wszelkie koncepcje i zjawiska związane z udziałem w turystyce grup społecznych o niskich dochodach, możliwym dzięki dokładnie określonym instrumentom socjalnym” (Opinia Europejskiego... 2006). Kraje Unii Europejskiej wdrażają zróżnicowane programy finansowania turystyki społecznej (*Analiza rozwoju...* 2007), przy czym można wskazać wspólne elementy realizowanych koncepcji, którymi są: rzeczywiste dysponowanie wolnym czasem na wyjazd turystyczny, możliwość sfinansowania wyjazdu oraz istnienie kanałów, struktur lub instrumentów, umożliwiających korzystanie z powszechnego prawa do turystyki (Opinia Europejskiego... 2006).

Poszukiwanie rozwiązań wspierających rozwój turystyki społecznej w Polsce wydaje się szczególnie uzasadnione w kontekście wyników

* Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna w Jarosławiu, Zakład Gospodarki Turystycznej i Hotelarstwa, 37-500 Jarosław, ul. Czarnieckiego 16, e-mail: gra-dyr@wp.pl, sylwia_dyrda@wp.pl.

badań aktywności turystycznej gospodarstw domowych, której przeciętny poziom wynosi niewiele ponad 50%, a najistotniejszym czynnikiem różnicującym to zjawisko jest poziom osiągniętych dochodów (*Turystyka...* 2010). Jednym z instrumentów zwiększania aktywności turystycznej pracowników oraz członków ich rodzin jest zakładowy fundusz świadczeń socjalnych. Wykorzystanie tego funduszu jako źródła finansowania turystyki społecznej jest tym bardziej uzasadnione, że środki ZFŚS winny być kierowane przede wszystkim do osób pozostających w trudnej sytuacji życiowej, rodzinnej i materialnej (Ustawa... 1994).

Celem niniejszego opracowania jest dokonanie wstępnej oceny efektywności finansowego wsparcia rozwoju turystyki społecznej ze środków zakładowych funduszy świadczeń socjalnych. Na podstawie wyników własnych badań bezpośrednich, przeprowadzono analizę skuteczności ZFŚS jako narzędzia aktywizacji turystycznej osób uprawnionych do korzystania z tego funduszu.

2. Cel, zakres i metoda badań

Realizując cel badawczy, sformułowany jako próba oceny wykorzystania zakładowego funduszu świadczeń socjalnych w stymulowaniu rozwoju turystyki społecznej, zaprojektowano i zrealizowano sondażowe badanie osób, będących potencjalnymi beneficjentami świadczeń ZFŚS.

Przedmiotowy zakres badania obejmował: znajomość zakładowych regulaminów korzystania z funduszu świadczeń socjalnych, zakres świadczeń oraz postawy beneficjentów względem różnych form współfinansowania turystyki ze środków ZFŚS.

Badanie przeprowadzono metodą ankietową – kwestionariuszową – w miesiącach lipcu i sierpniu 2011 r. na terenie województw podkarpackiego, lubelskiego i świętokrzyskiego, czyli regionów charakteryzujących się najniższym w skali kraju poziomem średnich wynagrodzeń za pracę, rent i emerytur, co determinuje szczególną potrzebę wspierania turystyki społecznej, m.in. ze środków ZFŚS.

Badaniem objęto osoby zatrudnione w zakładach pracy oraz emerytów uprawnionych do korzystania ze świadczeń ZFŚS, przy czym przyjęto założenie, że jedno gospodarstwo domowe może być reprezentowane tylko przez jednego respondenta. Doboru próby dokonano

metodą „dolepiania” i losowania sieciowego – *snowball and network sampling* (Kowal 1998, Stone, Desmond 2007), przy czym tworzenie struktury sieciowej rozpoczęto od 20 osób, będących pracownikami zakładów pracy zlokalizowanych w województwach: podkarpackim, lubelskim i świętokrzyskim.

Spośród 600 kwestionariuszy ankiet, 96 pozostało bez odpowiedzi, a 78 trafiło do osób, których pracodawcy nie mają obowiązku tworzenia zakładowego funduszu świadczeń socjalnych. Tak więc zebrany materiał badawczy zawarty był w 426 kwestionariuszach, z których 141 wypełniono w województwie lubelskim, 127 – w województwie świętokrzyskim, a 158 – na Podkarpaciu. Charakterystykę respondentów ankiety przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Charakterystyka uczestników badania ankietowego

Cechy respondentów	Warianty cech	Liczba osób	Udział procentowy
Płeć	kobieta	189	44,4
	mężczyzna	237	55,6
	razem	426	100,0
Wykształcenie	wyższe	123	28,9
	średnie	191	44,8
	zawodowe	108	26,4
	podstawowe	4	0,9
	razem	426	100,0
Miejsce zamieszkania	miasto	283	66,4
	wieś	143	33,6
	razem	426	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Metoda doboru próby nie zapewniała pełnej reprezentatywności badanej zbiorowości, tym niemniej można uznać, że zarówno grupę respondentów, jak i reprezentowane przez nich gospodarstwa domowe, charakteryzuje znaczny stopień zróżnicowania cech, istotnych ze względu na przedmiot badań.

Tabela 2. Charakterystyka gospodarstw domowych respondentów

Cechy gospodarstw	Warianty cech		Liczba	Udział procentowy
Lokalizacja	miasto	poniżej 5 tys. mieszkańców	49	11,5
		5–50 tys. mieszkańców	94	22,0
		50–100 tys. mieszkańców	83	19,5
		powyżej 100 tys. mieszkańców	57	13,4
	wieś		143	33,6
	razem		426	100,0
Liczebność	jednoosobowe		121	28,4
	wielooosobowe		305	71,6
	razem		426	100,0
Status rodzinny	jednopakoleniowe		177	41,5
	wielopakoleniowe	rodzice i małoletnie dzieci	184	43,2
		inne	65	15,3
	razem		426	100,0
Sytuacja finansowa ^a	bardzo dobra		19	4,5
	dobra		70	16,4
	średnia		179	42,0
	zła		106	24,9
	bardzo zła		52	12,2
	razem		426	100,0

^a W ocenie respondentów.

Źródło: badania własne.

Analizując dane z tabeli 2, można stwierdzić, że w badaniu uczestniczyli przedstawiciele gospodarstw domowych zlokalizowanych zarówno na obszarach wiejskich, jak i w miastach o zróżnicowanej liczbie mieszkańców. Wśród ankietowanych przeważali przedstawiciele gospodarstw wielooosobowych i wielopakoleniowych – najczęściej były to rodziny składające się z rodziców i małoletnich dzieci. Na uwagę zasługuje znaczny stopień polaryzacji badanej próby pod względem postrzeganej sytuacji finansowej, co jest szczególnie istotne z uwagi na finansowanie (nawet

częściowe) produktów zaspokajających potrzeby turystyczne rodziny z funduszu swobodnej konsumpcji, i to przy jego odpowiedniej wysokości (Panasiuk 2006).

3. Analiza wyników badania

Wstępna część badania dotyczyła poziomu oraz źródeł wiedzy ankietowanych na temat obowiązujących w ich zakładach pracy regulaminów ZFŚS, określających zasady korzystania ze świadczeń tego funduszu. Analiza danych z tabeli 3 pozwala zauważyć, że prawie 80% respondentów zna te zasady w stopniu wystarczającym, aby mieć świadomość przysługujących im świadczeń.

Tabela 3. Znajomość zasad korzystania ze świadczeń ZFŚS wśród ankietowanych

Wyszczególnienie		Liczba wskazań	Udział procentowy
Deklarowana znajomość obowiązującego regulaminu ZFŚS	pełna, wyczerpująca	34	8,0
	zadowalająca	305	71,6
	słaba	87	20,4
Źródła informacji na temat obowiązującego regulaminu ZFŚS	wyjaśnienia kompetentnych pracowników	287	67,4
	wyjaśnienia przedstawicieli zakładowych organizacji związków zawodowych	164	38,5
	informacje od kolegów z pracy	157	36,9
	informacje ze strony internetowej	154	36,2
	informacje z dostępnej broszury	56	13,1

Źródło: badania własne.

Należy również zauważyć (w świetle wyników dalszej części badania), że słaba znajomość regulaminu ZFŚS wśród 1/5 ankietowanych nie oznacza, iż nie korzystają oni ze świadczeń funduszu w zakresie turystyki. Okazuje się, że pracownicy wykorzystują równocześnie różne źródła informacji na temat możliwości dofinansowania wyjazdów turystycznych, przy czym najczęściej zwracają się w tej sprawie do pracow-

ników zajmujących się w zakładzie działalnością socjalną. Zakres świadczeń dotyczących finansowania turystyki, zawarty w regulaminach ZFŚS w zakładach pracy respondentów zaprezentowano w tabeli 4.

Analizowane regulaminy zakładowego funduszu świadczeń społecznych charakteryzuje pewien stopień zróżnicowania pod względem oferowanej częstotliwości różnych form świadczeń, wspierających aktywność turystyczną pracowników i ich rodzin. W największej liczbie przypadków świadczenia te przysługują raz w roku i dotyczy to zarówno indywidualnie wykupionych wczasów czy wycieczek w biurach podróży, jak udziału w imprezach organizowanych przez zakład pracy.

Jak wynika z odpowiedzi respondentów, stopień zróżnicowania wysokości refundacji kosztów imprez turystycznych, uzależniony od poziomu dochodów gospodarstwa domowego, mieścił się najczęściej w przedziale 40–60% (76,3% wskazań). Refundację kosztów w granicach 50–70% umożliwiała 17,6% analizowanych regulaminów, a rzeczywiście znaczące zróżnicowanie wysokości świadczeń (od 30 do 80%) miało miejsce jedynie w 6,1% przypadków. Zakładana jest również górna, kwotowa granica wysokości tej grupy świadczeń ZFŚS i wynosiła ona od 1500 zł do 2500 zł. Natomiast wysokość świadczeń pieniężnych w postaci tzw. „wczasów pod gruszą” mieściła się w granicach 500–1000 zł.

Możliwość korzystania ze świadczeń ZFŚS w zakresie dofinansowania wyjazdów turystycznych, nie oznacza pełnej gotowości potencjalnych beneficjentów do korzystania z tej formy wsparcia, o czym świadczą wyniki badań przedstawione w tabeli 5.

Większość ankietowanych oraz członków ich rodzin korzystała z możliwości uczestnictwa w imprezach turystycznych, współfinansowanych ze środków ZFŚS rzadziej niż raz w roku, przy czym znaczący jest udział osób, które w ostatnim dziesięcioleciu nie były aktywne turystycznie. Deklarowane przez respondentów przyczyny takiej sytuacji zawiera tabela 6. Destymulatory aktywności turystycznej beneficjentów ZFŚS są złożone (ankietowani wskazywali często dwie i więcej przyczyn), ale najczęściej były to względy finansowe, a w szczególności zbyt niska kwota refundacji, oraz brak środków finansowych na pokrycie dodatkowych kosztów wyjazdu.

Tabela 4. Świadczenia ZFŚS w zakresie turystyki w zakładach pracy respondentów

Rodzaj świadczenia	Możliwość korzystania	Częstotliwość organizowania	Liczba wskazań	Udział procentowy
Częściowa refundacja kosztów indywidualnego udziału pracownika w imprezie turystycznej	raz w roku	x	279	65,5
	częściej niż raz w roku		79	18,5
	rzadziej niż raz w roku		68	16,0
	razem		426	100,0
Częściowa refundacja kosztów indywidualnego udziału uprawnionych członków rodziny pracownika w imprezie turystycznej	raz w roku	x	279	65,5
	częściej niż raz w roku		23	5,4
	rzadziej niż raz w roku		124	29,1
	razem		426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych wyłącznie dla pracowników	według kolejności zgłoszeń	raz w roku	223	52,4
		częściej niż raz w roku	87	20,4
		rzadziej niż raz w roku	116	27,2
		razem	426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych dla dzieci pracowników	według kolejności zgłoszeń	raz w roku	64	15,0
		częściej niż raz w roku	12	2,8
		rzadziej niż raz w roku	350	82,2
		razem	426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych dla pracowników i członków ich rodzin	według kolejności zgłoszeń	raz w roku	108	25,4
		częściej niż raz w roku	12	2,8
		rzadziej niż raz w roku	306	71,8
		razem	426	100,0
Finansowanie tzw. „wczasów pod gruszą”	raz w roku	x	374	87,8
	częściej niż raz w roku		52	12,2
	razem		426	100,0

Źródło: badania własne.

Tabela 5. Korzystanie ze świadczeń ZFŚS w zakresie turystyki przez ankietowanych ^a

Rodzaj świadczenia	Częstotliwość korzystania	Liczba wskazań	Udział procentowy
Częściowa refundacja kosztów udziału pracownika w krajowej lub zagranicznej imprezie turystycznej, wykupionego zakupionego indywidualnie w biurze podróży (wczasy, wycieczki, pielgrzymki)	raz w roku	56	13,2
	częściej niż raz w roku	23	5,4
	rzadziej niż raz w roku	217	50,9
	nigdy	130	30,5
	razem	426	100,0
Częściowa refundacja kosztów udziału pracownika i członków jego rodziny w krajowej lub zagranicznej imprezie turystycznej, wykupionego zakupionego indywidualnie w biurze podróży (wczasy, wycieczki, pielgrzymki, kolonie i obozy dla dzieci pracowników)	raz w roku	71	16,7
	częściej niż raz w roku	42	9,9
	rzadziej niż raz w roku	197	46,2
	nigdy ^b	116	27,2
	razem	426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych wyłącznie dla pracowników (wczasy, wycieczki, pielgrzymki, wyjazdy weekendowe)	raz w roku	46	10,8
	częściej niż raz w roku	4	1,0
	rzadziej niż raz w roku	289	67,8
	nigdy ^b	87	20,4
	razem	426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych dla dzieci pracowników (wycieczki, obozy, kolonie)	raz w roku	18	4,2
	częściej niż raz w roku	2	0,5
	rzadziej niż raz w roku	95	22,3
	nigdy ^b	311	73,0
	razem	426	100,0
Pełne lub częściowe finansowanie organizowanych przez lub na zlecenie zakładu pracy imprez turystycznych dla pracowników i członków ich rodzin (wczasy, wycieczki, pielgrzymki)	raz w roku	28	6,6
	częściej niż raz w roku	2	0,5
	rzadziej niż raz w roku	89	20,9
	nigdy ^b	307	72,0
	razem	426	100,0

^a W okresie ostatnich 10 lat.^b Wraz z osobami samotnymi i bezdzietnymi.

Źródło: badania własne.

Tabela 6. Przyczyny niepełnego wykorzystania świadczeń ZFŚS w zakresie turystyki

Wyszczególnienie	Liczba wskazań	Udział procentowy
Wysokie ceny produktów turystycznych i zbyt niska kwota dofinansowania	278	65,3
Brak środków finansowych na pokrycie części kosztów udziału w imprezie turystycznej oraz na dodatkowe wydatki związane z wyjazdem	219	51,4
Obowiązki rodzinne uniemożliwiające wyjazd (np. opieka nad dziećmi, osobami chorymi)	116	27,2
Brak możliwości uczestniczenia w imprezach członków rodziny	94	22,1
Względy towarzyskie – niechęć do spędzania czasu wolnego w towarzystwie współpracowników	85	20,0
Niechęć do podróżowania, brak zainteresowania turystyką	46	10,8
Zły stan zdrowia	34	8,0
Inne przyczyny	26	6,1

Źródło: badania własne.

Świadczeniem, z którego korzystają wszyscy ankietowani, są coroczne wypłaty środków pieniężnych w ramach tzw. „wczasów pod gruszą”. Wyniki badania wskazują jednak, że środki te w niewielkim stopniu służą finansowaniu wyjazdów turystycznych. Żaden z respondentów nie potwierdził wykorzystywania wypłacanych z ZFŚS środków wyłącznie na cele turystyczne, natomiast aż 88,7% ankietowanych przeznaczało je w całości na zaspokojenie innych potrzeb.

Końcowa część badania dotyczyła postaw ankietowanych względem zakładowego funduszu świadczeń socjalnych jako instrumentu wspierającego aktywność turystyczną pracowników i ich rodzin. Respondenci określali stopień zadowolenia z obowiązujących w ich zakładach pracy rozwiązań regulaminowych, a następnie podawali propozycje zmian w zasadach korzystania ze świadczeń tego funduszu (tab. 7).

Pomimo że prawie połowa ankietowanych deklarowała zadowolenie z obowiązujących w ich zakładach pracy zasad finansowania turystyki pracowników i członków ich rodzin, to prawie wszyscy zgłosili propozycje zmian w tym zakresie (często kilka propozycji). Największą popularno-

ścią cieszyły się postulaty zastąpienia różnych form świadczeń wypłatą środków pieniężnych oraz pełnego finansowania udziału w imprezach turystycznych wszystkich pracowników, bez względu na ich sytuację materialną (ponad 90%). Z kolei znaczna część ankietowanych (prawie 3/4 respondentów) oczekiwała podwyższenia wysokości świadczeń. Zbliżone liczebnie były grupy respondentów postulujące zrównanie albo większe zróżnicowanie wysokości świadczeń (odpowiednio 46,2% oraz 39%).

Tabela 7. Postawy ankietowanych względem obowiązujących w zakładzie pracy zasad finansowania turystyki ze środków ZFŚS

Przedmiot badania	Warianty odpowiedzi respondentów	Liczba wskazań	Udział procentowy
Stopień zadowolenia z obowiązujących w zakładzie pracy zasad finansowania turystyki	bardzo zadowoleni	12	2,8
	zadowoleni	178	41,8
	niezadowoleni	167	39,2
	bardzo niezadowoleni	69	16,2
Propozycje zmian w regulaminach zakładowego funduszu świadczeń socjalnych ^a	Zastąpienie wszystkich form świadczeń na cele turystyczne wypłatą środków pieniężnych jako „wczasów pod gruszą”	414	97,2
	Pełne finansowanie udziału pracowników w imprezach turystycznych	389	91,3
	Podwyższenie kwoty dofinansowania kosztów udziału pracowników w imprezach turystycznych	315	73,9
	Zrównanie wysokości świadczeń dla wszystkich pracowników	197	46,2
	Większe zróżnicowanie wysokości świadczeń w zależności od sytuacji materialnej pracownika	166	39,0
	Wprowadzenie dodatku turystycznego do wynagrodzeń zamiast innych form świadczeń	74	17,4
	Brak propozycji zmian	12	2,8

^a Sformułowane przez respondentów w odpowiedzi na pytanie otwarte.

Źródło: badania własne.

Te wyniki badań prowadzą do wniosku, że zdecydowana większość ankietowanych chciałaby zamienić finansowe wsparcie udziału w imprezach turystycznych na wypłaty środków pieniężnych, które pracownicy mogliby przeznaczyć na dowolne cele – niekoniecznie turystyczne. Ponadto, zauważalny jest brak powszechnej akceptacji dla większego zróżnicowania wysokości świadczeń, co skutkuje przyjmowaniem rozwiązań regulaminowych w niewielkim stopniu uwzględniających sytuację finansową beneficjentów ZFŚS.

4. Podsumowanie

Idea ustawy o zakładowym funduszu świadczeń socjalnych opiera się na zasadzie solidaryzmu społecznego, a jej celem jest tworzenie podstaw zaspokajania socjalnych potrzeb pracowników, znajdujących się w relatywnie najtrudniejszej sytuacji materialnej. Dotyczy to m.in. współfinansowania uczestnictwa tych osób oraz członków ich rodzin w imprezach turystycznych. W praktyce realizacja tego celu okazuje się niezadowalająca, co wynika z różnych powodów, z których najistotniejszymi wydają się być:

- relatywnie niewielkie zróżnicowanie wysokości świadczeń ze względu na sytuację materialną beneficjentów, w efekcie czego wysokość wsparcia finansowego dla najuboższych jest niewystarczająca,
- niski poziom dochodów znacznej części beneficjentów, dla których dodatkowe koszty związane z wyjazdem turystycznym (np. koszty przejazdu, ekwipunku), stanowią istotną barierę decyzyjną, niezależnie od wysokości dofinansowania z ZFŚS kosztów uczestnictwa w imprezie turystycznej,
- utrwalony wśród znacznej części społeczeństwa model konsumpcji, co powoduje, że fundusz swobodnych decyzji przeznaczany jest przede wszystkim na dobra materialne, szczególnie że potrzeby turystyczne są słabo odczuwane.

W efekcie fundusz świadczeń socjalnych służy przede wszystkim wspieraniu konsumpcji produktów turystycznych przez osoby pozostające w relatywnie dobrej sytuacji materialnej, z których znaczna część byłaby w stanie finansować swoje podróże ze środków własnych. Uaktywnienie turystyczne osób o najniższych dochodach oraz członków ich

rodzin wymagałoby istotnej modyfikacji zasad funkcjonowania funduszu świadczeń socjalnych.

Za celowe można byłoby uznać wprowadzenie mechanizmu rzeczywistego dostosowywania wysokości świadczeń do sytuacji finansowej beneficjenta, czy też wprowadzenie bonów turystycznych, „wymuszających” udział w turystyce społecznej, przy czym należałoby zastanowić się nad sposobem monitorowania tej formy finansowania turystyki, tak aby bony nie stały się przedmiotem obrotu czarnorynkowego.

Reasumując, warto zwrócić uwagę na konieczność wypracowania systemu promocji takiego stylu życia, który spowoduje, że dla wielu osób o zróżnicowanych dochodach, uczestniczenie w imprezach turystycznych stanie się rzeczywistą potrzebą.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, 2010, Ministerstwo Sportu i turystyki, Warszawa.
- Kowal J., 1998, *Metody statystyczne w badaniach sondażowych rynku*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie, 2006, DzU Unii Europejskiej C 318/67, Bruksela.
- Panasiuk A. (red.), 2006, *Ekonomika turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Stasiak A. (red.), 2010, *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stone M.A., Desmond J., 2007, *Fundamentals of marketing*, Routledge, London –New York.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r.*, 2010, GUS, Warszawa.
- Ustawa z 4 marca 1994 r. o zakładowym funduszu świadczeń socjalnych, DzU nr 43, poz. 163.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Bogusław Sawicki, Marta Filipek*

ROZWÓJ TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W WOJEWÓDZTWIE LUBELSKIM NA PRZYKŁADZIE MIEJSKIEGO KOŁA TURYSTYKI ROWEROWEJ „RELAKS” W LUBARTOWIE

1. Wstęp

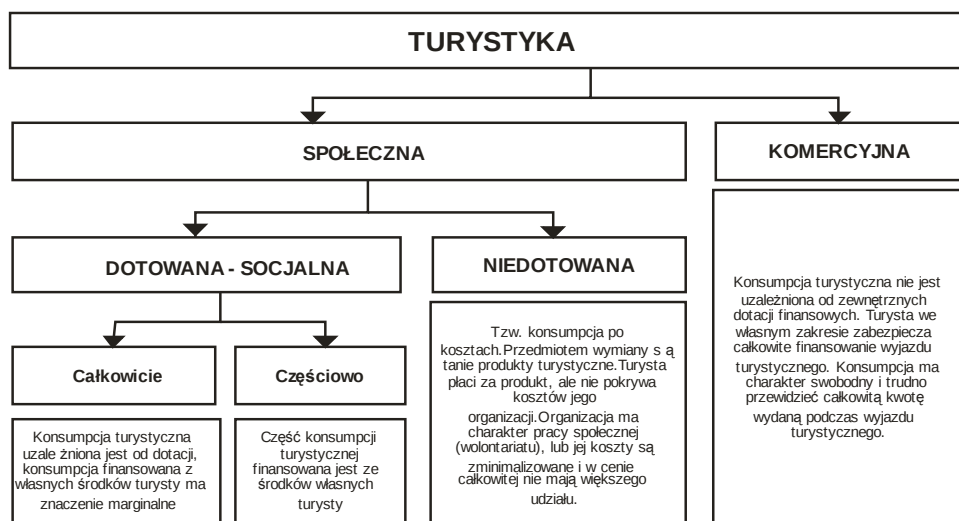
Zapewne z uwagi na teorię, bowiem już Platon twierdził, że celem aktywności politycznej jest realizacja zasad sprawiedliwości, jak i dziejowe doświadczenia, coraz częściej zwraca się uwagę na budowę społeczeństwa obywatelskiego, które może realizować swoje cele jedynie w społeczno-politycznym ustroju demokracji uczestniczącej (partycypacyjnej). S. Kowalczyk (2007) za W. Piwowarskim określa ten ustrój jako „całościową organizację współżycia ludzi w sprawiedliwości, wolności i prawdzie, służbie osoby i dobra wspólnego”. Są różne definicje i pojęcia sprawiedliwości, jednak w tym przypadku należy zwrócić szczególną uwagę na sprawiedliwość rozdzielczą określającą poprawne relacje pomiędzy społecznością a jej członkami, co się wyraża w poprawnym rozdziale przywilejów i obowiązków.

Przytoczone stwierdzenia mają aktualnie swoje odzwierciedlenie w rozwijającej się ekonomii społecznej (Reichel 2010, Kazimierczak,

* Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Turystyki i Rekreacji, 20-950 Lublin, ul. Akademicka 15, e-mail: turystyka@up.lublin.pl.

Rymsza 2007) i wynikającym stąd rozwoju gospodarki turystycznej ukierunkowanej na aspekty społeczne (Alejsiak 2000, Stasiak 2010).

W klasycznej typologii współczesnej turystyki powszechnie wymienia się rodzaj turystyki określanej jako socjalna (Gaworecki 2007), jednak znacznie rzadziej jest werbalizowana potrzeba wyróżniania turystyki komercyjnej (Sawicki 2007), a określenie turystyka socjalna dopiero zaczyna nabierać odpowiedniej treści (Stasiak 2010, Włodarczyk 2010). B. Włodarczyk (2010) powołując się na *Słownik języka polskiego* (2007) stwierdza, że pojęcia „socjalny” i „społeczny” mogą być rozumiane podobnie, jednak podkreśla, że ten pierwszy termin jest mocno zamortyzowany psychologicznie, natomiast ten drugi „ma zdecydowanie szerszy kontekst użytkowania i bardziej pozytywne konotacje”. Jednocześnie wyżej cytowany autor podkreśla, że turystyka społeczna „nie jest tylko wyrazem społecznych funkcji turystyki” omawianych przez K. Przeclawskiego (2004), „bowiem każdy rodzaj turystyki niesie ze sobą określenie wartości społeczne”.



Rys. 1. Podział turystyki ze względu na jej społeczny charakter
Źródło: B. Włodarczyk (2010)

W świetle Opinii Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie (C318/12.2006) jednak nie można zrezygnować z pojęcia turystyki socjalnej, znajduje ona bowiem

głębokie uzasadnienie w Agendzie Lizbońskiej. Jednocześnie w tym dokumencie UE zacytowano definicję turystyki socjalnej opracowaną przez Międzynarodowe Biuro Turystyki Socjalnej (BITS), która brzmi następująco: „turystyka socjalna oznacza wszelkie koncepcje i zjawiska związane z udziałem w turystyce grup społecznych o niskich dochodach, możliwym dzięki dokładnie określonym instrumentom socjalnym”. Wynika stąd, że turystykę socjalną można rozumieć jako pojęcie szersze niż turystykę komercyjną, co trafnie scharakteryzował w autorskim schemacie Włodarczyk (2010) (rys. 1).

Można tu tylko doprecyzować, że turystyka socjalna korzysta z dotacji typowo przeznaczonych na cele socjalne, a nie obejmuje różnych form sponsoringu, środków pomocowych (na rozwój) UE oraz dotacji samorządowych z funduszy pozasocjalnych.

2. Metody i cel badań oraz lokalizacja

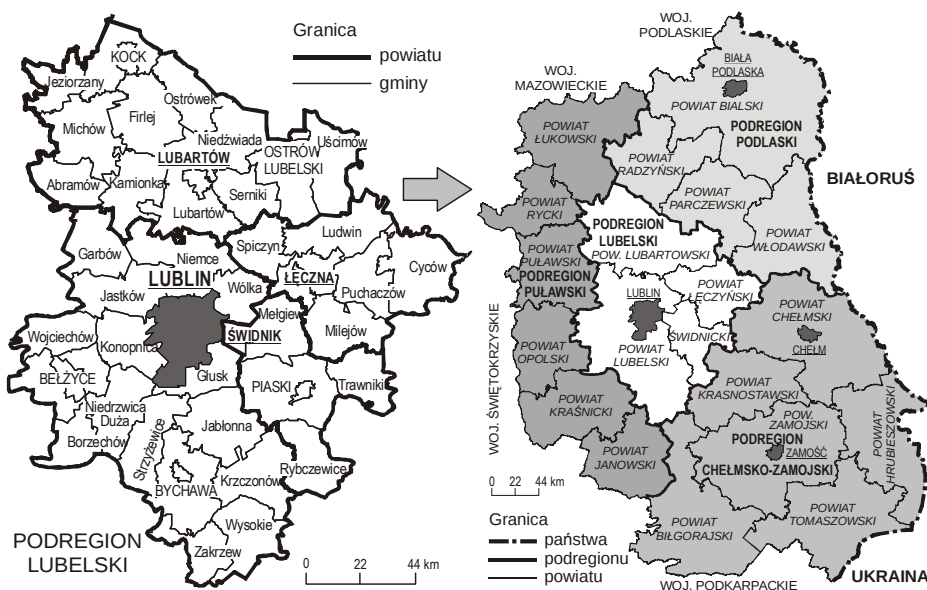
W opracowaniu przedstawiono wyniki badań uzyskane metodą sondażu diagnostycznego, a dokładnie techniką wywiadu standaryzowanego i badania dokumentów (sprawozdania z działalności Miejskiego Koła Turystyki Rowerowej „Relaks” w Lubartowie). Wywiad przeprowadzono w 2011 r. z 7-osobowym zarządem wymienionej organizacji pozarządowej oraz jej członkami.

Celem badań jest prezentacja sukcesów i problemów rozwoju turystyki społecznej w województwie lubelskim na wybranym przykładzie MKTR „Relaks” w Lubartowie.

Lubartów jest 25-tysięcznym miastem powiatowym leżącym w odległości 25 km na północ od Lublina. W podziale administracyjnym kraju do jego obszaru zaliczono 12 gmin: Lubartów, Serniki, Niedźwiada, Ostrów Lubelski, Uścimów, Ostrówek, Firlej, Kamionka, Kock, Michów, Abramów, Jeziorzany.

Według dziesiątego podziału regionalnego Europy (Kondracki 1994) powiat lubartowski leży na pograniczu dwóch obszarów. Dziesięć gmin, tj. Lubartów, Serniki, Niedźwiada, Ostrówek, Firlej, Kamionka, Kock, Michów, Abramów i Jeziorzany należą do pohercyńskiej Europy Środkowej, megaregionu Niż Środkowoeuropejski, prowincji Niziny Środkowopolskie, podprowincji Nizina Południowopodlaska i makroregionów: Równina

Łukowska, Wysoczyzna Żelechowska oraz Wysoczyzna Lubartowska. Gminy Ostrów Lubelski i Uścimów leżą natomiast w obrębie obszaru Europy Wschodniej, megaregionu Niż Wschodniobałtycko-Białoruski, prowincji Polesie, podprowincji Polesie Zachodnie oraz makroregionów: Zakłęsłość Sosnowicka i Równina Łęczyńsko-Włodawska.



Rys. 2. Podział administracyjny województwa lubelskiego z uwzględnieniem podregionów
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Biorąc pod uwagę najnowsze dane GUS-u, należy jeszcze dodać, że województwo lubelskie zostało podzielone na cztery podregiony: Puławski, Lubelski, Chełmsko-Zamojski i Bialski (rys. 2).

3. Krótka historia MKTR „Relaks” w Lubartowie

MKTR „Relaks” powstało w 1995 r. jako wewnętrzna forma organizacji turystycznej grupującej uczniów w Zespole Szkół Zawodowych nr 1 w Lubartowie. Zapewne miały tu wpływ tradycje kolarskie związane z działalnością społeczną mieszkańca tego miasta Janusza Pożaka,

który w latach 80. należał do Kolarskiej Kadry Narodowej Polski i miał w tej dziedzinie sportu liczne sukcesy. Bez wątpliwości duże znaczenie w powstaniu koła należy przypisać zainteresowaniu młodzieży gimnazjalnej turystyką rowerową, ale nie bez znaczenia było również duże wsparcie ze strony dyrekcji szkoły oraz ogromna pasja szkolnego wychowawcy młodzieży Tadeusza Matwiejczyka – dotychczasowego prezesa obecnej formy organizacyjnej.

W 2003 r. Szkolne Koło Turystyki Rowerowej zostało formalnie zarejestrowane w Krajowym Rejestrze Sądowym pod nazwą Miejskie Koło Turystyki Rowerowej „Relaks”, a rok później otrzymało przywileje związane z jego funkcjonowaniem jako organizacja pożytku publicznego.

Obecnie w skład osobowy koła wchodzi 75 osób zarówno z samego miasta, jak i okolicznych miejscowości. W skład koła wchodzi członkowie i sympatycy w różnym przedziale wiekowym, jednak trzon najbardziej aktywnych osób rekrutuje się spośród osób dorosłych z wykształceniem wyższym. Są tutaj nauczyciele, urzędnicy, przedsiębiorcy oraz młodzież. Ci ostatni stanowią jednak grupę najbardziej labilną, bowiem proces zdobywania wykształcenia wiąże się z koniecznością wyjazdu do szkół w różnych częściach Lubelszczyzny lub kraju. Należy jednak podkreślić, że ta ostatnia grupa jest najbardziej uprzywilejowana w przypadku korzystania z różnego typu dofinansowań do wyjazdów turystycznych, którymi dysponuje Zarząd Koła.

Od 2007 r. zarząd omawianej organizacji składa się z siedmiu członków na czele z prezesem. Działa również Komisja Rewizyjna (trzech członków), która nieustannie trzyma kontrolę nad stroną formalnoprawną działalności MKTR „Relaks”. Finansowanie działalności tej organizacji pozarządowej opiera się głównie na składkach i funduszach członków oraz sympatyków oraz na dotacjach Urzędu Miasta w Lubartowie, dotacjach z funduszy unijnych i sponsoringu.

4. Dotychczasowe sukcesy w propagowaniu turystyki krajowej i zagranicznej

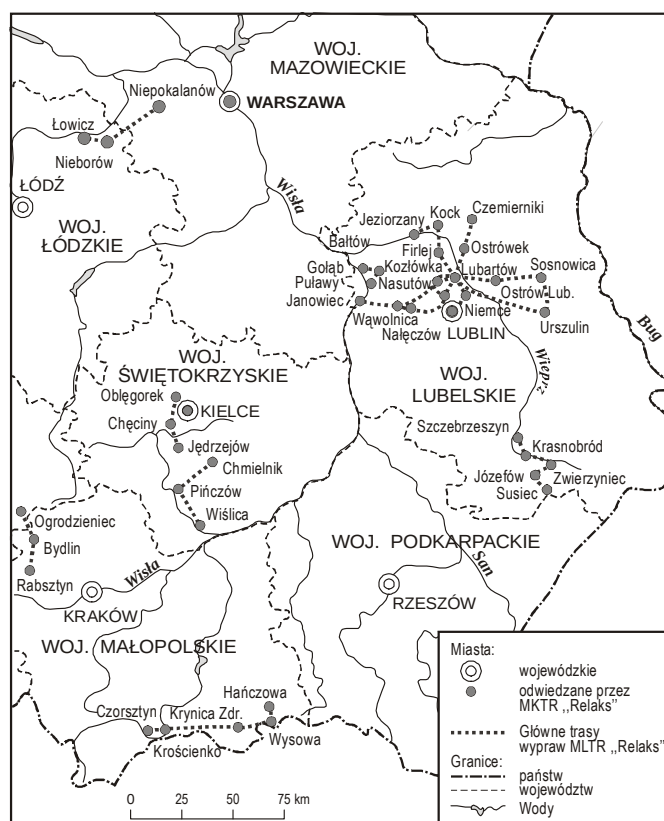
Znacznym osiągnięciem koła podczas jego działalności było wydanie w 2011 r. publikacji pt. *Przewodnik rowerowy – okolice Lubartowa* finansowanej ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007–2013, projekt: „Rowerem przez krainę Lewarta – promocja oferty turystyki rowerowej po Ziemi Lubartowskiej”. Działalność MKTR „Relaks” Lubartów poparta jest również innymi, licznymi sukcesami w turystyce krajowej oraz zagranicznej. Aktywność koła skupia się na zachęcaniu ludzi w różnym wieku do czynnego wypoczynku poprzez organizację corocznego Święta Roweru, w którym biorą udział mieszkańcy gminy Lubartów, jak również ludność pochodząca z innych miast, a nawet państw. Impreza ta cieszy się dużą popularnością. Organizowane są również rajdy rowerowe, podczas których poznawane jest piękno przyrody województwa lubelskiego. Rysunek 3 przedstawia wybrane trasy wycieczek zorganizowanych od 2004 do 2010 r. Uczestnicy zapoznają się z historią najbliższego regionu i odkrywają nowe ciekawe ścieżki rowerowe. Niekiedy rajdy takie kończą się imprezami integracyjnymi z innymi klubami, podczas których zacieśniana jest współpraca.

Duża aktywność działalności koła turystyki rowerowej wiąże się również z organizacją imprez sportowo-rekreacyjnych, tj.: rowerowego toru przeszkód, turnieju piłki siatkowej, rajdów na orientację, wakacyjnego strzelania z łuku, które mają za zadanie zachęcić, głównie młodzież, do aktywnego wypoczynku i integracji społecznej oraz zaszczerpić w tej grupie ducha rywalizacji. Organizowane są również spływy kajakowe czy kuligi dla członków i sympatyków klubu. Sukcesem jest również współorganizacja charytatywnego balu walentynkowego w 2006 r., z którego dochód był przeznaczony na pomoc w rehabilitacji członka MKTR „Relaks”. Od pewnego czasu organizowana jest również corocznie pielgrzymka do Wąwolnicy, w celu duchowego wsparcia dla swojej pracy. Dodatkowe przedsięwzięcie to współorganizacja rajdów z okazji Dnia Dziecka i Rajdów Trzeźwości dla członków klubu „Nadzieja” i innych chętnych osób. Ciekawi przygód członkowie i sympatycy MKTR „Relaks” biorą udział w Rajdzie „Trójpzymierze” corocznie organizowanym na początku maja pod egidą PTTK na przemian przez trzy kluby kolarskie: z Warszawy, Lublina i Kielc, w celu pokazania swojego regionu. Rajdy takie odbywały się już w okolicach Kielc, Łowicza, Jury Krakowsko-Częstochowskiej i Powiśla Lubelskiego.

Miejskie Koło Turystyki Rowerowej w Lubartowie rozszerza swoją działalność na inne kraje Europy. W ramach corocznego Międzynarodowego Rajdu Rowerowego uczestnicy, również innych narodowości,

ruszają w drogę odkrywać atrakcyjne zakątki Starego Kontynentu, kierunki wypraw przedstawione są na rysunku 4.



Rys. 3. Wybrane trasy wypraw rowerowych MKTR „Relaks” Lubartów w latach 2004–2010
Źródło: opracowanie własne na podstawie Kroniki wydarzeń w latach 2004–2010
MKTR „Relaks” Lubartów

W analizowanym okresie 2004–2010 zorganizowane ekspedycje to m.in.:

- rajd rowerowy Lubartów–Lwów w 2005 r.,
- pielgrzymka do grobu Jana Pawła II w 2007 r.,
- VIII Międzynarodowy Rajd do Norwegii w 2008 r.,
- rajd na Inflanty w 2008 r.,
- XI Międzynarodowy Rajd Rowerowy w Karpaty Rumuńskie w 2009 r.,
- MKTR „Relaks” na XIV Fahrradfest w Dreźnie w 2009 r.,

- rajd rowerowy Pojezierze Drawskie–Bornholm w 2010 r.,
- II Pielgrzymka Rowerowa do Rzymu w 2010 r.



Rys. 4. Kierunki wyjazdów zagranicznych organizowanych przez MKTR „Relaks” Lubartów w latach 2004–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kroniki wydarzeń na lata 2004–2010 MKTR „Relaks” Lubartów

Celem wyjazdów jest głównie popularyzacja zdrowego i aktywnego wypoczynku, wymiana doświadczeń sportowych i turystycznych, integracja środowiska turystów rowerowych oraz pasjonatów aktywnego stylu życia. Podczas pobytu uczestnicy promują swoje miasto i klub m.in. poprzez oznakowanie autokaru i rowerów nazwą, barwą i herbem miasta oraz logo klubu, popularyzują pieśni o mieście i regionie, zachęcają tu-

bylców do odwiedzania ziemi lubartowskiej. Podczas wyjazdów kolportowane są również różnego rodzaju proporzyczki i plakietki (rys. 5).

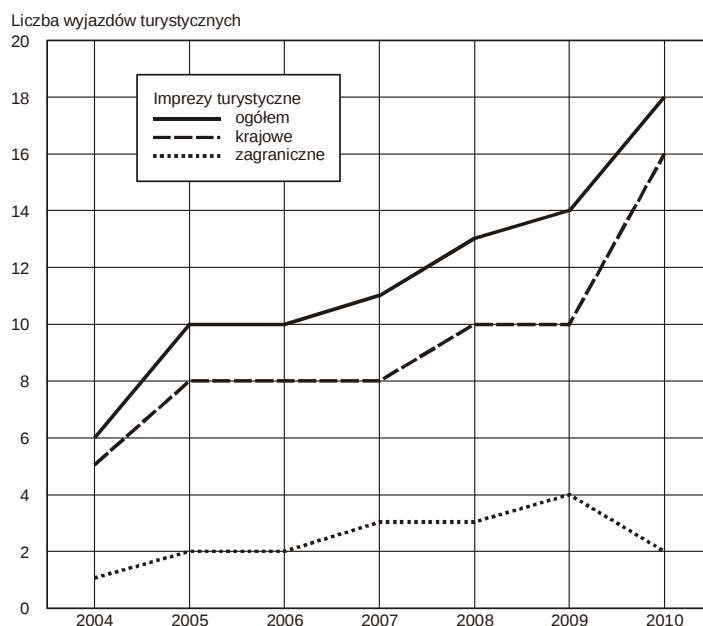


Rys. 5. Proporzyczek i logo MKTR „Relaks” Lubartów
Źródło: <http://www.mktr-relaks.com> (5.09.2011)

Partnerami w realizacji postawionych sobie celów są: Lubelski Klub Turystyki Rowerowej „Welocyped”, Warszawski Klub Turystyki Rowerowej „Wektor”, Świętokrzyski Klub Turystów Kolarzy „Kigari”, Klub Rowerowy „Koleso Witrow” z Lwowa oraz po podpisaniu w 2006 r. umowy o współpracy Klub Sportowy „Sportuoliali” z miejscowości Paliepiei, regionu Raseiniai na Litwie.

MKTR Lubartów angażuje się również w ramach projektu polsko-litewskiego funduszu wymiany młodzieży pod hasłem „Sport bez granic”. Zorganizowane zostały już dwie edycje tego programu w 2008 i 2009 r. Uczestniczyli w nich młodzież i ich opiekunowie z MKTR Lubartów i klubu „Sportuoliali” z Paliepiei na Litwie. Mieli oni za zadanie pokonać trasę z Węgorzewa do Paliepiei. Uczestnicy odkrywali piękne zakątki ziemi polskiej i litewskiej, organizowano również spotkania z miejscową ludnością i władzami samorządowymi miejscowości na trasie wyprawy. Młodzież integrowała się ze społecznościami lokalnymi podczas: wypraw rowerowych, zawodów sportowych, spektakli teatralnych, na imprezach rozrywkowych. W 2007 r. młodzież należąca do koła wraz z opiekunami uczestniczyła w projekcie pod nazwą „The Ugly Duck” współfinansowanym przez Unię Europejską. Projekt ten skupiał osoby różnych narodowości m.in.: Turków, Słoweńców, Austriaków i miał na celu pokazanie młodym ludziom, jak ważna jest tolerancja narodowościowa, kulturowa i religijna dla zwiększenia współpracy międzypaństwowej w dzisiejszym

świecie. Litewscy organizatorzy włączyli do planu spotkań warsztaty, gry i zabawy sportowe, jak również wyprawy i wycieczki.



Rys. 6. Liczba wyjazdów turystycznych organizowanych przez MKTR „Relaks” Lubartów w latach 2004–2010
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Kroniki wydarzeń MKTR „Relaks” Lubartów

Liczbę wyjazdów turystycznych organizowanych przez MKTR „Relaks” Lubartów w latach 2004–2010 przedstawiono na rysunku 6. Widoczny jest tutaj, niemalże „schodkowy” wzrost organizacji krajowych imprez turystycznych. Dla porównania w 2004 r. było ich pięć, natomiast w 2010 r. liczba ta zwiększyła się ponadtrzykrotnie. Liczba zagranicznych imprez turystycznych od 2004 do 2009 r. również wzrastała, choć nie w takim stopniu jak to było w przypadku imprez krajowych. W 2004 r. była organizowana jedna taka wyprawa, a w 2009 r. już cztery. Odstępstwem w tej tendencji jest 2010 r., w którym zorganizowano tylko dwa wyjazdy zagraniczne. Ogólny trend w działalności MKTR „Relaks” Lubartów na rzecz rozwoju turystyki rowerowej w analizowanym okresie systematycznie wzrastał. Jest to również wynikiem przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, a następnie do strefy Schengen w 2007 r. i zacieśnianiu współ-

pracy pomiędzy poszczególnymi krajami w ramach promocji turystyczno-kulturowej swoich regionów.

5. Aspekty ekonomiczne działalności MKTR „Relaks” Lubartów

Kwalifikując MKTR „Relaks” w Lubartowie jako interesujący przykład organizacji biorącej udział w turystyce społecznej, ważne jest uwzględnienie form jej finansowania. Jako że jest to organizacja pożytku publicznego, nie uzyskuje żadnych korzyści materialnych ze swojej działalności. Jedną z form pozyskiwania funduszy są składki członkowskie w wysokości 20 zł dla osób dorosłych i 10 zł dla młodzieży rocznie. Zebrane w ten sposób pieniądze w większości przeznaczone są na działania administracyjne klubu. Dodatkowe pieniądze na organizację wyjazdów zbierane są od prywatnych sponsorów. Wielkość takiego dofinansowania mieści się w przedziale od 5% dla osób dorosłych do 30% dla młodzieży; są to datki przeznaczone głównie na wyjazdy zagraniczne. Największe wsparcie MKTR „Relaks” uzyskuje z funduszy unijnych. W realizacji jest, organizowany już w dwóch edycjach, projekt polsko-litewskiej wymiany młodzieży, w którym dofinansowanie dla wszystkich wyjeżdżających, w tym opiekunów, wynosi ok. 96%. Innym przedsięwzięciem, w które zaangażowane jest koło, jest projekt „Rowerem przez krainę Lewarta – promocja oferty turystyki rowerowej po Ziemi Lubartowskiej”. Wsparcie finansowe wyjazdów turystycznych w tym przedsięwzięciu wynosi 60–70% dla wszystkich uczestników, resztę kosztów pokrywają organy samorządowe miasta Lubartów. Dotację administracji samorządowej rocznie wynoszą 1–2%. Rajdy krajowe i lokalne w głównej mierze organizowane są z własnych środków.

6. Podsumowanie

Bardzo duża aktywność MKTR „Relaks” w organizowaniu różnorodnych projektów i zachęcaniu ludzi dorosłych i młodzieży do czynnego wypoczynku świadczy o tym, że istnienie takich organizacji jest kluczowe dla rozwoju turystyki lokalnej i regionalnej w Polsce. Obecnie głównym

problemem MKTR „Relaks” jest brak stałego miejsca dla administracji i promocji jego działalności. Równie ważny jest brak stałych środków dofinansowania. Zaangażowanie członków i prezesa w popularyzacji aktywnego wypoczynku finansowanego również z dodatkowych środków jest formą turystyki społecznej, która może mieć coraz większe znaczenie w integracji społeczeństwa lokalnego. Przychylność władz samorządowych i determinacja członków takich organizacji ma ogromne znaczenie w kreowaniu rozwoju turystyki społecznej w środowiskach lokalnych.

Literatura

- Alejsiak W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków.
- Gaworecki W.W., 2007, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Kazimierzczak T., Rymsza M. (red.), 2007, *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*, Wyd. ISP, Warszawa.
- Kondracki J., 1994, *Geografia fizyczna Polski*, PWN, Warszawa.
- Kowalczyk S., 2007, *Ontologiczno-aksjologiczne podstawy społeczeństwa obywatelskiego*, [w:] Baławejder E. (red.), *Spółeczeństwo obywatelskie*, Wyd. KUL, Lublin.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie, 2006, DzU UE C 318/67, C 318/12.
- Przeclawski K., 2004, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Wyd. Albis, Kraków.
- Reichel J., 2010, *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTiH, Łódź.
- Sawicki B., 2007, *Agroturystyka w aktywizacji obszarów wiejskich*, Wyd. AR, Lublin.
- Słownik języka polskiego*, 2007, PWN, Warszawa.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Tucki K., 2007, *Turystyka w województwie lubelskim*, Urząd Statystyczny, Lublin.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Ewa Kasprzyk^{*}

DZIAŁALNOŚĆ MUZEUM ZAMKOWEGO W MALBORKU W ZAKRESIE TURYSTYKI SPOŁECZNEJ NA PRZYKŁADZIE KRONIKI PRZEDSZKOŁA NR 2 W MALBORKU Z LAT 2008–2009

1. Wprowadzenie

Muzeum Zamkowe w Malborku powstało 1 stycznia 1961 r. na podstawie Zarządzenia Ministra Kultury i Sztuki z 13 września 1960 r. Jest to państwowa instytucja kultury o charakterze naukowo-badawczym i oświatowym oraz muzeum – rezydencja historyczna. Działa przede wszystkim na podstawie Ustawy z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (DzU z 1997 r. nr 5, poz. 24 oraz z 1998 r. nr 106, poz. 668), Ustawy z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (DzU z 2001 r. nr 13, poz. 123 i z 2002 r. nr 41, poz. 363) oraz Statutu Muzeum Zamkowego w Malborku stanowiącego załącznik do Zarządzenia nr 37 Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 10 czerwca 2002 r. Celem Muzeum jest działalność określona w art. 1 ustawy o muzeach, a w szczególności dbałość o zachowanie substancji zabytkowej obiektów należących do Zamku w Malborku jako najwyższej rangi pomnika historii i architektury oraz ważnego elementu dziedzictwa światowego.

^{*} Muzeum Zamkowe w Malborku, 82-200 Malbork, ul. Starościńska 1, e-mail: e.kasprzyk@zamek.malbork.pl.

Nadzór nad Muzeum sprawuje Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego. On też, jako organizator, zapewnia środki potrzebne do jego utrzymania i rozwoju¹. W latach 1998–2008 Muzeum Zamkowe otrzymywało najniższą dotację spośród muzeów podległych Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego, która wynosiła 47%. Wypracowywało także najwyższy dochód własny w wysokości 53% (Folga-Januszewska 2008). Dzisiaj dotacje z budżetu państwa nadal nie przekraczają 50%, a wpis na listę UNESCO nie ułatwia dostępu do funduszy międzynarodowych, dlatego też instytucja zabiega o turystów, bez których działalność podstawowa byłaby zagrożona.

Największym problemem Muzeum jest sezonowość ruchu turystycznego. W latach 2006–2008 w miesiącach od maja do września ruch turystyczny wynosił 87% wszystkich zwiedzających w danym roku, a w następnych dwóch latach wzrósł o kolejne 2%². Instytucja zabiega o wzbogacenie pakietu usług turystycznych oraz podnosi atrakcyjność oferty, starając się dotrzymać kroku aktualnym wymaganiom zwiedzających dla pozyskania turystów poza sezonem. W tym celu prowadzi prace konserwatorskie zmierzające do udostępnienia turystom nowych pomieszczeń zamkowych oraz intensyfikuje liczbę wystaw czasowych, w tym sprowadzanych z zagranicy. Dąży do powiększenia oferty wydawniczej, prowadząc jej sprzedaż m.in. poprzez internetową księgarnię muzeum. Wydaje własne publikacje reklamowe i prowadzi stronę internetową. Organizuje masowe imprezy kulturalne, edukacyjne oraz specjalne typu *incentive* wzbogacone o zabawy przygodowe w przestrzeniach zamkowych. Promuje się także poza granicami kraju, prezentując własne zbiory. Bierze udział w krajowych i zagranicznych targach turystycznych. Współpracuje z mediami, dzięki którym powstało o zamku i w zamku wiele filmów dokumentalnych i fabularnych, audycji telewizyjnych i radiowych. Podnosi również jakość usług turystycznych.

Muzeum należy do grupy dziewięciu europejskich instytucji kultury, które w ramach programu Echocast opracowały i wdrożyły standardy szkolenia pracowników pierwszego kontaktu: wartowników, przewodników, osób z dozoru wystaw (Mierzwiński 2005, s. 199–202). Poprawia

¹ Statut Muzeum Zamkowego w Malborku (załącznik do Zarządzenia nr 37 Ministra Kultury z 10 czerwca 2002 r.)

² Badania własne na podstawie danych uzyskanych w Biurze Obsługi Ruchu Turystycznego Muzeum Zamkowego w Malborku.

jakość obsługi przewodnickiej poprzez szkolenia i kontrolę przewodników. Po zamku czynnie oprowadza obecnie 152 przewodników w języku polskim i 72 w językach obcych. Na początku sezonu 2010 r. instytucja wprowadziła alternatywny sposób zwiedzania muzeum z użyciem audio-przewodników.

Liczba turystów odwiedzających zamek w ostatnich czterech latach wyraźnie spadła, pomimo prowadzonej kampanii promocyjnej. Drastycznie spadła liczba turystów zagranicznych ze 137 611 w 2007 r. do 79 877 w 2010 r. Zmniejsza się również liczba polskich turystów odwiedzających zamek, chociaż nie tak znacząco, jak liczba turystów z zagranicy (tab. 1).

Tabela 1. Frekwencja w zamku malborskim w latach 2007 - 2010

Rok	Turyści krajowi	Turyści z zagranicy	Ogólna liczba turystów
2007	365 343	137 611	502 953
2008	349 541	110 483	460 024
2009	339 120	96 038	435 158
2010	336 368	79 877	416 245

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych w Biurze Obsługi Ruchu Turystycznego MZM.

Niższa frekwencja przyczynia się do wzrostu cen biletów wstępu. Instytucja nie zapomina jednak o podstawowym celu swojej działalności, ponieważ oprócz ulg i zwolnień z opłat wynikających z obowiązujących przepisów³, prowadzi również działalność w zakresie turystyki społecznej, która realizowana jest w ramach zwiedzania Muzeum i zajęć edukacyjnych.

2. Stosowane formy wsparcia turystyki społecznej, jej beneficjenci, miejsca realizacji

Muzeum posiada zróżnicowaną ofertę biletów wstępu. W innej cenie są bilety indywidualne, rodzinne i grupowe. Ceny ulegają również zmia-

³ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 10 czerwca 2008 roku w sprawie określenia grup osób, którym przysługuje ulga w opłacie lub zwolnienie z opłaty za wstęp do muzeów państwowych oraz rodzajów dokumentów potwierdzających ich uprawnienia

nie w zależności od pory roku (sezon, po sezonie) albo godzin, w których turysta chce zwiedzić zamek. Wiele grup wykluczonych społecznie pojawia się wśród zwiedzających. W szczególności są to osoby niepełnosprawne oraz dzieci i młodzież wywodzące się z różnych środowisk, którym pobyt na zamku organizują instytucje wspierające.

W miarę możliwości finansowych muzeum stara się wspierać wspomniane grupy, udzielając dodatkowych zniżek na bilety wstępu. Z danych zebranych za lata 2007–2010 wynika, że jest to liczba osób, której nie można bagatelizować. Waha się od 3203 do 1079 (tab. 2). Liczebność zwiedzających nie jest uwarunkowana limitem osób, które w danym roku mogą skorzystać z preferencyjnych cen biletów, ale wynika z indywidualnego traktowania każdej z grup przybywających do zamku.

Inną formą wspierania turystyki społecznej w Muzeum Zamkowym w Malborku są zajęcia edukacyjne. Prowadzi je Dział Edukacji, który jako podstawowa komórka organizacyjna Muzeum zajmuje się działalnością edukacyjną. Oferta, którą przygotowują pracownicy działu, skierowana jest do wszystkich grup wiekowych – od przedszkolaków po młodzież ponadgimnazjalną, w tym z grup wykluczonych.

Tabela 2. Liczba osób, które uzyskały bilety wstępu do MZM na preferencyjnych zasadach

Rok	Liczba osób
2007	3 203
2008	1 079
2009	2 591
2010	3 028
2011	1 667 (do 03.09)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych w Biurze Obsługi Ruchu Turystycznego MZM.

Zajęcia realizowane są we wnętrzach zamkowych, w dwóch salach edukacyjnych – w tzw. Izbie Pałacu Wielkich Mistrzów oraz w Sali Odczytowej usytuowanej na przedzamczu. Dział dysponuje również terenem otwartym zwanym Międzymurzem, gdzie znajduje się zaplecze w postaci Domku pod Żabą i Baszty Mostowej.

Zajęcia edukacyjne realizowane są w ciągu roku szkolnego. Niezależnie od specyfiki grupy, jej wieku czy też wybranej tematyki trwają zwykle

od 1,5 do 2 godzin. Gra edukacyjna zwana Wyprawą Rycerską prowadzona jest co najmniej 3 godziny. Jednorazowe zajęcia w muzeum są płatne. Z opłat zwolnione są grupy do 7 roku życia, czyli dzieci uczęszczające do przedszkoli i tzw. klas 0. Opłata nie jest wysoka, biorąc pod uwagę część warsztatową, która nierzadko towarzyszy lekcji. Koszt zakupu materiału wykorzystywanego przez uczestników zazwyczaj równoważy cenę zajęć, a niekiedy nawet ją przewyższa.

Pracownicy Działu Edukacji bez ograniczeń realizują bezpłatnie projekty, programy oraz tzw. zajęcia cykliczne przeznaczone dla wszystkich grup wiekowych, w tym i wykluczonych. Powstają one na podstawie oferty Działu, którą modyfikuje się w zależności od potrzeb i oczekiwań przyszłych uczestników przedsięwzięcia. Częstotliwość spotkań jest uzależniona od możliwości organizacyjnych grupy oraz dyspozycyjności pracownika. Przyjęto, że za zajęcia cykliczne uważa się minimum cztery spotkania z jedną grupą.

3. Współpraca z Przedszkolem nr 2 w Malborku na podstawie kroniki z lat 2008–2009

Przyczynkiem do powstania opracowania jest kronika działań edukacyjnych prowadzonych na terenie zamku dla dzieci z Przedszkola nr 2 w Malborku z lat 2008–2009, którą nauczyciele placówki wręczyli autorce w czerwcu 2011 r. w związku z jubileuszem 50-lecia działalności Muzeum. Wydarzenie to miało niezwykle wydźwięk, gdyż jubileuszowi Muzeum towarzyszyła prywatyzacja przedszkola i rodzące się pytanie, czy przedszkole niepubliczne będzie chciało dysponować spuścizną po przedszkolu państwowym. Autorka chroniąc dorobek przedszkola, chce jednocześnie zaprezentować go, doceniając wkład pracy nauczycieli w jego wykonanie. Zamierza również pozostawić trwały ślad będący świadectwem pięcioletniej współpracy placówki z Muzeum Zamkowym w Malborku

Przedszkole nr 2 w Malborku brało udział w zajęciach cyklicznych od 2006 r. Była to najdalej od zamku położona placówka przedszkolna. Usytuowana w dzielnicy Piaski, na terenie osiedla domków pamiętających okres II wojny światowej. Uczestnictwo w zajęciach na terenie muzeum było znacznym przedsięwzięciem organizacyjnym. Wiazało się

z dużym zaangażowaniem ze strony nauczyciela, personelu przedszkola oraz rodziców, którzy opłacali bilety na autobusy oraz wspierali pedagoga podczas całej wyprawy, dbając o bezpieczeństwo dzieci. Zarówno muzeum, jak i przedszkole położone są w znacznej odległości od przystanków, co łączyło się z dodatkowymi trudnościami. Zajęcia edukacyjne w zamku cieszyły się jednak dużą frekwencją, niezależnie od tych niedogodności.

Kronika przedszkola dokumentuje dziewięć opowieści – spotkań na terenie muzeum, przy czym ostatnie poświęcone jest podsumowaniu rocznego cyklu zajęć w postaci Rodzinnego Biegu Rycerskiego.

Kronika rozpoczyna się w momencie, kiedy dzieci poszukiwały sposobu wejścia do zamku i uzyskały „Magiczne klucze” od rycerza Tomasza. W zamian za to zobowiązały się właściwie zachowywać w zamku i o niego dbać. „Magiczny klucz” pozwolił im otworzyć zamkowe bramy. Oglądały je, porównywały, nazywały. Poznały nowe pojęcie: łuk ostry – cechę wspólną wszystkich bram. Zdobytą wiedzę utrwaliły przez wykonanie pracy plastycznej, ilustrującej najciekawszą ich zdaniem bramę. Prace dzieci można było podziwiać na wystawie w holu przedszkolnym.

Drugie zajęcia skupiały się na odkrywaniu cech charakterystycznych dla architektury obronnej. Przedszkolaki poznały genezę słowa „zamek” oraz takie pojęcia, jak: mury obronne, fosa, brona, most zwodzony, kołowrót, ganki obronne, machikuły, wieża obronna. Obserwowały działanie mostu zwanego na makiecie. Badały głębokość fosy za pomocą sznura. Grubość murów zamkowych sprawdziły, ustawiając się obok siebie. Wędrowały krużgankami i schodami. Wysokość zamkowych wnętrz odczuły dopiero w jednej z najpiękniejszych sal zamku, zwanej Kapitularem. W sali tej uwagę dzieci przykuła niezwykła posadzka, charakteryzująca się bogactwem wzorów. Postanowiły zabrać ją ze sobą do przedszkola. Podzielone na kilkusobowe zespoły odbiły wybrany motyw na dużym arkuszu papieru za pomocą kredek świecowych.

Kolejne przedsięwzięcie nosi tytuł: „Opowieści kolorowych okien – witraże”. Przedszkolaki odkrywały różne rodzaje oszkleń wnek okiennych na terenie zamku, porównywały je. Poznały nowe pojęcia: gomółka, witraż, listwy ołowiane. Zapoznały się z warsztatem średniowiecznego witrażysty. Poszukiwały najcenniejszych witraży w zamku. Odnalazły również wystawę witraży i poznały zasady poruszania się po niej. Odczytywały treści zawarte na wybranych kwaterach witrażowych, odkry-

wając ich edukacyjną rolę. Wyposażone w potrzebną wiedzę udały się do sali edukacyjnej, gdzie tworzyły w zespołach witraże z kartonu i bibuły przeznaczone do dużego okna gotyckiego – wycinały elementy zgodnie z wzorem, zestawiały je pod względem kolorystyki i kształtu, a następnie przyklejały do szablonu i mocowały w ramach okiennych. Po powrocie do przedszkola wykonały własne witraże nawiązujące do zbliżających się świąt Bożego Narodzenia.

W czwartej opowieści kronikarza dzieci podjęły próbę odpowiedzi na pytanie: „Czy to prawda, że zamek zbudowano z błota?”. Droga prób i błędów, pracując z gliną, odkryły, z czego zrobiona jest cegła. Dowiedziały się, że osobą odpowiedzialną za ich wykonanie był strycharz. Oglądały współczesne cegły, zauważyły, że są one tego samego kształtu i wielkości. Poznały średniowieczną technologię wyrobu cegły. Na podstawie własnych doświadczeń z gliną odkryły, że do ich wytworzenia potrzebna jest forma. Porównywały cegłę gotycką z cegłą współczesną. Zauważyły znaczne różnice pod względem ich wielkości i ciężaru. Poznały cegłę zwaną palcówką. Odczytywały ślady odciski w średniowiecznych ceglach. Zdobyły wiedzę na temat wykorzystania cegły profilowanej i glazurowanej. Układały cegły zgodnie z wątkiem gotyckim i wendyjskim, posługując się określeniami: główka, wozówka. W ramach utrwalenia samodzielnie wykonały pracę plastyczną, wyklejając poznane sposoby budowy muru. Poszukiwały na terenie zamku ceglanych wątków, cegieł profilowanych oraz glazurowanych. Zaobserwowały, w jakich miejscach je stosowano.

Zabawy badawcze skupiające się wokół wielozmysłowego poznania właściwości bursztynu były tematem następnego „spotkania” w zamku. Przedszkolaki potrafiły wyselekcjonować bursztyn spośród innych skarbów natury. Dostrzegły różnice w kolorze, przejrzystości, fakturze. Wiedziały, gdzie należy go szukać. Poznały legendę o królowej Jantarze, jako jedną z wersji wyjaśniających, skąd w morzu wziął się bursztyn. W trakcie zabaw badawczych sprawdziły, jak zachowuje się bursztyn i kamień w słodkiej i słonej wodzie. Jak reagują one na ogień, na bliskość ścinków papieru, oraz który z nich emituje ciepło. Eksperymentując, dowiodły, że bursztyn to nie kamień, a skamieniała żywica z drzew, które rosły wiele milionów lat temu. Wyposażone w praktyczną i teoretyczną wiedzę obejrzały wystawę „Dzieje Bursztynu”, poznając w ten sposób wytwory rzemiosła artystycznego na przestrzeni dziejów.

W szóstej opowieści dzieci podziwiała piękno powiatu malborskiego na wystawie fotografii „Żuławskie pejzaże”. Oglądanie wystawy było dla nich czymś w rodzaju spaceru pełnego emocji i zdziwienia oraz prób identyfikacji. Odkrywały bogactwo zabytków ziemi żuławskiej: kościoły, kapliczki przydrożne, cmentarze oraz zagrody holenderskie z charakterystycznymi podcieniami. Uświadomiły sobie, że miejsca zatrzymane w kadrze i czasie to efekt artystycznych poszukiwań wielu osób, które przedstawiły niezwykle ujęcia małej ojczyzny. Pozowały przy wybranych przez siebie fotografiach. Chłopcy podziwiali Nogat wijący się wśród meandrów traw, krzewów i drzew, a dziewczynki wybrały romantyczny zachód słońca na żuławskiej łące. Wystawa uzupełniała wiadomości, które dzieci zdobyły podczas zajęć w przedszkolu. Po jej obejrzeniu potrafiły odnaleźć na przedzamczu zabytki dawnej architektury lokalnej sprowadzone w celu ich zachowania. Zainspirowane artystyczną fotografią stworzyły własną wystawę plastyczną z pejzażem żuławskim w tle.

Na kolejnych zajęciach dzieci bawiły się w rycerzy. Poznały kulturę rycerską na podstawie kodeksu i średniowiecznej pieśni pochwalnej. Nauczyły się rozpoznawać i nazywać elementy stroju rycerskiego: kolczugę, miecz, tarczę hełm, pas rycerski, zbroję. Dowiedziały się, jak jest zbudowany miecz. Podjęły próbę odniesienia rycerskich zachowań do czasów współczesnych. Utrwaliły wiedzę dotyczącą cech „dobrego rycerza” oraz zasad przystąpienia do stanu rycerskiego. Uczestniczyły w pasowaniu na rycerza i złożyły rycerskie ślubowanie. Zapis w Kronice wzbogacony jest o grę planszową wykonaną przez dzieci.

Opowieść ósma dotyczy udziału grupy w VII Bałtyckim Festiwalu Nauki, który odbył się na zamku w Malborku 28–31 maja 2009 r. Dzieci podzielone na zespoły otrzymały małe foldery z mapą zamku i umieszczonymi na niej punktami oznaczającymi stanowiska badawcze. Z jedenastu propozycji wybrały cztery. Były to następujące stanowiska: czerpanie papieru, warsztat skryby, stragan archeologiczny oraz zamkowy mincerz.

Przy pierwszym stanowisku przedszkolaki uzyskały odpowiedź na pytanie: Jak robi się papier? Poznały technologię wyrobu papieru w średniowieczu. Zdobytą wiedzę wykorzystały w praktycznym działaniu, czerpiąc samodzielnie papier. Później poznały warsztat pracy średniowiecznego skryby – miejsce pracy, narzędzia, materiały do pisania. Uwierzytelniając dokument swoim imieniem (praca według wzoru) uczyły się trudnej sztuki kaligrafii. Stragan archeologiczny wypełniony był ka-

wałkami artefaktów, które dzieci próbowały dobrać i złożyć. Przy okazji tych działań zdobyły wiedzę o tym, jak się je czyści i rekonstruuje. Tajniki funkcjonowania krzyżackiej mennicy odkryły przy stanowisku zamkowego mincerza. Uzyskały informacje o tym, kto pracował w mennicy, czym się zajmował, jak skonstruowany jest stempel menniczny i w jaki sposób się go używa. Na koniec każde z nich, samodzielnie, odbiło na arkuszu papieru za pomocą kredek świecowych cztery monety krzyżackie różniące się wielkością i wartością.

Ostatnie „spotkanie” to oficjalne zakończenie zajęć. Uroczystość rozpoczynał Rodzinny Bieg Rycerski, przygotowany w formie zabawy dydaktycznej przez nauczyciela i autorkę. Dzieci, dzieląc się wiedzą i wykazując znajomością obiektu, prowadziły swoich bliskich zgodnie z przygotowanymi dla poszczególnych grup listami. Znalezienie właściwej drogi wymagało od nich umiejętności rozwiązywania rebusów. Każdy z listów zawierał pytania, które były sprawdzianem zdobytej w muzeum wiedzy. Weryfikował ją Mistrz Drogi, który za udzielenie prawidłowych odpowiedzi nagradzał zespół, umieszczając na liście naklejkę. Wyprawa składała się z siedmiu punktów. Przy każdym z nich stał Mistrz Drogi. Zakres tematyczny uwzględniał treści opisane na zajęciach. Wyprawa kończyła się na terenie Międzymurza, gdzie każdy z przedszkolaków otrzymał Certyfikat Miłośnika Zamku zaświadczaający o jego udziale w rocznym cyklu zajęć oraz potwierdzający jego umiejętności.

Uroczyste zakończenie miało charakter rodzinnego pikniku. Wzbogacono je o ognisko, przy którym odbywało się pieczenie kiełbasek oraz poczęstunek. Organizowali je rodzice oraz personel przedszkola. Wspólnemu spotkaniu towarzyszyła część artystyczna, było to: recytowanie wierszy i śpiewanie piosenek. Przedszkolaki przygotowały także niespodziankę w postaci dwóch tańców średniowiecznych, których nauczyły się w przedszkolu. Wspólnemu „ucztowaniu” towarzyszyły również gry i zabawy zręcznościowe.

4. Działania edukacyjne wpisujące się w turystykę społeczną na przykładzie pracy autorki z lat 2006–2010

Przedszkole nr 2 w Malborku było jednym z wielu realizujących wybrany cykl zajęć na terenie muzeum. W latach 2006–2010 autorka przepro-

wadziła 274 „spotkania” dla 56 grup w wieku do 7 lat. W sumie uczestniczyło w nich 6851 dzieci (tab. 3)⁴.

Tabela 3. Grupy przedszkolne oraz klasy 0, które wzięły udział w zajęciach cyklicznych realizowanych przez autorkę na terenie muzeum w latach 2006–2010

Rok szkolny	Liczba grup	Liczba zajęć	Liczba uczestników wszystkich zajęć
2006/07	10	50	1426
2007/08	9	48	1124
2008/09	12	56	1404
2009/10	12	59	1502
2010/11	13	61	1395
Razem	56	274	6851

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych z miesięcznych sprawozdań z pracy autorki.

Dwie grupy przyjeżdżały z Kowala (jednostka terytorialna w Gdańsku). Uczestniczyły w zajęciach dzięki sponsorowi, który wyłożył środki na opłacenie autokaru. Grupa z Nowego Stawu otrzymywała pojazd z Urzędu Miasta. Przedszkolaki z Malborka przychodziły do zamku pieszo, nierzadko pokonując znaczne odległości. Wśród uczestników zajęć znajdowały się dzieci szczególnej troski.

Zainteresowanie działaniami edukacyjnymi na zamku rośnie. Zwiększa się liczba grup oraz przeprowadzonych zajęć. Rozszerza się krąg zainteresowanych współpracą cykliczną spoza Malborka. Jeszcze w latach 90. dominującą formą „spotkań” w muzeum były spacer po terenach zamkowych.

Obecnie działania edukacyjne w zamku są świadomie ukierunkowane na rozwijanie i stymulację wielokierunkowej aktywności, zarówno poznawczej, społecznej oraz działaniowej dzieci i nauczyciela. Wpisują się one w program edukacji regionalnej realizowany przez daną placówkę przedszkolną. Od inwencji nauczyciela zależy, które treści programowe mogą być realizowane w muzeum.

⁴ Dane zawarte w tabeli nie uwzględniają pozostałych grup wiekowych, dla których także organizowane są zajęcia cykliczne w zamku, jak również grup przedszkolnych, które uczestniczyły w działaniach edukacyjnych mniej niż cztery razy.

Właściwości psychofizyczne przedszkolaków, takie jak: aktywność, spontaniczność, ciekawość, chęć poznania świata, spowodowały, że jako wiodące autorka zastosowała aktywizujące metody pracy, zachęcające do myślenia poprzez stawianie pytań otwartych i rozwiązywanie problemów. Posłużyła się również metodami słownymi i oglądowymi. Cechą charakterystyczną wszystkich metod przyjętych w pracy z małymi dziećmi jest ich zabawowy charakter, stąd też dziecko powinno uczyć się bawiąc i bawić się ucząc.

Szczególnie zaangażowani nauczyciele decydują się na podsumowanie działań edukacyjnych na terenie zamku (tab. 4).

Tabela 4. Podsumowanie cyklicznych zajęć na zamku w formie Rodzinnego Biegu Rycerskiego w latach 2006–2011

Rok szkolny	Liczba imprez podsumowujących roczny cykl zajęć wzbogaconych o Rodzinny Bieg Rycerski	Liczba uczestników imprez podsumowujących roczny cykl zajęć wzbogaconych o Rodzinny Bieg Rycerski
2006/07	4	192
2007/08	4	270
2008/09	5	303
2009/10	3	210
2010/11	4	270
Razem	20	1245

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych z podsumowania rocznych planów pracy autorki.

W okresie ostatnich pięciu lat autorka przeprowadziła 20 imprez rodzinnych, w których wzięło udział 1245 osób. Odbývają się one w formie Rodzinnego Biegu Rycerskiego. W trakcie wyprawy dzieci stają się partnerami dla rodziców w dzieleniu się wiedzą i niejednokrotnie potrafią ich zaskoczyć. Wspólne podsumowanie zajęć ma nie tylko charakter edukacyjny, ale jest również działaniem na rzecz społeczności lokalnej i dla społeczności lokalnej. Narzędziem budowania wspólnoty i solidarności.

Zaprezentowane działania edukacyjne wykazują jasno, że turystyka społeczna jest realizowana na terenie Muzeum Zamkowego w Malborku i nie jest tylko statutowym działaniem *non-profit*, ale przynosi instytucji wymierne korzyści. Jeszcze sześć lat temu grupy przedszkolne uczęszczały na zajęcia w okresie od września do początku listopada i od marca

do połowy czerwca. Liczba grup przybywających obecnie do zamku w tzw. martwych miesiącach jest porównywalna z wcześniej wymienionymi.

Głównym celem działalności autorki jest wykształcenie przyszłych odbiorców sztuki, którzy nie tylko rozwiną umiejętność postrzegania rzeczy pięknych, ale nawiążą więź z Muzeum. Zbudowanie trwałego fundamentu jest szansą wychowania lojalnej grupy odbiorców, która będzie śledziła wydarzenia kulturalne odbywające się w instytucji i w nich uczestniczyła. Jest również szansą pozyskania nowych pracowników, którzy to miejsce będą traktowali nie tylko jako zakład pracy, ale świadomi wartości obiektu będą go chronili dla przyszłych pokoleń.

Literatura

- Folga-Januszczyńska D., 2008, *Muzea w Polsce 1989–2008, Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Warszawa (na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, jako jeden z Raportów o Stanie Kultury).
- Mierzwiński M., 2005, *Muzeum Zamkowe w Malborku na szlakach turystycznych Europy*, „Muzealnictwo”, 46.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 10 czerwca 2008 roku w sprawie określenia grup osób, którym przysługuje ulga w opłacie lub zwolnienie z opłaty za wstęp do muzeów państwowych oraz rodzajów dokumentów potwierdzających ich uprawnienia.
- Statut Muzeum Zamkowego w Malborku (załącznik do Zarządzenia nr 37 Ministra Kultury z dnia 10 czerwca 2002 roku).
- Ustawa z dnia 25 października 1991 roku o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (DzU z 2001 r. nr 13, poz. 123 i z 2002 r. nr 41, poz. 363).
- Ustawa z dnia 21 listopada 1996 roku o muzeach (DzU z 1997 r. nr 5, poz. 24 oraz z 1998 r. nr 106, poz. 668).

3.

**Turystyka grup społecznych
wymagających wsparcia:
dzieci i młodzieży, rodzin
w specjalnej sytuacji, Polonii**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Robert Faracik^{*}

TURYSTYKA DZIECI I MŁODZIEŻY NA WYBRANYCH PRZYKŁADACH Z POLSKI, EUROPY I ŚWIATA

1. Wstęp

Na wstępie rozważań nad turystyką dzieci i młodzieży należy zastanowić się nad zdefiniowaniem tej grupy osób. Wbrew pozorom nie jest to takie proste, gdyż w różnych kręgach naukowych różnie ją się pojmuje.

Bezspornym faktem jest jedynie moment narodzin, który zapoczątkowuje okres zwany dzieciństwem. Problemem staje się już jednak wskazanie ram wieku młodzieży. Wyróżnia się bowiem wyraźnie młodość biologiczną, która nie zawsze jest tożsama z młodością w sensie psychologicznym (może ona trwać znacznie dłużej niż młodość biologiczna). Do tego dochodzi zróżnicowanie jednostkowe w obrębie grupy, a także odmienne postrzeganie młodości w różnych systemach kulturowych funkcjonujących współcześnie na świecie.

Istotnym aspektem jest także akceleracja procesu dojrzewania, zarówno w aspekcie fizycznym, jak i psychicznym, która powoduje istotne zmiany w postrzeganiu „młodości” w kontinuum czasowym różnych epok i okresów. Dlatego też ogólnie można przyjąć, że „młodzież” stanowi kategorię przejściową pomiędzy okresem dzieciństwa i dorosłości, której wyraźnymi wyznacznikami stają się: posiadanie rodziny oraz praca zawodowa.

Biorąc pod uwagę zwłaszcza to drugie kryterium, Światowa Organi-

^{*} Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, 30-387 Kraków, ul. Gronostajowa 7, e-mail: robert.faracik@uj.edu.pl.

zacja Turystyki za turystykę młodzieżową (*youth tourism*) uznaje turystykę ludzi w wieku 15–25 lat, ale oczywiście dyskusyjne współcześnie jest poszerzanie tej granicy w obydwie strony. Górna granica wiąże się z wiekiem, w którym w większości krajów na świecie osoby kończą studia wyższe – dlatego też czasami przesuwana jest ona do 26 lat (np. zniżki dla studentów w wielu państwach oraz systemach międzynarodowych), a nawet do 29 roku życia.

2. Cechy charakterystyczne współczesnych młodych turystów

Innym ważnym zagadnieniem jest sposób traktowania turystyki dzieci i młodzieży w powiązaniu z ogólnymi, obserwowanymi współcześnie trendami w turystyce. Należy zadać sobie pytanie, czy mieści się ona w zasadniczym nurcie zjawisk turystycznych z ewentualnym uwydatnieniem niektórych jej aspektów, czy też jest tak diametralnie różna od turystyki innych grup społecznych, że w zasadzie stanowi odrębny nurt turystyki.

Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy zwrócić uwagę na główne cechy wyróżniające podmiot tego ruchu turystycznego, szczególnie te, które mają (ewentualnie mogą mieć) bezpośredni wpływ na jej kształt. Niewątpliwie do cech tych należą:

- zależność od rodziców (opiekunów prawnych) właściwie we wszystkich aspektach życia, malejąca stopniowo wraz z wiekiem, aż do całkowitego usamodzielnienia się, stanowiącego swoisty symptom stania się „dorosłym”;
- obowiązek szkolny, związany z pokonywaniem kolejnych stopni edukacji (silnie zróżnicowany w poszczególnych krajach świata), przy czym edukacja jest jednym z głównych powinności zarówno samych dzieci i młodzieży, jak i rodziców (opiekunów) oraz państwa względem tej grupy osób;
- dysponowanie dużą ilością czasu wolnego (wolne weekendy oraz wakacje i przerwy zimowe), który może zostać wykorzystany na wypoczynek, w tym turystykę;
- naturalna ciekawość młodych osób w kwestii poznawania otaczającego świata oraz swoista skłonność do podejmowania ryzyka;

- otwarcie na nowości, zarówno w aspekcie technicznym, jak i społecznym, oraz ich szybkie adaptowanie na własne potrzeby;
- chęć poznawania nowych osób i utrzymywania znajomości w grupach rówieśniczych, a wraz z wiekiem także w grupach osób o podobnych skłonnościach i zainteresowaniach;
- chęć zabawy, która zmienia swój charakter wraz z wiekiem, a realizowana jest w dużej mierze właśnie w grupach rówieśniczych i grupach zainteresowań.

Analizując te cechy, można przyjąć, że turystyka dzieci i młodzieży sytuuje się pomiędzy dwoma wcześniej prezentowanymi stanowiskami. Z jednej strony przez swą specyfikę wyraźnie się odróżnia, z drugiej jednak niejednokrotnie w dużym stopniu właśnie w tej grupie społecznej widoczne są najlepiej wszelkie zmiany cywilizacyjne, zachodzące we współczesnym świecie. Turystyka dzieci i młodzieży stanowi swoisty „barometr” zmian i przemian, które zachodzą m.in. pod wpływem rozwoju cywilizacyjnego, postępu technicznego i technologicznego oraz szeroko postępujących procesów globalizacji.

To właśnie wśród dzieci i młodzieży najlepiej widoczne są opisywane powszechnie zmiany modelu turystyki z „3xS” na „3xE” (*education, entertainment, excitement*) – współczesna turystyka ma uczyć, bawić i dostarczać wrażeń/emocji, co stanowi w zasadzie kwintesencję „młodości”. Nosicielami tych wartości w dużej mierze właśnie są młodzi ludzie, zwłaszcza studenci dysponujący dużym budżetem czasu wolnego oraz znaczną niezależnością (samodzielnością) w podejmowaniu decyzji o wyjazdach turystycznych, podróżując w zasadzie po całym świecie, w tym po regionach, które przez „tradycyjnych” turystów są postrzegane za nieatrakcyjne, zbyt odległe lub niebezpieczne.

W 1991 r. Światowa Organizacja Turystyki szacowała, że co szósta osoba uczestnicząca w międzynarodowym ruchu turystycznym znajduje się w przedziale wiekowym młodzieży (15–25 lat). W 1995 r. European Travel Commission udział młodzieży w światowym rynku turystycznym szacowała na ok. 23%, a w 2000 r. International Youth Travel Organization udział ten określał na poziomie ok. 20%. Obecnie można przyjąć, że udział ten wynosi ok. 20–25%, co stawia tę grupę osób na czołowej pozycji w światowych statystykach ruchu turystycznego (*Youth travel matters ... 2008*).

Należy jednak zaznaczyć, że w wielu krajach na świecie udział mło-

dzieży wśród ogólnej liczby turystów zagranicznych jest jeszcze wyższy – dla przykładu w 2002 r. w Indiach wynosił 38%, Japonii 30%, Korei Południowej 29%, Niemczech 34%, Wielkiej Brytanii 36%, Nowej Zelandii 33%. Młodzi ludzie stanowią najbardziej mobilną grupę wiekową – dane za lata 2002–2007 wskazują, że każdy młody turysta w tym okresie odbył 6–7 podróży zagranicznych, przy czym średnia ta wzrasta z roku na rok. Ważną cechą wyróżniającą turystykę młodzieży, jest także fakt, iż tylko 23% spośród nich identyfikuje się jako „typowy” turysta reprezentujący tzw. turystykę masową. W większości wyjazdy te cechuje niezależność i indywidualizm, zarówno w samym przygotowywaniu wyjazdów, jak i ich realizacji (*Youth travel matters...* 2008).

3. Motywy wyjazdów turystycznych dzieci i młodzieży

Bardzo ważnym zagadnieniem jest poznanie motywów, którymi kierują się ludzie wyjeżdżający w celach turystycznych (w tym młodzi ludzie). Według klasyfikacji dokonanej przez K. Przecławskiego (1996) są to:

1. Motywy związane z pragnieniem udania się do określonego kraju lub miejscowości:

- motyw poznania przyrody,
- motyw poznania kultury,
- motyw poznania życia społecznego.

2. Motywy związane z pragnieniem opuszczenia na jakiś czas miejsca swojego stałego pobytu:

- motyw opuszczenia środowiska społecznego w znaczeniu szerokim,
- motyw opuszczenia środowiska lokalnego,
- motyw opuszczenia rodziny lub środowiska pracy.

3. Motywy związane z pragnieniem spędzenia określonego czasu z kimś poza miejscem stałego zamieszkania:

- motyw wyjazdu z rodziną,
- motyw wyjazdu z osobą kochaną,
- motyw wyjazdu z grupą przyjaciół.

4. Motywy związane z pragnieniem zawarcia nowych znajomości; pozyskania nowych przyjaciół.

5. Motywy związane z pragnieniem pozostawania w zgodzie ze stereotypami, z normami obowiązującymi w środowisku, do którego się należy.

6. Motywy związane z zaspokajaniem potrzeb emocjonalnych i estetycznych:

- motyw nawiązania lub odnowienia kontaktu z pięknem przyrody, z pięknem dzieł ludzkich lub ludźmi, ich zwyczajami i kulturą,

- motyw przeżycia przygody lub ryzyka.

7. Motywy związane z zaspokajaniem potrzeb twórczych:

- motyw pracy twórczej (np. artystycznej lub naukowej),

- motyw pracy na rzecz ludności terenów odwiedzanych.

8. Motywy związane z zaspokajaniem potrzeb biologicznych:

- motywy związane z regeneracją sił i potęgowaniem zdrowia oraz leczeniem,

- motywy związane z odczuwaniem potrzeby zmiany jako takiej, przyjemności podróżowania itp.

9. Motywy związane z uprawianiem turystyki w szerokim tego słowa znaczeniu, a więc w celach: rodzinnych, religijnych, sportowych, biznesowych, edukacyjnych itp.

K. Przeclawski (1996) dokonał także typologii młodych turystów wyróżniając pośród nich następujące typy:

A. Turysta poznający świat – dążący do zwiedzania i poznawania.

B. Turysta poznający siebie (kontemplacyjny) – pragnący wykorzystać wyjazd na przemyślenie wielu spraw, którymi nie ma czasu zająć się w ciągu roku.

C. Turysta poszukujący przyjaciół – motywowany tym, aby być z innymi, aby mieć przy sobie ludzi bliskich lub zawrzeć nowe znajomości.

D. Turysta wypoczywający – nastawiony na profilaktykę zdrowotną i poprawę stanu zdrowia.

E. Turysta wyczynowy – nastawiony na: sprawdzenie swoich możliwości, wysiłek fizyczny, pokonywanie przeszkód.

F. Turysta bawiący się – nastawiony na miłe spędzanie czasu, rozrywkę i oddający się przyjemnościom.

G. Turysta szukający przygód, często współwystępujący z typem poprzednim (niejednokrotnie nastawiony na przygody o charakterze seksualnym);

H. Turysta handlowiec – nastawiony przede wszystkim na zarobek.

I. Turysta-konformista – wierny stereotypom.

Współcześnie typologię tę można by uzupełnić jeszcze o co najmniej dwa typy młodych turystów :

- turystę uczącego się – podróżującego w celu zdobywania nauki i podnoszenia swoich kwalifikacji i zainteresowań (np. wyjazdowe kursy językowe, szkoły letnie, programy stypendialne);
- turystę społecznika, podejmującego wyjazd w celu niesienia pomocy innym, uczestnictwa w akcjach społecznych oraz na rzecz ochrony środowiska (wolontariat). Często wiąże się to także ze zdobywaniem nowych umiejętności i kwalifikacji, przydatnych w późniejszym życiu zawodowym (powiązanie z typem turysty uczącego się).

Ciekawą propozycję typologii młodych turystów zaproponowali L. Locker-Murphy i P.L. Pearce (1995), którzy obserwując i badając zachowania turystyczne wśród młodzieży, wyróżnili:

- *Moratorium travelers*, którzy korzystają ze sposobności bycia wolnym przed wejściem w dorosłe życie,
- *Ascetic travelers*, stroniący od wygod, szukający samotności, spontaniczni w podejmowaniu decyzji,
- *Adventurers*, którzy sprawdzają granice swojej wytrzymałości psychicznej i fizycznej,
- *Goal-directed travelers*, będący nastawieni na cel, starannie przygotowani do wyjazdu,
- *Party travelers* – nastawieni na zabawę,
- *Alternative travelers* – szukający nowych doświadczeń, reprezentujący alternatywny styl życia,
- *Peter Pan travelers* – osoby ok. 40 roku życia, przeżywające tzw. „drugą młodość”, które porzucają dotychczasowe życie i codzienność.

Badania wśród młodych turystów przeprowadzone przez World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation wykazały, że wśród motywów wyjazdów w tej grupie współcześnie dominują: odkrywanie innych miejsc i kultur (34%), wypoczynek i zabawa (28%), odwiedziny rodziny i znajomych (17%), studia zagraniczne (9%), praca (7%), wolontariat (3%) oraz nauka języków obcych (2%) (*New horizons...* 2007). Wśród głównych współczesnych form turystyki młodzieżowej na świecie najważniejszą rolę odgrywają: *backpacking* (tramping), wyjazdy w celu nauki (studia), praca oraz nauka języków obcych (*Youth travel matters ...* 2008).

Obserwowane aktualnie przemiany cywilizacyjne, związane m.in. z pro-

cesami globalizacji, powodują, że młodzi ludzie na całym świecie stopniowo „upodabniają” się do siebie pod względem zachowań i oczekiwań, czemu w dużej mierze sprzyjają nowe technologie informacyjne (media). Dlatego też właśnie w tej grupie wiekowej widoczna jest szczególnie swoista „internacjonalizacja” zachowań, zwłaszcza w przyjmowaniu „zachodnich” modeli i stylów życia.

4. Bezpieczeństwo jako wyróżnik turystyki dzieci i młodzieży

Dzieci i młodzież, jak już wcześniej podkreślano, stanowią tę grupę osób, dla której szczególne znaczenie ma kwestia bezpieczeństwa, co wiąże się przede wszystkim z odpowiedzialnością (w tym prawną), którą ponoszą zarówno rodzice (opiekunowie), jak i organizatorzy turystyki. Oczywiście wraz z wiekiem dzieci i młodzieży zmieniają się stopniowo zachowanie i przyzwyczajenia oraz oczekiwania względem organizacji czasu wolnego.

Należy jednak podkreślić, że obecność dzieci w zasadzie wpływa na wszystkie aspekty życia rodziny, w tym i kwestie dotyczące wyjazdów turystycznych. W zasadzie większość działań podejmowanych przez rodziny w tej kwestii podporządkowanych jest właśnie potrzebom dzieci, a ich realizacja jest dostosowywana do ich wieku. Zależność pomiędzy głównymi cechami wyjazdów turystycznych a wiekiem dziecka prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Wiek dziecka a główne cechy wyjazdów turystycznych

Wiek dziecka	Charakterystyka
Niemowlęta	Najważniejsze są kwestie bezpieczeństwa oraz komfort podróży i zakwaterowania. Szczególną rolę przykłada się do warunków higienicznych. Poszukuje się środków transportu i noclegów spełniających dość rygorystyczne warunki. Wiele podmiotów oferuje specjalne usługi dla dzieci w tym wieku
2–5 lat (wiek przedszkolny)	Jednym z podstawowych kryteriów jest stosunkowo krótki czas dojazdu do miejsca wypoczynku (znudzenie i zniecierpliwienie dziecka w tym wieku). Dużą rolę przykłada się do kwestii bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku. Zagrożeniem mogą być m.in. niedostosowane balkony, baseny hotelowe i inne urządzenia rekreacyjne

5–12 lat (wiek przedszkolny i wczesnoszkolny)	Dzieci w tym wieku dużą rolę przykładają do kontaktu z rówieśnikami (spotkania, zabawy). Korzystają chętnie z różnych urządzeń rekreacyjnych, w tym z placów zabaw i basenów
13–18 (20) lat (nastolatki)	Coraz większą rolę odgrywa niezależność, a formy spędzania czasu wolnego stają się coraz bardziej podobne do dorosłych. Szczególnym momentem jest pierwszy wyjazd turystyczny bez rodziców (opiekunów) – najczęściej na początku są to wyjazdy zorganizowane (w tym przez placówki szkolno-wychowawcze). Następnym krokiem jest samodzielny wyjazd – najczęściej z grupą znajomych
Starsza młodzież (wiek studencki) – tzw. „młodzi dorośli” (<i>young adults</i>)	Wyjazdy organizowane przede wszystkim samodzielnie, głównie z grupą znajomych lub we dwoje z osobą ukochaną. Niejednokrotnie nastolatki do wczesnego okresu dorosłości spędzają wakacje z rodzicami, co wiąże się w dużej mierze z brakiem pieniędzy – zależność od rodziców (opiekunów)

Źródło: opracowanie własne na podstawie J. Swarbrook, S. Horner (1999), R. Faracik 2007.

5. Współczesne trendy w podróżowaniu młodych ludzi

Dla zilustrowania interesujących zjawisk zachodzących aktualnie na rynku turystyki dzieci i młodzieży wybrano cztery przykłady – jeden dotyczący turystyki dzieci (rodzinnej) na dość nietypowym przykładzie niemowląt oraz trzy z zakresu turystyki młodzieżowej (w tym studenckiej).

5.1. Pobyty typu *maman et bébé* w uzdrowiskach francuskich

Jak już wspomniano, podróże turystyczne z niemowlętami należą do najbardziej skomplikowanych pod względem organizacyjnym i technicznym. Jednym z pozytywnych przykładów specjalnej oferty dla najmłodszych turystów są pobyty organizowane przez francuskie uzdrowiska, zwłaszcza talassoterapeutyczne. Pobyty te nazywane są czasami „spa postnatalnym”, a oferta skierowana jest do młodych matek (3 miesiące po porodzie), które chcą wrócić do kondycji fizycznej i psychicznej po okresie ciąży, porodu i połogu.

Pobyty te trwają zazwyczaj 5–6 dni. Specjalne programy zabiegów koncentrują się m.in. na powrocie do właściwej wagi, uśmierzeniu bólu, regeneracji organizmu. Podczas zabiegów dla matek dzieci przebywają

pod opieką wykwalifikowanej kadry. Niemowlęta nie mogą oczywiście mieć przeciwwskazań do tego typu pobytów oraz muszą przyjąć wszystkie przewidziane harmonogramem szczepienia ochronne. Matki poprzez kontakt ze swoimi dziećmi uczą się m.in. opieki nad niemowlęciem, a dla samych niemowląt zagwarantowana jest odpowiednia opieka neonatologiczno-pediatryczna. Dzieci poddawane są także ćwiczeniom, zabiegom i zabawom w środowisku wodnym (baseny) z matkami oraz kadrą medyczną. Pobyty te są w całości odpłatne, bez dofinansowania ze strony instytucji państwowych.

Niektóre uzdrowiska oferują także specjalne programy dla młodych ojców, które koncentrują się przede wszystkim na kontakcie pomiędzy nimi a nowo narodzonymi dziećmi, w celu przełamywania lęków, które niejednokrotnie dręczą młodych ojców w pierwszym okresie po przyjściu dziecka na świat. Oferty tego typu oferuje większość nadmorskich uzdrowisk francuskich. Pobyty takie organizowane są także w innych krajach, przy czym we Francji mają najdłuższe tradycje i uchodzą za najlepiej zorganizowane.

5.2. *Backpacking*

Turystyka typu *backpacking* obejmuje głównie podróże zagraniczne, odbywane przede wszystkim do krajów odległych od miejsca stałego zamieszkania (często określanych jako „egzotyczne”), zazwyczaj na innych kontynentach. Termin ten nie ma bezpośredniego odpowiednika w języku polskim – utartym określeniem na tego typu podróże jest tramping.

Głównym celem tzw. „backpackersów” jest poznawanie odwiedzanych miejsc zarówno pod względem przyrodniczym, jak i kulturowym. Podróże te mają niezależny charakter – odbywają się zazwyczaj samotnie lub w stosunkowo niewielkich grupach znajomych, po trasach położonych z dala od najczęściej przez turystów uczęszczanych miejsc. Ich istotą jest ograniczenie wydatków do minimum – podczas podróży korzysta się z najtańszych miejsc noclegowych (np. hostele), a niejednokrotnie z noclegów udzielonych przez napotkanych po drodze mieszkańców.

Podróże te nie są ściśle ograniczone czasowo, ze względu na nieprzewidywalność zdarzeń, które mogą przytrafić się w trakcie podróży. Z reguły są to wyprawy długotrwałe – od kilku tygodni do kilku miesięcy. Dlatego też tę formę podróży wybierają przede wszystkim młodzi ludzie

dysponujący odpowiednio długim okresem wolnego czasu. Są to zazwyczaj studenci, którzy podczas wakacji wybierają się z plecakiem (ang. *backpack*) w odległe regiony kuli ziemskiej. Drugą grupę podróżnych stanowią osoby, które kończą naukę (studia) i robią sobie trwającą z reguły około jednego roku przerwę (tzw. *gap year*) przed podjęciem obowiązków zawodowych (pierwsza praca). Dlatego też dominują wśród nich przede wszystkim młodzi ludzie z wysoko rozwiniętych krajów świata, głównie ze Stanów Zjednoczonych, Kanady, krajów Europy Zachodniej, Australii i Japonii.

Do najczęściej odwiedzanych regionów należą: Australia, Indie, Azja Południowo-Wschodnia oraz Ameryka Łacińska. Szczególnym zainteresowaniem młodych ludzi cieszy się Azja, a szczególnie Indie, do których rocznie podążają zafascynowani swoistą kulturą tego kraju turyści z całego świata, w tym licznie studenci z Polski. Innym przykładem azjatyckim są podróże głównie młodych Australijczyków po Azji Południowo-Wschodniej, znane powszechnie jako *Banana Pancake Trail* – w zależności od wybranej opcji trasy turyści ci odwiedzają podczas swej podróży m.in.: Wietnam (Zatoka Halong, Hoi An, Hanoi), Laos (Vang Vieng), Kambodżę (Siem Reap z kompleksem Angkor Wat), Tajlandię (Bangkok, Pai, wyspy Ko Pha Ngan i Phi Phi), Malezję (Penang, wyspy Perhentian, Melakka), Indonezję (jezioro Toba, Yogyakarta, Bromo, Bali, Lombok) oraz Filipiny.

W Europie swoistą grupę stanowią tzw. *Inter-Railer*, czyli młodzi turyści odwiedzający poszczególne kraje europejskie z użyciem specjalnego zniżkowego biletu kolejowego *Inter-Rail*, który swym zasięgiem obejmuje w zasadzie całą Europę (w różnych wariantach) wraz z Marokiem.

5.3. Wyjazdy w ramach programu stypendialnego ERASMUS

Wyjazdy zagraniczne w celach edukacyjnych znane są już w zasadzie od setek lat, kiedy to w XII w. zaczęły powstawać pierwsze uniwersytety. Współcześnie przemieszczanie się studentów i pracowników naukowych należy do podstawowych wyznaczników funkcjonowania nowoczesnych systemów kształcenia. Mobilnością w tym względzie odznaczają się także niższe szczeble edukacji – już uczniowie gimnazjów i szkół średnich uczestniczą w zorganizowanych wyjazdach studialnych i wymia-

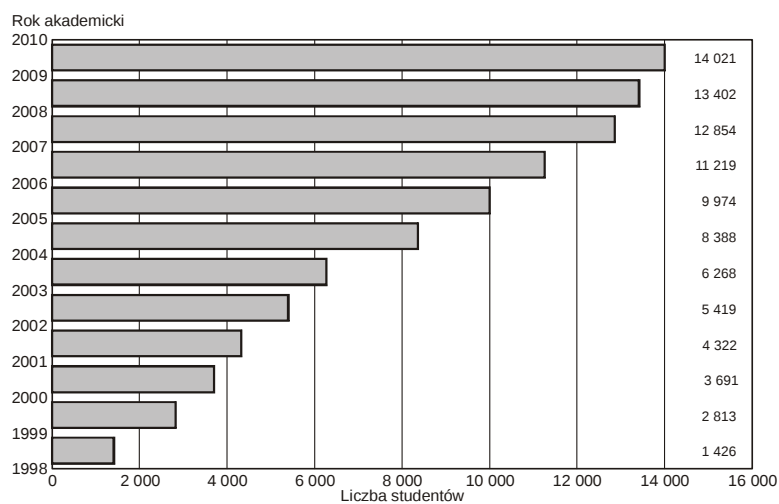
nach. Koniec XX w. przyniósł wyraźny wzrost znaczenia turystyki o charakterze edukacyjnym, co w dużej mierze ma związek z obserwowaną na całym świecie tendencją do podwyższania kwalifikacji niezbędnych w dorosłym życiu zarówno prywatnym, jak i zawodowym. Proces ten wspierany jest znacząco przez liczne programy stypendialne finansowane ze środków publicznych oraz prywatnych.

W Europie szczególne znaczenie posiadają programy stypendialne finansowane z budżetu Unii Europejskiej, a dla kształcenia na poziomie uniwersyteckim rola ta przypada przede wszystkim programowi ERASMUS, który obejmuje swym zasięgiem kraje członkowskie Unii Europejskiej i stowarzyszone z nią oraz kraje Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej. Polska do programu przystąpiła od roku akademickiego 1998/1999, wraz z pozostałymi 11 krajami kandydującymi do UE (od 2004 r. także Turcja, a od 2010 r. Chorwacja). Obecnie obejmuje on swym zasięgiem 30 krajów europejskich.

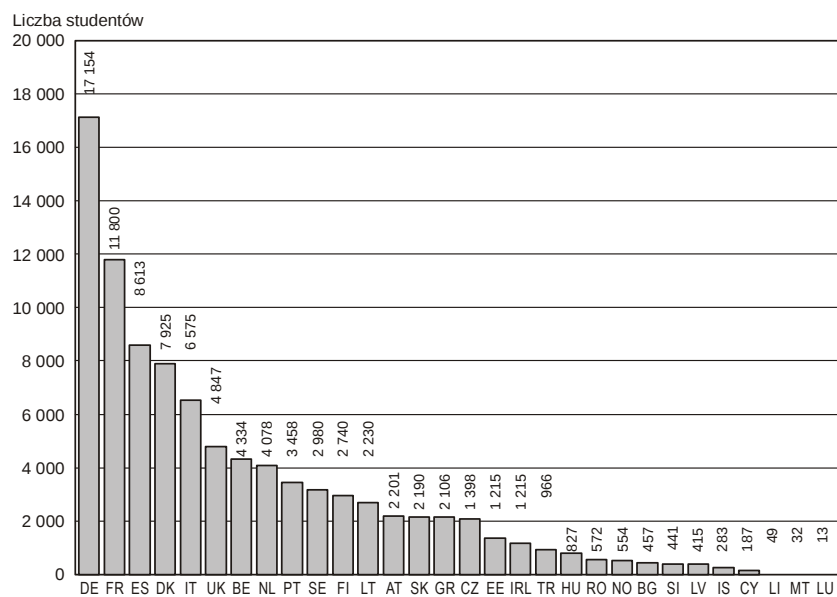
Podczas swoich pobytów (w ramach części studiów lub praktyk) studenci, oprócz realizacji programu przewidzianego dla poszczególnych kierunków na określonych uczelniach, uczestniczą w życiu kulturalnym, zapoznają się z miejscowymi zwyczajami, tradycjami oraz uczestniczą w wyjazdach o charakterze turystyczno-rekreacyjnym. Aktualnie Polska należy do największych beneficjentów programu ERASMUS, a jego popularność wzrasta z roku na rok. Świadczą o tym dane: w pierwszym roku jego działalności za granicę wyjechało 1426 polskich studentów z 46 uczelni, a w roku akademickim 2009/2010 już ponad 14 tys. z 302 uczelni (rys. 1).

Dla porównania – w roku akademickim 2008/2009 Polska znajdowała się na piątej pozycji wśród wszystkich krajów pod względem liczby studentów wysyłanych za granicę (13,4 tys.). Wyprzedzały ją tylko: Francja (28,3 tys.), Niemcy (27,9 tys.), Hiszpania (27,4 tys.) oraz Włochy (19,4 tys.). Najpopularniejszymi kierunkami wyjazdów polskich studentów są: Niemcy (17,2 tys. studentów w całym okresie działalności programu), Francja (11,8 tys.), Hiszpania (8,6 tys.) i Dania (7,9 tys.). Dokładne dane według wszystkich krajów uczestników programu ilustruje rysunek 2.

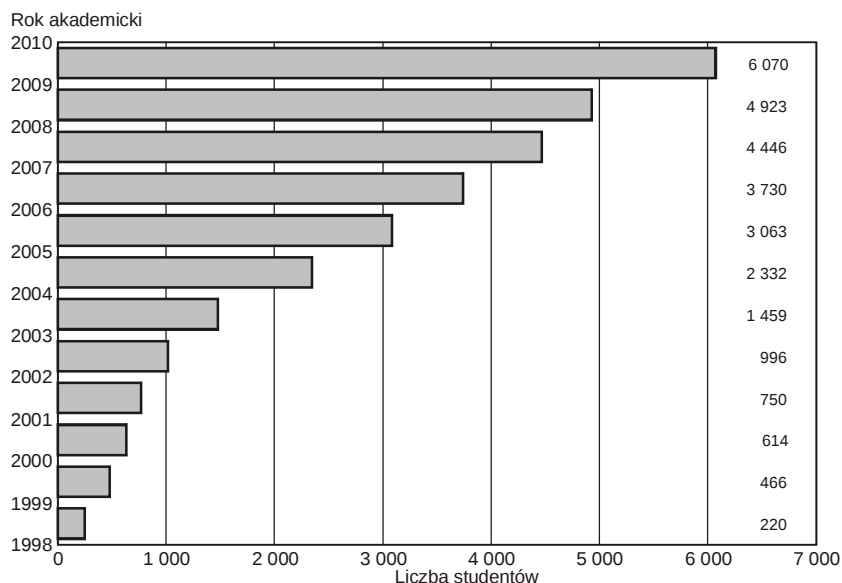
Stale rosnącym zainteresowaniem cieszą się także przyjazdy do Polski studentów zagranicznych. Liczba ich wzrosła z 220 w pierwszym roku do ponad 6000 w roku akademickim 2009/2010 (rys. 3).



Rys. 1. Liczba studentów wyjeżdżających z Polski w ramach programu ERASMUS ogółem w latach 1998/99–2009/10
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych programu stypendialnego (www.erasmus.org.pl)



Rys. 2. Liczba studentów, którzy wyjechali z Polski w ramach programu ERASMUS do poszczególnych krajów w latach 1998/99–2009/10
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych programu stypendialnego (www.erasmus.org.pl)



Rys. 3. Liczba studentów przyjeżdżających do Polski w ramach programu ERASMUS ogółem w latach 1998/99-2009/10
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych programu stypendialnego (www.erasmus.org.pl)

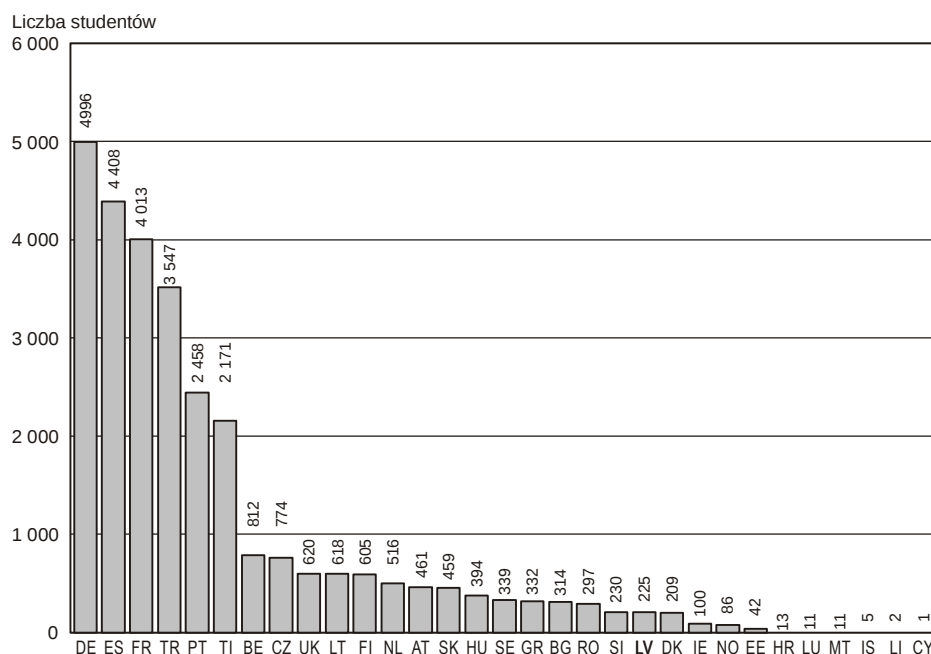
Polska należy do grupy krajów, w których notuje się nadwyżkę osób wyjeżdżających nad przyjeżdżającymi z zagranicy. Dlatego też należy dołożyć więcej starań w celu podniesienia atrakcyjności naszego kraju i polskich uczelni dla zagranicznych studentów.

W roku akademickim 2007/2008 Polska znajdowała się na 13 miejscu wśród krajów-uczestników programu pod względem liczby przyjmowanych studentów (4,4 tys. osób), plasując się za: Hiszpanią (31,1 tys.), Francją, Niemcami, Wielką Brytanią, Włochami, Szwecją, Holandią, Finlandią, Belgią, Portugalią, Danią i Irlandią. Zajmuje jednak czołową pozycję wśród państw dawnego „bloku wschodniego”. Wśród cudzoziemców dominują studenci z: Niemiec (ok. 5 tys. w całym okresie funkcjonowania programu), Hiszpanii (4,4 tys.), Francji (4,0 tys.) i Turcji (3,5 tys.)¹ (rys. 4).

Do krajowych ośrodków naukowych wysyłających najwięcej polskich studentów za granicę należą: Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu i Uniwersytet

¹ www.erasmus.org.pl.

Wrocławski. Spośród polskich ośrodków największą popularnością wśród cudzoziemców cieszą się: Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Wrocławski i Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Uniwersytet Warszawski należy do czołówki europejskich pod względem liczby wysyłanych studentów na studia – w roku 2008/2009 zajmował czwartą pozycję (1097) (patrz przyp. 1).



Rys. 4. Liczba studentów zagranicznych, którzy przyjechali do Polski w ramach programu ERASMUS z poszczególnych krajów w latach 1998/99–2009/10

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych programu stypendialnego (www.erasmus.org.pl)

Stypendium ERASMUSA przyznawane jest na dofinansowanie kosztów związanych z pobytem studenta na uczelni zagranicznej, dlatego też nie pokrywa ono wszystkich wydatków ponoszonych przez beneficjenta tego programu. Jego wysokość różni się w poszczególnych latach (różna pula środków), a dodatkowo zależna jest także od uczelni wysyłającej studenta. Jego wysokość różnicowana jest także ze względu na koszty utrzymania w poszczególnych krajach. Najwyższe stawki otrzymują studenci udający się do krajów skandynawskich oraz niektórych krajów

Europy Zachodniej, a najniższe – do krajów Europy Środkowej (np. Czechy, Słowacja, Węgry) oraz Europy Południowo-Wschodniej (Rumunia, Bułgaria). W ostatnich latach wysokość stypendium kształtowała się na poziomie 250–550 euro na miesiąc, zależnie od uczelni i kraju przyjmującego. Inne nieco wysokości stypendium przyznawane są na wyjazdy w ramach praktyk i szkoleń (krótsze pobyty). Uczelnie macierzyste mogą także dodatkowo wspierać materialnie wysyłanych studentów z innych środków, np. wypłacając zaliczki na pokrycie kosztów transportu.

Spośród innych programów stypendialnych należy wymienić m.in. CEEPUS (Central European Exchange Program for University Studies), który stanowi międzyrządowy projekt wymiany studentów i pracowników naukowych w ramach krajów sygnatariuszy, do których należą: Albania, Austria, Bośnia-Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Czarnogóra, Czechy, Macedonia, Mołdowa, Polska, Rumunia, Serbia, Słowacja, Słowenia, Węgry oraz Kosovo. Wysokość tego stypendium jest jednak niższa, niż w przypadku ERASMUSA, a wypłacane jest ono przez rząd kraju przyjmującego. Tak więc traktując oba programy stypendialne ERASMUS i CEEPUS łącznie, to swoim zasięgiem pokrywają one prawie cały kontynent europejski.

5.4. Turystyka lingwistyczna (językowa)

Znajomość języków obcych jest współcześnie jedną z podstawowych cech, stanowiących o wykształceniu i kompetencjach człowieka, zarówno w kwestiach zawodowych, jak i osobistych. Warunkuje możliwość kontaktu między ludźmi w coraz bardziej zglobalizowanym świecie. Dlatego też na naukę języków obcych przeznaczają się coraz więcej środków finansowych prywatnych i tych pochodzących z budżetu poszczególnych krajów, a przeznaczanych w dużej mierze na finansowanie systemu edukacji. Dlatego też notuje się także coraz większą liczbę wyjazdów, których celem jest nauka i podnoszenie kompetencji językowych, co jest szczególnie ważne dla młodych osób, stojących u progu swojej przyszłej kariery zawodowej.

Zjawisko to, znane pod nazwą „turystyki lingwistycznej”, jest jednak dość mocno zróżnicowane. Obejmuje zarówno wyjazdy krajowe, jak i zagraniczne, przy czym te poza granice własnego kraju są szczególnie atrakcyjne, zwłaszcza jeżeli języka można uczyć się w kraju, w którym

ludność posługuje się nim na co dzień. Wyjazdy krajowe dominują przede wszystkim wśród młodszej grupy wiekowej, zwłaszcza dzieci i młodzieży w wieku szkolnym. Są to przede wszystkim obozy i kursy językowe organizowane podczas przerw w nauce (głównie w wakacje). Co piąty młody turysta deklaruje, że podczas wyjazdów zagranicznych uczy się języka obcego, chociaż tylko dla 2% z nich jest to główny cel wyjazdu (*New horizons...* 2007).

Wśród podróżnych w tej grupie dominują zwłaszcza osoby pochodzące z krajów wysoko rozwiniętych, co wiąże się ściśle z wysokimi opłatami kursów i szkół językowych. Patrząc globalnie, najwięcej z nich pochodzi z: Japonii, Korei Południowej i Niemiec, przy czym w pierwszej dziesiątce na świecie są także: Hiszpanie, Brazylijczycy, Włosi, Szwajcarzy i Amerykanie. W ostatnich latach wzrosła pod tym względem pozycja Chin i Arabii Saudyjskiej (tab. 2). Wśród państw przyjmujących dominują kraje anglojęzyczne, a zwłaszcza: Wielka Brytania, Stany Zjednoczone, Kanada (także język francuski), Australia i Malta. Spoza kręgu języka angielskiego na uwagę zasługuje przede wszystkim Hiszpania, Francja i Niemcy (tab. 3).

Tabela 2. Ranking głównych krajów wysyłających turystów lingwistycznych za granicę w latach 2005–2009

Miejsce	2005	2006	2007	2008	2009
1.	Japonia	Japonia	Japonia	Niemcy	Niemcy
2.	Niemcy	Hiszpania	Korea Płd.	Hiszpania	Korea Płd.
3.	USA	Niemcy	Hiszpania	Korea Płd.	Hiszpania
4.	Hiszpania	Brazylia	Brazylia	Włochy	Japonia
5.	Brazylia	Włochy	Szwajcaria	USA	Chiny
6.	Francja	Korea Płd.	Niemcy	Japonia	Arabia Saudyjska
7.	Włochy	Szwajcaria	Włochy	Szwajcaria	Brazylia
8.	Korea Płd.	Francja	Wielka Brytania	Brazylia	Włochy
9.	Szwajcaria	Meksyk	USA	Wielka Brytania	Szwajcaria
10.	Wielka Brytania	USA	Meksyk	Francja	USA

Źródło: *Global directions...* (2009).

Tabela 3. Ranking głównych krajów przyjmujących turystów lingwistycznych z zagranicy w latach 2005–2009

Miejsce	2005	2006	2007	2008	2009
1.	Wielka Brytania	Wielka Brytania	Wielka Brytania	Wielka Brytania	Wielka Brytania
2.	Hiszpania	Hiszpania	USA	USA	USA
3.	Francja	USA	Hiszpania	Kanada	Kanada
4.	USA	Kanada	Kanada	Australia	Australia
5.	Kanada	Australia	Australia	Hiszpania	Malta
6.	Australia	Francja	Francja	Francja	Hiszpania
7.	Irlandia	Malta	Malta	Niemcy	Irlandia
8.	Malta	Nowa Zelandia	Irlandia	Malta	Francja
9.	Włochy	Włochy	Niemcy	Włochy	Niemcy
10.	Niemcy	Irlandia	Włochy	Irlandia	Nowa Zelandia

Źródło: *Global directions...* (2009).

Według danych ALTO (*Association of Language Travel Organization*) z roku na rok spada średnia wieku osób wyjeżdżających w celach nauki języka – dla porównania w 2004 r. poniżej 21 roku życia było 45% podróżnych, a rok później już 57%. Około 60% osób mieściło się w przedziale wiekowym 15–25 lat, a poniżej 15 roku życia było ok. 10% osób. Przeważały wyjazdy na okres 2–4 tygodni (ok. 65%), ale znaczący jest także odsetek wyjazdów długoterminowych, trwających 1–3 miesiące (ok. 30%) (*Global directions...* 2005). Z reguły pobyt i naukę języka obcego łączy się z pracą (tzw. *work experiences programmes* lub *study & work programmes*). Dużą popularnością cieszą się także pobyty z rozbudowaną ofertą kulturalną i wypoczynkową.

6. Podsumowanie

Grupa wiekowa dzieci i młodzieży (w tym studenckiej) jest najszybciej zmieniającą się kategorią turystów pod względem ilościowym i jakościowym. W zasadzie notuje się stały wzrost liczebności młodych turystów

w ujęciu ruchu wewnątrz krajowego i w aspekcie międzynarodowym, z czym wiążą się także kwestie finansowe – ta grupa osób generuje coraz większe zyski dla krajów przyjmujących i poszczególnych podmiotów odpowiedzialnych za organizację ruchu turystycznego.

Ze względu na fakt, iż jednym z podstawowych elementów wyróżniających młodych ludzi spośród szerokiego grona turystów jest swoista kreatywność i niezależność, przekłada się to bezpośrednio na kwestie organizacji i obsługi ruchu turystycznego młodzieży. Można stwierdzić, że właśnie młodzi turyści mają współcześnie największy wpływ na przemiany zachodzące w obrębie szeroko rozumianej turystyki, stanowiąc swoiste medium służące przenoszeniu w obrębie „globalnej wioski” nowych wartości, idei oraz rozwiązań technicznych i technologicznych. Z drugiej strony bardzo szybko chłoną to, co ich otacza, a w konsekwencji niejednokrotnie doświadczenia zdobyte podczas podróży stają się elementem ich życia, ich osobowości, przekonań i systemu wartości.

Nie należy jednak zapominać, że turystyka przynosi nie tylko pozytywne skutki. Nieumiejętnie rozumiana przez młodych ludzi swoboda i niezależność, przypisana niejako do ich wieku, może stać się przyczyną wielu problemów. Hedonistyczne podejście do życia, przejawiające się często w poszukiwaniu rozmaitych rozrywek i swoistych atrakcji, często wzmacniane alkoholem i środkami odurzającymi, powoduje niejednokrotnie poważne konsekwencje zarówno natury zdrowotnej, jak i społecznej. Widoczne jest to m.in. na wielu plażach w ośrodkach wypoczynkowych w basenie Morza Śródziemnego w czasie letnich wakacji młodzieży europejskiej i na plażach Stanów Zjednoczonych i Karaibów w okresie amerykańskiego *spring break*.

Zdając sobie sprawę, że młody człowiek przez cały okres swojego dzieciństwa i młodości przygotowuje się do dorosłego życia w aspekcie prywatno-rodzinnym i zawodowym, powinno się przykładąć specjalną troskę nie tylko do wychowywania przez turystykę, ale wychowywania dla turystyki – aby w konsekwencji przynosiła ona jak najwięcej pozytywów dla samych turystów i dla społeczności odwiedzanych.

Literatura

- Faracik R., 2007, *Potrzeby i motywacje turystyczne*, [w:] Kurek W. (red.), *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Global directions in language travel* 2005, Association of Language Travel Organisations: www.altonet.org.
- Global directions in language travel* 2009, Association of Language Travel Organisations: www.altonet.org.
- Loker-Murphy L., Pearce, P.L., 1995, *Young budget travelers: Backpacker in Australia*, *Annals of Tourism Research*, 22 (4).
- New horizons II. The Young Independent Traveller*, 2007, WYSET Confederation: www.wysetc.org.
- Przeclawski K., 1996, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków.
- Swarbrooke J., Horner S., 1999, *Consumer behaviour in tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Youth travel matters. Understanding the global phenomenon of youth travel*, 2008, UN World Tourism Organization, Madrid.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Joanna Kowalczyk-Anioł*

KLUBY WZAJEMNEJ GOŚCINNOŚCI – *SIGNUM TEMPORIS* WSPÓŁCZESNEJ TURYSTYKI POLSKIEJ MŁODZIEŻY

1. Wstęp

Internetowe portale (kluby)¹ wzajemnej gościnności to swoisty wyznacznik turystyki alternatywnej początku XXI w. Zasada ich funkcjonowania jest prosta: internetowe społeczności tworzą kluby, których członkowie mają m.in. możliwość darmowego noclegu na całym świecie.

Istota portali – klubów wzajemnej gościnności – jest według francuskich autorów J-Y. Hégron, J-L. Pagès, A. Moron (2009) bliska trendowi współczesnej turystyki nazwanego przez autorów „turystyką trzeciego typu”, który przywiązuje szczególne znaczenie do psychologicznych i duchowych potrzeb człowieka, m.in. zaufania, gościnności, autentyczności, pragnienia przeżycia niezwyklej podróży. Autorzy wiążą zjawisko wymiany gościnności m.in. z potrzebą współtworzenia bezinteresownych relacji międzyludzkich. Podkreślają również rzeczywisty kontakt turystów z mieszkańcami i kulturą odwiedzanych terenów, co dla obu stron niesie więcej korzyści niż w przypadku wyjazdów zorganizowanych, np. przez biura podróży. Jednocześnie za największy atut klu-

* Uniwersytet Łódzki, Instytut Geografii Miast i Turyzmu, 90-142 Łódź, ul. Kopcińskiego 31, e-mail: jkaniol@geo.uni.lodz.pl.

¹ W języku polskim nie funkcjonuje jedna nazwa formy internetowej aktywności i organizacji podróży określanej w języku angielskimi często jako *couchsurfing*. Do najczęściej pojawiających się określeń należą kluby, portale, systemy wzajemnej gościnności, internetowe portale społecznościowe z darmowymi noclegami, „nocowanie na kanapie”, tanie podróżowanie itp.

bów wzajemnej gościnności uznają możliwość skorzystania z darmowego noclegu w zamian za ewentualne, nieobligatoryjne udzielenie noclegu lub innej formy gościnności (np. zaproszenie na poczęstunek, oprowadzenie gościa po swoim mieście, zorganizowanie wycieczki) innym gościom – użytkownikom portalu.

Niewiele osób wie, że pierwszym serwisem służącym wymianie adresów przez podróżników był Hospex stworzony w 1992 r. przez Wojciecha Sylwestrzaka i umieszczony w polskiej, uniwersyteckiej sieci PLEARN (Gawlik 2011). W szczytowym okresie baza liczyła kilkaset osób, głównie z Polski, Niemiec, Wielkiej Brytanii i USA. Polska baza zakończyła działalność około 1996 r.

W 2000 r. niemiecki student Veit Kühne uruchomił podobny serwis – HospitalityClub, liczący obecnie ponad 640 tys. członków. Jest on współcześnie drugim pod względem popularności na świecie. W 2001 r. powstał GlobalFreeloaders – liczący obecnie ok. 75 tys. użytkowników.

W styczniu 2004 r. został uruchomiony amerykański portal CouchSurfing. Od tego czasu strona zanotowała 3 mln zarejestrowanych członków i jest najbardziej popularnym stowarzyszeniem tego typu w skali świata. Chwytliwa nazwa portalu stała się szybko synonimem całego ruchu. Do innych znanych portali wzajemnej gościnności należą m.in. Servas Open Doors, Tripping, Flatjump, BeWelcome. Są to głównie organizacje pozarządowe *non-profit*, utrzymujące się z dotacji lub dobrowolnych składek użytkowników.

Współcześnie prawie każdy – dzięki dostępności Internetu – może zostać członkiem wybranej organizacji wzajemnej gościnności – wystarczy podać swoje dane personalne, przejść w celach bezpieczeństwa ich weryfikację, a następnie wypełnić profil swojego konta, określając m.in. własne zainteresowania, planowane i zrealizowane podróże, znajomość języków obcych, proponowane formy gościnności. Część portali (dla zwiększenia wiarygodności i bezpieczeństwa osób korzystających) umożliwia wystawianie opinii-referencji na profilu użytkownika.

Kluby (portale) wzajemnej gościnności są szczególnie popularne wśród młodzieży, zwłaszcza studenckiej. Celem opracowania jest przedstawienie polskiej młodzieży jako użytkownika dwóch największych portali: CouchSurfing i HospitalityClub na przykładzie dostępnych danych statystycznych oraz wyników badań ankietowych J. Borowskiej (2011).

2. HospitalityClub

HospitalityClub jest popularnym internetowym portalem społecznościowym. Powstał na podstawie informacji zebranych m.in. przez autostopowiczów i zamieszczonych w sieci na początku 2000 r. Swoją bazę adresową przekazał tu również założyciel zamykanego w 1996 r. Hospexu (Gawlik 2011). Digitalizację tego projektu wymyślił młody niemiecki student.

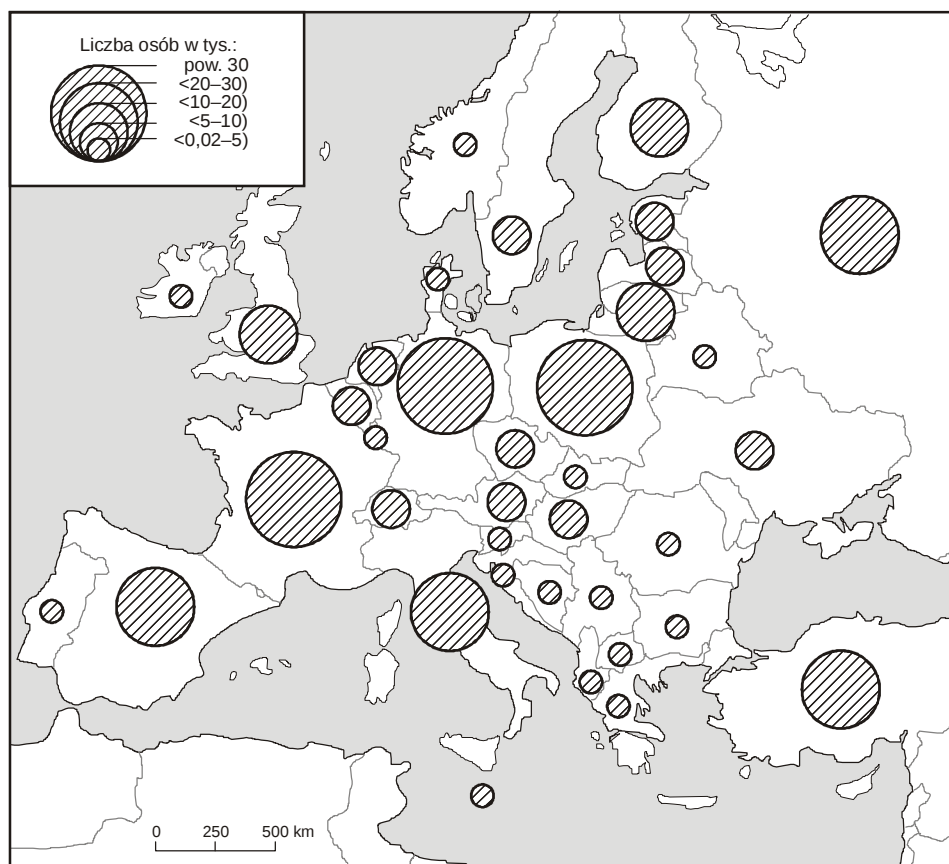
Na stronie organizacji zamieszczono następującą informację: „Naszym celem jest zbliżanie ludzi – goszczących i gości, podróżników i miejscowych. Członkowie HospitalityClub na całym świecie pomagają sobie wzajemnie w czasie podróży – oferując np. nocleg lub prezentując swoje miasto. Udział w Klubie jest darmowy – każdy może się przyłączyć. Zarejestrowani i zaakceptowani członkowie mają wgląd do informacji o innych członkach w Klubie. Klub jest założony i prowadzony przez wolontariuszy, którzy wierzą, że ułatwienie podróżnikom kontaktów z lokalną ludnością w innych krajach i innych kulturach przyczyni się do budowania lepszego świata”².

Dostęp do bazy danych ma każdy posiadający komputer i Internet. Jedynym dochodem HospitalityClub są reklamy Google'a ads pojawiające się na stronie (Gawlik 2011). Uzyskane środki pozwalają opłacić serwery, natomiast cała praca (w tym weryfikacja danych osobowych nowych użytkowników) wykonywana jest przez wolontariuszy.

Według danych z września 2011 r., stowarzyszenie zrzesza ok. 640 tys. osób pochodzących z ok. 230 krajów, co pozwala mówić o ogólnosięwiatowym zasięgu systemu. Zdecydowanie najwięcej jego członków pochodzi z Europy (rys. 1), gdzie w prawie każdym państwie można spotkać osoby należące do tej organizacji.

Krajami, z których rekrutuje się największa liczba klubowiczów, są Niemcy (tu założono portal), Francja, USA oraz Polska (rys. 2). W dalszej kolejności znajdują się Rosja, Hiszpania, Turcja, Włochy, Wielka Brytania i Brazylia, w których zarejestrowano powyżej 20 tys. użytkowników. Powyżej 10 tys. osób należących do omawianego stowarzyszenia zamieszkuje w Argentynie, Kanadzie, Finlandii, Australii, Indiach i na Litwie.

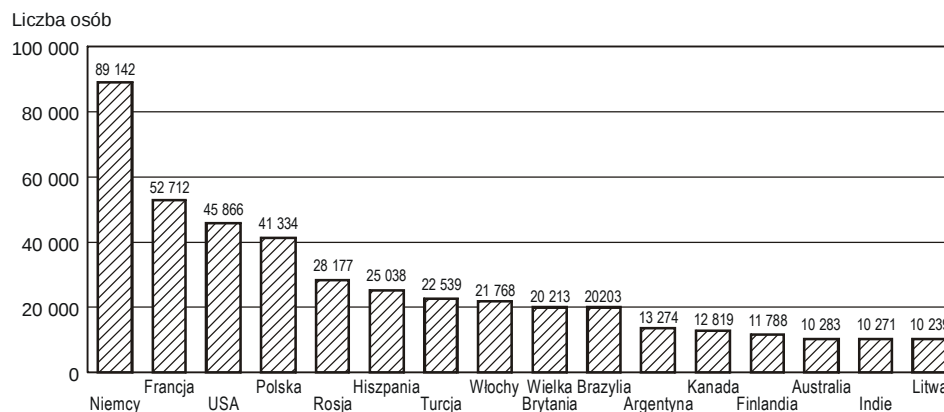
² www.hospitalityclub.org.



Rys. 1. Pochodzenie terytorialne europejskich użytkowników HospitalityClub
(stan na 16.09.2011)

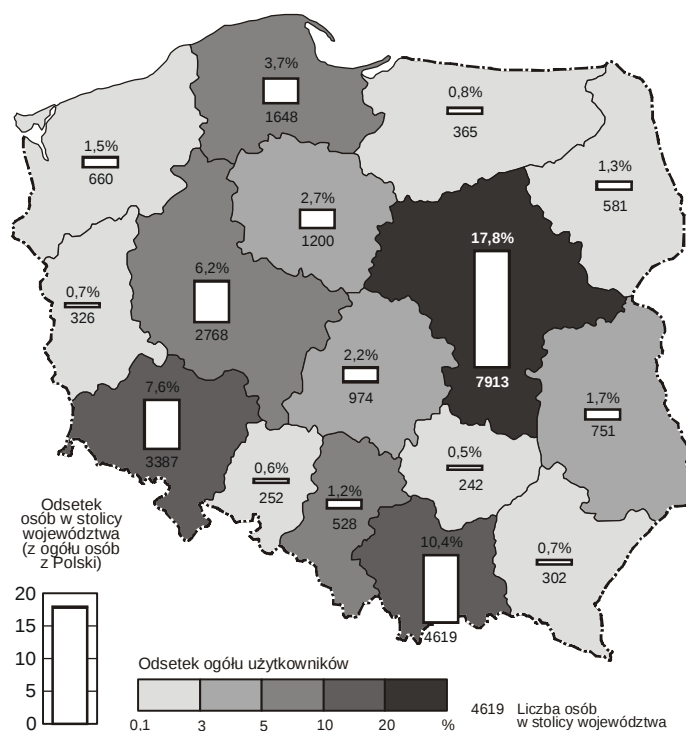
Źródło: opracowanie własne na podstawie oficjalnych statystyk
<http://secure.hospitalityclub.org/hc/hcworld.php>

Z grona ponad 41 tys. polskich członków organizacji najwięcej osób pochodziło z województwa mazowieckiego. Rozmieszczenie przestrzenne polskich użytkowników HospitalityClub pokazuje rysunek 3. Warto zaznaczyć, że 60% osób zarejestrowanych w tym klubie mieszkało w miastach wojewódzkich, z tego: 18% w Warszawie, 11% w Krakowie, a 8% we Wrocławiu.



Rys. 2. Kraje z powyżej 10 tys. użytkowników HospitalityClub (stan na 16.09.2011)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych
<http://secure.hospitalityclub.org/hc/hcworld.php>



Rys. 3. Pochodzenie terytorialne polskich użytkowników portalu HospitalityClub

Źródło: opracowanie własne na podstawie oficjalnych danych
<http://secure.hospitalityclub.org/hc/hcworld.php?country=155>

3. CouchSurfing

W 2004 r. w USA Casey Fenton założył portal CouchSurfing. Serwis jako pierwszy pobierał opłaty od użytkowników. Założenie konta było i jest darmowe, jednak za 25 dolarów można otrzymać list potwierdzający adres zamieszkania użytkownika. Taka weryfikacja, której celem było w założeniu zwiększać zaufanie wobec proszącego o nocleg, zyskała dużą społeczną akceptację³.

Co ciekawe, w sierpniu 2011 r. portalowi udało się uzyskać certyfikat „B Corporation”, a tym samym z organizacji non-profit zamienił się on w społecznie odpowiedzialną organizację nastawioną na przychód. Fakt ten daje wiele możliwości dofinansowania, co pozwoli na wprowadzenie zmian w funkcjonowaniu serwisu (nadal jednak wszystkie dostępne obecnie funkcje mają być bezpłatne)⁴.

CouchSurfing to obecnie największy pod względem liczby użytkowników klub wzajemnej gościnności na świecie. Według oficjalnych statystyk rekrutuje prawie 3,2 mln osób (wrzesień 2011 r.) z ponad 240 krajów i terytoriów (w tym Antarktyki!), mówiących ponad 330 różnymi językami (z tego 73% po angielsku) i mieszkających w ponad 79 tys. miejsc. Organizację wyróżnia duża dynamika wzrostu – dla przykładu w styczniu 2011 r. liczyła 1,7 mln użytkowników, marcu 2011 r. – 2,5 mln, we wrześniu 2011 r. o 700 tys. więcej osób. Największa koncentracja użytkowników dotyczy Europy (52%) i Ameryki Północnej (26%) (tab. 1).

Najwięcej osób (20,4%) pochodziło z USA, Niemiec (9,5%), Francji (8,6%), Kanady (4,3%), Wielkiej Brytanii (4%) (rys. 4). Od 3% do 2% użytkowników pochodziło z Włoch, Hiszpanii, Brazylii, Australii, Chin oraz Holandii. Polska zajmowała dziesiąte miejsce z 71 562 (2,2%) członków. Podobnie, jak w omówionej wcześniej organizacji HospitalityClub, także w CouchSurfing zarejestrowane są osoby z każdego zakątka Europy (rys. 5).

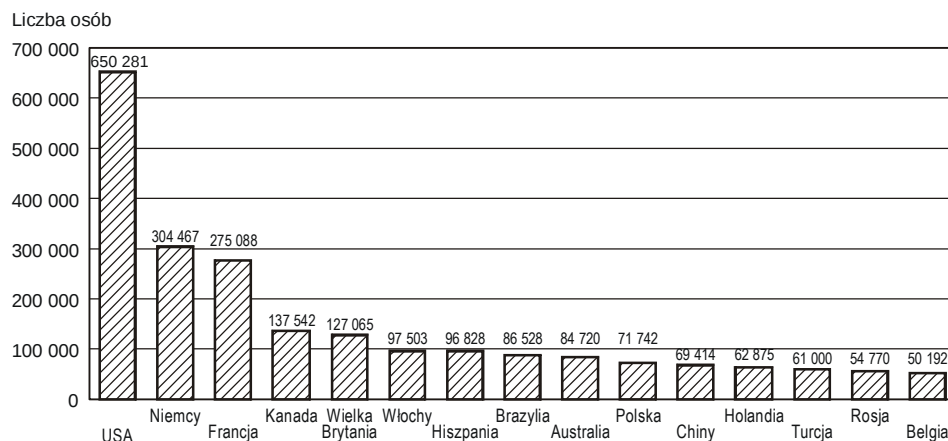
³ Do września 2011 r. tożsamość potwierdziło 8,3% użytkowników, czyli ok. 260 tys. osób. Tym samym na weryfikacjach serwis zarobił ponad 6 mln dolarów (Gawlik 2011).

⁴ Jak podaje Gawlik (2011), w CouchSurfing 7,6 mln dolarów zainwestował Benchmark Capital (inwestor Quory, Twittera – przyp. autorki). Według informacji ze strony stowarzyszenia zdołano już otrzymać wsparcie także od Omidyar (Wikimedia, Kiva.org). Sytuacja ta wzbudziła poruszenie wśród członków, jednak masowego odpływu użytkowników nie widać.

Tabela 1. Użytkownicy portalu CouchSurfing według regionów świata
(stan na 16.09.2011)

Regiony świata	Liczba osób	Odsetek osób
Europa	1651574	51,9
Ameryka Północna	823561	25,9
Ameryka Południowa	204738	6,4
Azja Centralna	191601	6,0
Australia i Oceania	108414	3,4
Azja Południowowschodnia	71443	2,2
Afryka	58995	1,9
Bliski Wschód	51325	1,6
Ameryka Środkowa	15329	0,5
Antarktyka	102	0,003

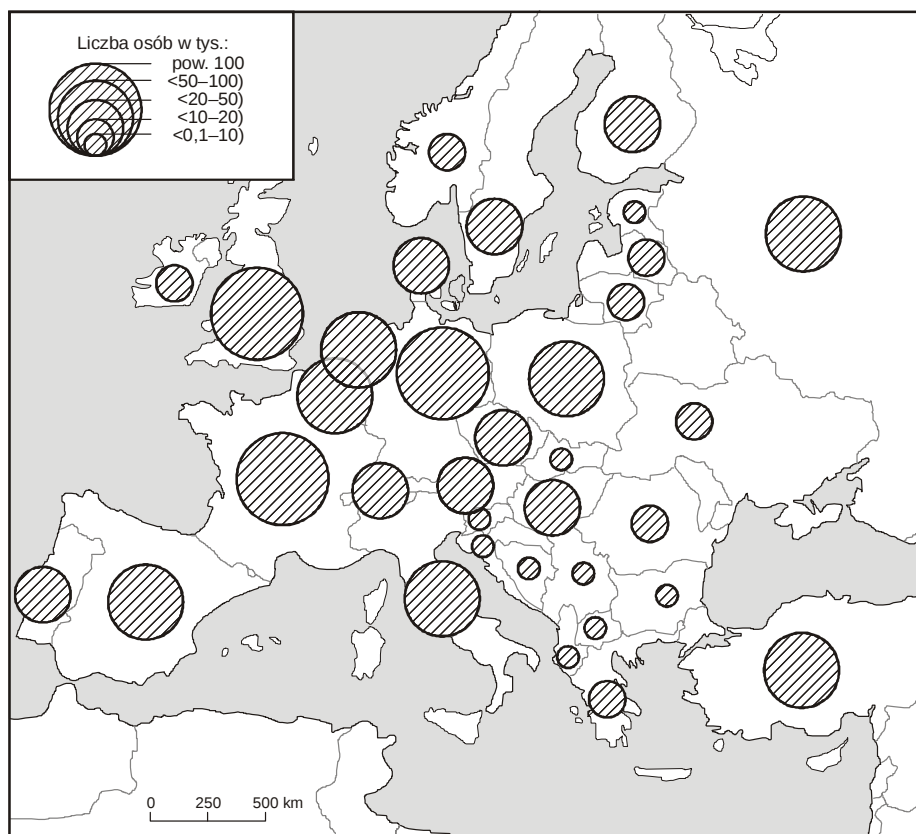
Źródło: oficjalne statystyki CouchSurfing (<http://www.couchsurfing.org/statistics.html>).



Rys. 4. Kraje z powyżej 50 tys. użytkowników CouchSurfing (stan na 16.09.2011)

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.couchsurfing.org/statistics.html>

Jest to populacja o porównywalnym udziale kobiet oraz mężczyzn. Wprawdzie przeciętny wiek użytkownika portalu CouchSurfing wynosił 28 lat, jednak najliczniejszą grupę (37%) stanowiły osoby od 18 do 24 lat, natomiast ok. 33% członkowie w wieku 25–29 lat. Co ciekawe, wśród użytkowników serwisu zarejestrowane były także 592 osoby w wieku 80–89 lat! (tab. 2).



Rys. 5. Pochodzenie terytorialne europejskich użytkowników portalu CouchSurfing (16.09.2011)

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.couchsurfing.org/statistics.html>

Tabela 2. Struktura wieku użytkowników portalu CouchSurfing (stan na 16.09.2011)

Wiek (lata)	Liczba osób	Odsetek osób
18–24	1 176 583	36,9
25–29	1 042 563	32,7
30–34	481 901	15,1
35–39	201 852	6,3
40–49	167 333	5,3
50–59	71 365	2,2
60–69	24 152	0,8
70–79	3 266	0,1
80–89	592	

Źródło: <http://www.couchsurfing.org/statistics.html>.

W świetle oficjalnych statystyk serwisu, stowarzyszonych jest w nim ok. 70 tys. osób mieszkających w Polsce. Nieznacznie przeważają kobiety (ok. 57%), natomiast pod względem wieku przeciętny polski użytkownik portalu CouchSurfing jest młodszy i ma 25 lat. Co drugi zarejestrowany Polak jest w wieku 18–24 lata, a co trzeci 25–29 lat (tab. 3). Przedstawiona struktura wiekowa polskich użytkowników serwisu pozwala określić, iż ta forma aktywności dotyczy przede wszystkim młodzieży.

Tabela 3. Struktura wieku polskich użytkowników portalu CouchSurfing (stan na 29.08.2011)

Wiek (lata)	Liczba osób	Odsetek osób
18–24	36 141	52,1
25–29	22 259	32,1
30–34	6 553	9,4
35–39	2 280	3,3
40–49	1 448	2,1
50–59	494	0,7
60–69	101	0,1
70–79	8	
80–89	5	

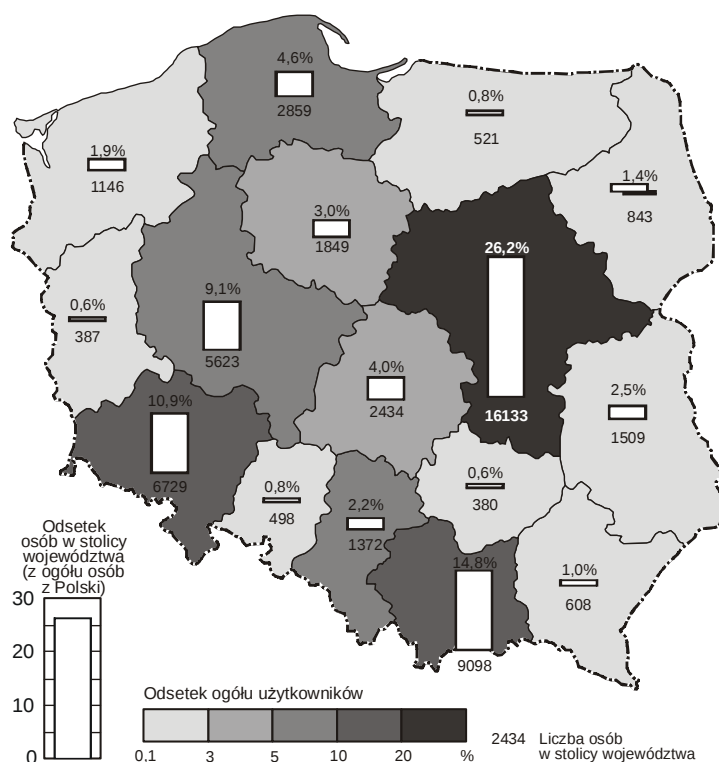
Źródło: http://www.couchsurfing.org/statistics.html?country_name=Poland.

Ponad 1/4 polskich członków tej organizacji pochodziło z województwa mazowieckiego, kolejne 15% z małopolskiego, a 11% z dolnośląskiego (rys. 6). Wśród miejsc zamieszkania użytkowników zdecydowanie przeważały duże miasta – szczególnie stolicy województw. Najwięcej osób rekrutowało się z Warszawy (ponad 16 tys.) i Krakowa (ponad 9 tys.). Duże skupiska stanowiły kolejno: Wrocław (ponad 6,7 tys.), Poznań (ponad 5,6 tys.), Gdańsk (ponad 2,8 tys.), Łódź (ponad 2,4 tys.) oraz konurbacja śląska (rys. 6).

Większość osób (67,8%) deklarowała znajomość języka angielskiego, 11,6% niemieckiego, 7,1% hiszpańskiego, 6,6% francuskiego, a 5,6% rosyjskiego.

W świetle widocznych w statystykach serwisu informacji można także scharakteryzować formy gościnności oferowane przez użytkowników portalu CouchSurfing w Polsce; 31% proponowało gościom nocleg w swoim domu, 30% oferowało tylko zaproszenie na kawę, herbatę, piwo czy inny

poczęstunek – forma ta pozwala jednocześnie na bezpośredni kontakt i wymianę międzykulturową (tab. 4).



Rys. 6. Pochodzenie terytorialne polskich użytkowników portalu CouchSurfing (stan na 29.08.2011)

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.couchsurfing.org/statistics.html>

Tabela 4. Formy gościnności (status profilu) użytkowników portalu CouchSurfing (stan na 29.08.2011)

Formy gościnności	Ogółem	Polska
	(odsetek osób)	
Zapraszam na nocleg	27,7	30,8
Zapraszam tylko na poczęstunek	26,7	30,2
Być może zaproszę na nocleg	18,9	16,6
Obecnie w podróży	14,4	15,9
Nie proponuję noclegu	12,3	6,5

Źródło: http://www.couchsurfing.org/statistics.html?country_name=Poland.

Jedynie 6,5% nie przyjmowało gości w swoim domu, zaś 16% rozważało taką możliwość. Powyższe wyniki skonfrontowane z wynikami dla ogółu członków stowarzyszenia, jak i wiodących w rankingu pod względem liczby użytkowników krajów pokazują wyższy poziom gościnności polskich klubowiczów, wyznaczany zwłaszcza propozycją udostępnienia bezpłatnego miejsca do spania (tab. 4).

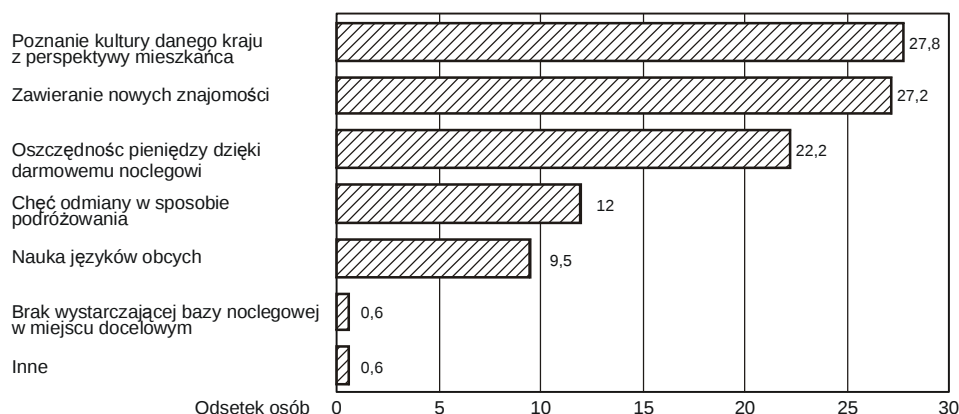
4. Polska młodzież jako użytkownik systemów wzajemnej gościnności

Interesujące badania ankietowe wśród polskich użytkowników portali wzajemnej gościnności przeprowadziła J. Borowska (2011)⁵. Pozwalają one na lepsze poznanie cech społecznych, doświadczenia turystycznego, motywacji osób zrzeszonych w klubach wzajemnej gościnności, jak i oceny funkcjonowania samych organizacji. Ponieważ w grupie tej ponad 58% stanowiły osoby w wieku 19–24 lata (40% w wieku 25–35 lat) można potraktować przedstawione wyniki jako charakterystykę polskiej młodzieży (zwłaszcza studenckiej) korzystającej z portali wzajemnej gościnności.

Podobnie jak w oficjalnych statystykach serwisów, w grupie ankietowanych przez J. Borowską (2011) przeważały (65%) osoby z dużych – powyżej 200 tys. mieszkańców – miast. Były to zazwyczaj osoby z wykształceniem wyższym (42% magisterskie, 38% licencjackie). Symptomatyczne, że własną ocenę sytuacji materialnej ponad połowa badanych określiła jako dobrą lub bardzo dobrą, 40% zaś jako średnią, a 8% jako złą. Zatem to nie trudna sytuacja materialna decyduje o przynależności do klubów wzajemnej gościnności i zainteresowaniu m.in. darmowymi noclegami na świecie. Analiza motywów, jakimi kierowali się badani,

⁵ Badania przy zastosowaniu celowego doboru próby przeprowadzono drogą internetową (w terminie od września 2010 r. do stycznia 2011 r.) wśród użytkowników portali m.in. CouchSurfing, Hospitality Club, Flatjump, Servas Open Doors, Stay4free, Globalfreeloaders, BeWelcome. Po weryfikacji w analizie uwzględniono 60 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy ankiet. Uzyskane wyniki mają charakter sondażowy. Największa część badanych (64%) należała do organizacji CouchSurfing, 22% do Hospitality Club, 5% do Flatjump, 4% do BeWelcome. Warto zaznaczyć, że część respondentów przynależała do kilku klubów.

przystępując do klubu wzajemnej gościnności, wyraźnie wskazuje hierarchię celów (rys. 7).



Rys. 7. Struktura motywów korzystania z portali wzajemnej gościnności
Źródło: J. Borowska (2011)

Dla badanych najważniejsze okazały się poznawanie kultury danego kraju z perspektywy mieszkańca (28%) oraz zawieranie nowych znajomości z członkami klubów (27%). Dla 22% istotna była możliwość zaoszczędzenia pieniędzy (dzięki bezpłatnemu zakwaterowaniu); 12% badanych podkreślało ponadto chęć odmiany w dotychczasowym sposobie podróżowania, a 9% odpowiedziało, że ważną kwestią jest możliwość nauki lub praktykowanie i doskonalenie umiejętności językowych. Wśród rzadziej podawanych motywacji były m.in. brak wystarczającej bazy noclegowej w miejscu docelowym, podnoszenie poziomu zaufania do obcych ludzi, przełamywanie barier międzykulturowych.

J. Borowska przytacza również wyniki badań przeprowadzonych przez P. Białą (2009), w myśl których dla ponad połowy użytkowników portali wzajemnej gościnności z całego świata główną motywacją aktywności klubowej był szeroko rozumiany rozwój osobisty, na który składają się kształtowanie własnego charakteru i zrozumienie siebie przez kontakt z innymi ludźmi.

J. Borowska (2009) przedstawiła także korzyści z przynależności do klubów wzajemnej gościnności w opiniach badanych użytkowników serwisów. Prezentują one bardzo podobną strukturę do motywacji rozbudowaną o jedną znaczącą odpowiedź – prawie co piąty z badanych

wskazał na przygodę, spontaniczność, emocje towarzyszące wymianie gościnności (bycia gościem lub gospodarzem). Z kolei wśród zalet podróżowania w ramach klubów wzajemnej gościnności poza wysoko ocenianą możliwością poznania kultury i zobaczenia więcej niż typowy turysta (47%) oraz niskimi kosztami podróży (pomniejszonymi o koszty zakwaterowania), badani podali jako znaczące także oryginalność podróży i większą przygodę, niezależność i swobodę wyboru oraz brak ograniczeń czasowych w zwiedzaniu.

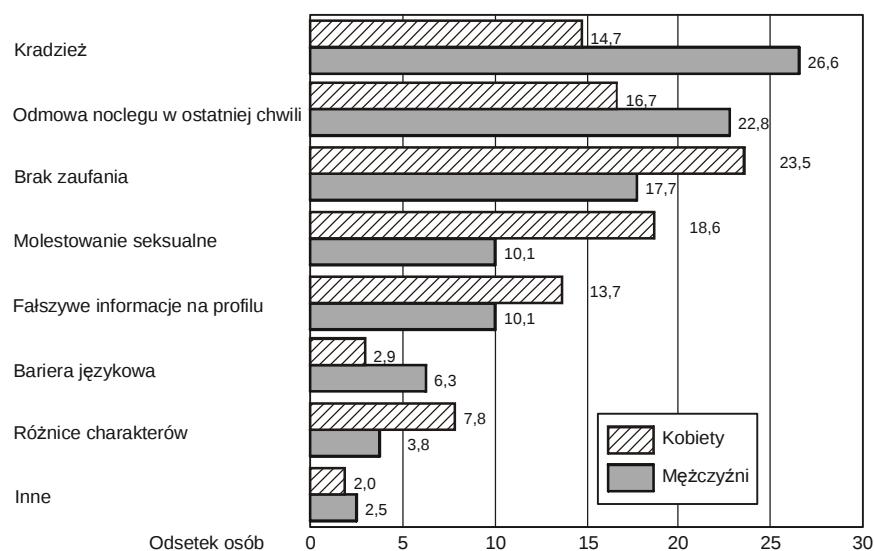
Wśród źródeł wiedzy o portalach wzajemnej gościnności najczęściej wskazywano znajomych (54%). Prawie 29% respondentów zaznaczyło Internet. Oceniając niebezpieczeństwo korzystania z oferty klubowej zdecydowanie najwięcej badanych (72%) uznało ją za bezpieczną, natomiast 25% (głównie kobiety) uzależniło bezpieczeństwo od nieznajomej osoby, z którą dochodzi do spotkania w czasie podróży („zależy na kogo się trafi”).

Warto nadmienić, że portale wzajemnej gościnności są nadzorowane przez administratorów (w większości wolontariuszy) w różnych krajach. Ponadto w większości serwisów funkcjonują systemy referencji po odbytej podróży (widoczne na profilu użytkownika). Sama akceptacja regulaminu klubu jest rodzajem umowy (między portalem a użytkownikiem), lecz nie daje gwarancji bezpieczeństwa. W opinii badanych najbardziej bezpiecznym i wiarygodnym serwisem jest CouchSurfing (w którym oprócz referencji jest możliwość odpłatnej weryfikacji danych osobowych – przyp. autorki).

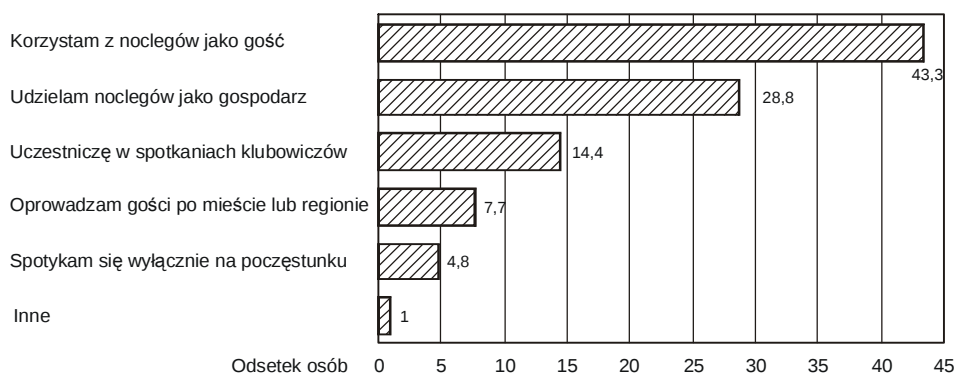
Respondenci zdają sobie sprawę z potencjalnych zagrożeń. Wśród najczęstszych niebezpieczeństw wymienili: kradzieże, odmowę noclegu w ostatniej chwili oraz brak zaufania (rys. 8). Kobiety wskazały ponadto częściej na zagrożenie molestowaniem seksualnym oraz możliwości konfliktu między stronami wynikające np. z różnic kulturowych, odmienności charakterów, złej interpretacji profilu użytkownika. Bariery językowe podało niewielu respondentów, co wynika głównie z faktu, iż osoby należące do serwisów są zazwyczaj dobrze wykształcone i jak deklarują władają językami obcymi.

Jako najczęstsze formy aktywności badanych użytkowników portali J. Borowska (2011) wymienia korzystanie z gościny u innych (43%) oraz przyjmowanie gości u siebie (29%) (rys. 9). Około 14% uczestniczyło ponadto w spotkaniach klubowiczów organizowanych na forum interne-

towym, 8% oprowadzało gości po swoim mieście bądź regionie, a 5% spotykało się z nimi wyłącznie towarzysko. Wśród innych odpowiedzi zdarzyły się np. tandemy językowe, tj. bezpłatne spotkania konwersacyjne co najmniej dwóch osób różnych narodowości.



Rys. 8. Zagrożenia podczas podróży w ramach klubów wzajemnej gościnności wskazane przez ich użytkowników
Źródło: J. Borowska (2011)



Rys. 9. Najczęstsze formy aktywności badanych użytkowników portali wzajemnej gościnności
Źródło: J. Borowska (2011)

Większość badanych (60%) odwiedziła w ramach aktywności klubowej od 1 do 5 miejsc, prawie co piąty od 5 do 15 miejsc, 10% powyżej 15 miejsc na świecie. Wyjazdy te respondenci zazwyczaj realizowali z partnerem lub jednym znajomym (48%) – co niewątpliwie ułatwiało organizację podróży i zwiększało jej bezpieczeństwo, rzadziej w większym gronie (25%), a 22% podróżowało samotnie.

Przedstawiona sylwetka młodego polskiego użytkownika serwisów wzajemnej gościnności daje obraz turysty dalece różniący się od współczesnego turysty masowego. Poszukiwanie kontaktu z drugim człowiekiem, inną kulturą, autentyczności relacji przy świadomych wyrzeczeniach m.in. mniejszego komfortu zakwaterowania i obsługi turystycznej to cechy wyróżniające tej aktywności, jakkolwiek nie nowe w historii turystyki.

5. Podsumowanie

Niektórzy upatrują podobieństwo podróży w ramach klubów wzajemnej gościnności do Grand Tour, inni traktują je jedynie jako możliwość darmowego noclegu na całym świecie. Bez względu na przyjętą perspektywę, aktywność ta, coraz popularniejsza, jest niewątpliwie *signum temporis* współczesnej turystyki studenckiej (w tym polskiej), doskonale łączącej zdobycze techniki (Internet, tanie linie lotnicze) z młodzieńczą ciekawością i otwartością na świat.

Literatura

- Borowska J., 2011, *Działalność „klubów wzajemnej gościnności” jako przykład nowych trendów w podróżowaniu Polaków*, maszynopis pracy licencjackiej napisanej w Instytucie Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Gawlik P., 2011, *Podróże za jeden uśmiech warte miliony dolarów*: (http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,33181,10280808,Podroze_zajeden_usmiech_warte_miliony_dolarow.html; 13.09.2011).
- Hégron J-Y., Pagès J-L., Moron A., 2009, *Voyager presque gratuit: guide des réseaux d'hospitalité*, Solilang, Limoges.

Strony internetowe

<http://www.couchsurfing.org/statistics.html> (16.09.2011).

http://www.couchsurfing.org/statistics.html?country_name=Poland (16.09.2011).

<http://secure.hospitalityclub.org/hc/hcworld.php?country=155> (16.09.2011).

<http://secure.hospitalityclub.org/hc/hcworld.php> (16.09.2011).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Beata Hołowiecka, Elżbieta Grzelak-Kostulska,
Grzegorz Kwiatkowski*

UWARUNKOWANIA AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ MŁODZIEŻY Z RODZIN O NISKIM DOCHODZIE

1. Wprowadzenie

Młodzież stanowi specyficzny segment rynku turystycznego, charakteryzujący się z jednej strony dużą, na tle innych grup, aktywnością, z drugiej zaś uzależniony od „dorosłego” otoczenia. Decyduje o niej cały splot uwarunkowań zarówno tych zewnętrznych, generowanych przez otoczenie i oddziałujących na daną osobę (grupę społeczną), jak i wewnętrznych, związanych z systemem wartości i indywidualną percepcją kształtującą potrzeby i motywacje do wszelkiego działania, a więc charakteryzujących daną osobę (grupę społeczną). Niezależnie od tego czy badamy postawy i zachowania turystyczne danej grupy społecznej, czy też indywidualne konkretnej osoby, zestaw uwarunkowań będzie obejmował dokładnie te same czynniki. Inna natomiast będzie siła oddziaływania poszczególnych determinant.

Mając świadomość tych różnic, autorzy opracowania chcą wskazać, które z uwarunkowań aktywności turystycznej mają największy wpływ na zachowania turystyczne młodzieży i jak w tym świetle kształtują się postawy i aktywność młodzieży z rodzin o niskim dochodzie. Podstawę analiz stanowią badania empiryczne dotyczące preferencji i aktywności

* Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Instytut Geografii, 87-100 Toruń, ul. Gagarina 9, e-mail: b_holow@umk.pl, grzelak@umk.pl, gregory.pl.kwiatkowski@gmail.com.

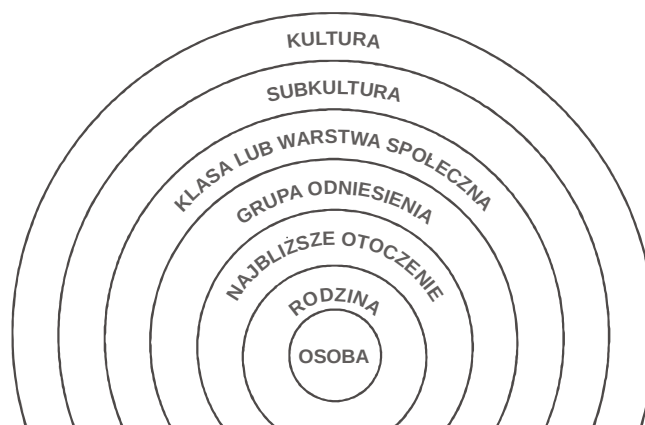
turystycznej uczniów szkół ponadgimnazjalnych (przy czym grupę docelową, ze względu na stopień trudności sformułowanych w kwestionariuszu pytań, ograniczono do uczniów ostatnich klas).

Duży wpływ na faktyczną aktywność turystyczną mają czynniki ekonomiczne, prawno-administracyjne, demograficzne oraz geograficzne. Kształtują one zewnętrzne uwarunkowania ruchu turystycznego przyczyniając się do uproszczenia, lub przeciwnie utrudnienia, realizacji podróży turystycznej. Mogą zatem albo zachęcać do podejmowania decyzji nabywczych, albo przeciwnie, przesądzać o rezygnacji z dokonania zakupu określonego produktu lub usługi turystycznej.

Przenosząc te ogólne spostrzeżenia w polskie realia, szczególnego znaczenia, z uwagi na niekorzystną sytuację materialną dużej części społeczeństwa, nabierają uwarunkowania ekonomiczne. Jak dowodzą badania (m.in. Grzelak-Kostulska i in. 2010, Śniadek 2007), ten istotny, z punktu widzenia możliwości swobodnego dysponowania czasem wolnym, czynnik wyraźnie dominuje w procesie decyzyjnym Polaków, podczas gdy w wielu krajach wysoko rozwiniętych o wyborze miejsca i formy wypoczynku decydują w większym stopniu czynniki pozaekonomiczne. Omawiając problem aktywności turystycznej dzieci i młodzieży w tym kontekście należy podkreślić, że ograniczenia finansowe istotnie modyfikują uczestnictwo w turystyce, przy czym społeczne czynniki wskazują, że potrzeba wypoczynku dzieci i młodzieży jest powszechnie akceptowanym priorytetem. Biorąc to pod uwagę, założono, że faktyczna aktywność turystyczna młodzieży będzie wyższa, niż wynikałoby to tylko i wyłącznie z sytuacji finansowej ich rodzin. W tym kontekście za istotny problem badawczy uznano ustalenie, czy aktywność turystyczna młodzieży z rodzin najgorzej sytuowanych materialnie odbiega od ogólnych tendencji.

Z uwagi na trudną sytuację materialną wielu polskich rodzin niezwykle ważną rolę, również w zakresie zapewnienia dzieciom możliwości uczestnictwa w turystyce, odgrywa pomoc socjalna i działalność różnych instytucji społecznych. Co prawda, wraz z transformacją gospodarczą, na skutek prywatyzacji bądź upadku większości państwowych zakładów pracy, pomoc socjalna w tym zakresie została bardzo zredukowana. Niemniej jednak, nawet w takiej bardzo okrojonej, w porównaniu z przeszłym okresem, formie przyczynia się do poprawy dostępu do różnych form turystyki.

O aktywności turystycznej dzieci i młodzieży w dużym stopniu decydują dorośli: przede wszystkim rodzice, ale również środowisko społeczne, w jakim wrażliwość (zarówno najbliższe otoczenie, jak i grupa odniesienia, klasa lub warstwa społeczna, na kulturze kończąc). Złożoność problematyki postępowania konsumenta w turystyce w tym kontekście wyjaśnia m.in.: teoria motywacji T.B. Veblena. Zgodnie z tą teorią człowiek znajduje się w centrum obszaru, na którym przenikają się wpływy szeroko rozumianego otoczenia społecznego. Może być ono schematyczne, przedstawione w postaci kręgów (rys. 1), z których każdy inicjuje pewne zjawiska i procesy, oddziałujące na zachowania nabywcze i konsumpcyjne (Nowak 1995, s. 33).



Rys. 1. Kręgi społeczne według T.B. Veblena
Źródło: L. Nowak (1995, s. 33)

Teoria motywacji nie jest jedyną, którą można wykorzystać w wyjaśnianiu znaczenia czynników społecznych w kształtowaniu popytu turystycznego. Bardzo pomocny w tym zakresie jest tzw. profil społeczny konsumenta, uwzględniający obok wymienionych czynników również: status i odgrywane role społeczne, normy społeczne i wzorce wydatkowania (Garbarski 1994, Niezgoda, Zmyślony 2006). W przypadku badania aktywności turystycznej dzieci i młodzieży niezwykle istotne wydają się dwa z nich: faza cyklu rodziny (stanowi o potrzebach, ale również możliwościach realizacji podróży turystycznych) (Nowak 1995, s. 67–68, Lawson 1999) oraz status i pełnione funkcje społeczne (decydują o priorytetach i skłaniają do określonych wzorców zachowań). Na gruncie tych

koncepcji założono, że decyzje nabywcze dotyczące organizacji czasu wolnego w rodzinach, które mają na utrzymaniu dzieci podporządkowane są w pierwszej kolejności właśnie potrzebom dzieci. Wymiernym efektem takiej postawy będzie wzrost aktywności rodzin z dziećmi oraz większa aktywność turystyczna młodzieży w porównaniu z innymi grupami społecznymi (wieku). Ważne zatem wydaje się na tym tle ustalenie, czy poziom dochodów istotnie modyfikuje te postawy.

Kolejną istotną grupą czynników determinujących konsumpcję turystyczną jest profil psychologiczny konsumenta, na który składa się osobowość, procesy poznawcze i procesy aktywizujące (Niezgoda, Zmysłony 2006). W dużym uproszczeniu cechy osobowościowe decydują o tym, w jaki sposób postrzegamy siebie i otoczenie oraz jak reagujemy na bodźce zewnętrzne. Procesy poznawcze obejmujące: percepcję, proces uczenia się i rozwiązywania problemów, bazujące na zdobytym doświadczeniu, decydują o modyfikacji zachowań jednostki i przesądzają o indywidualnej wrażliwości na ryzyko. Natomiast procesy aktywizujące, do których zalicza się emocje, postawy, opinie i motywacje, utrzymują jednostkę w stanie zaangażowania i ciekawości, przejawiających się w chęci działania. Zarówno czynniki określające profil psychologiczny, jak i społeczny, kształtują łącznie styl życia, który można utożsamiać ze sposobem bycia w świecie wyrażającym się działaniami, zainteresowaniami oraz poglądami (Niezgoda, Zmysłony 2006, s. 110).

Ostatnim z grupy pozaekonomicznych czynników decydujących o popycie turystycznym jest proces motywacji. O szczególnym znaczeniu motywacji w turystyce decyduje fakt, że to one na skutek indywidualnego wartościowania potrzeb skłaniają do określonego działania (Niezgoda, Zmysłony 2006). Podobnie jak potrzeby, tak i motywacje zmieniają się w ciągu życia. W przypadku młodzieży dominują motywacje towarzyskie i poznawcze w odróżnieniu od osób starszych, dla których najczęstszym celem podróży turystycznej jest wypoczynek lub poprawa zdrowia. W związku z tym założono, że młodzież ze względu na posiadaną wiedzę, a także dostęp do informacji i nowoczesnych sposobów komunikacji częściej niż inne grupy wiekowe wykorzystuje turystykę jako atrakcyjny sposób rozwijania własnych zainteresowań i pasji, co znajduje swoje odzwierciedlenie w zróżnicowanych motywacjach i formach turystyki. Ponadto wiedza i umiejętności młodego pokolenia ułatwiają im pokonywanie wszelkiego rodzaju barier od prawno-administracyjnych po

finansowe. W badaniu podjęto próbę ustalenia, na ile ważnym czynnikiem modyfikującym te postawy i zachowania jest poziom zamożności.

Dużą rolę w kreowaniu aktywności turystycznej młodzieży odgrywa szkoła oraz inne instytucje społeczne, w tym te stawiające sobie za cel wyrównywanie szans rozwoju dzieci i młodzieży pochodzących z różnych środowisk społecznych. Edukacyjna i wychowawcza funkcja turystyki sprawia, że jest ona chętnie stosowanym środkiem niwelowania tych dysproporcji. Dlatego też działalność różnych instytucji społecznych może przyczyniać się do większej aktywności turystycznej młodzieży.

Podstawę prezentowanej dalej analizy stanowią badania ankietowe przeprowadzone w technice PAPI – *Paper and Pencil Interview*. Wywiady kwestionariuszowe przeprowadzono w kilkunastu szkołach ponadgimnazjalnych (ze względu na strukturę szkolnictwa przede wszystkim w liceach ogólnokształcących) w kilku miastach różnej wielkości. Próbę celową, określoną na podstawie nielosowego schematu, stanowili uczniowie ostatnich klas. Formularz ankiety skonstruowano w klasyczny sposób, posługując się w przeważającej większości pytaniami zamkniętymi z zastosowaniem skali dychotomicznej, nominalnej i zmodyfikowanej wersji skali Likerta. Wielkość próby sięgała łącznie ponad 720 osób. Badanie przeprowadzono od kwietnia do czerwca 2010 r. Po wstępnej weryfikacji odrzucono nieprawidłowo wypełnione ankiety, z pozostałych 680 utworzono bazę danych w programie PASW Statistics.

W celu ustalenia siły oddziaływania poszczególnych determinant aktywności turystycznej na populację młodzieży porównano uzyskane wyniki z analogicznymi badaniami przeprowadzonymi wśród studentów, osoby aktywne zawodowo oraz osób w wieku emerytalnym.

2. Charakterystyka aktywności turystycznej młodzieży

Przystępując do badania aktywności turystycznej młodzieży, sprawdzono, jakie jest ogólne nastawienie tej grupy wiekowej do turystyki. W tym celu posłużono się pytaniem: „Czy lubisz podróżować w celach turystycznych?” Zdecydowana większość badanych, tj. 88%, odpowiedziała twierdząco. W porównaniu z innymi grupami wiekowymi należy wskazać, że więcej twierdzących odpowiedzi dali studenci (93%) i aktywni zawodowo w wieku 18–44 lata (91%). Odsetek twierdzących odpo-

wiedzi spadał wraz z wiekiem. W grupie badanych seniorów już tylko 67% deklaroowało, że lubi podróżować. Sprawdzono również, jak zamiłowanie do turystyki realizowane jest w praktyce. Uzyskane wyniki wskazują, że faktyczna aktywność w tym zakresie jest we wszystkich uwzględnionych w analizie kategoriach wiekowych mniejsza. W grupie studentów podróże turystyczne realizowało najwięcej ze wszystkich, tj. 88% ogółu, wśród uczniów 75%; w grupie aktywnych zawodowo (18–44 lata) 77,4%, a w kategorii 45–60/65 lat 66,4% ogółu oraz wśród seniorów tylko 46%. A zatem największą aktywnością cechują się te grupy, które z uwagi na wiek obejmują rodziny z dziećmi na utrzymaniu.

Większą aktywność turystyczną rodzin z dziećmi na utrzymaniu potwierdziły również modułowe badania gospodarstw domowych, poświęcone problematyce turystyki i wypoczynku przeprowadzone w latach 2005 i 2009 przez Departament Badań Społecznych GUS (*Turystyka ...* 2005, 2010). Wyniki tego cyklicznego badania wykazały, że największą aktywnością charakteryzują się czteroosobowe gospodarstwa domowe, które w zdecydowanej większości stanowią rodziny z dziećmi (65%), podczas gdy gospodarstwa bez dzieci uzyskały wskaźnik o 16 punktów procentowych niższy. Również interpretacja wyników zamieszczona w cytowanym raporcie wyjaśnia tę prawidłowość faktem, że to właśnie dzieci częściej uczestniczą w wyjazdach turystycznych.

Ponadto warto zwrócić uwagę na skalę dysproporcji między deklarowaną pozytywną postawą wobec turystyki (wyrażoną stwierdzeniem „lubię podróżować”) a faktyczną aktywnością turystyczną w poszczególnych grupach wieku. Najmniejsza była w przypadku studentów (na poziomie 5 punktów procentowych), w przypadku uczniów i osób aktywnych zawodowo w wieku 18–44 lata osiągała ok. 13–14%, natomiast zdecydowanie największa była w grupie seniorów 21%. Spostrzeżenie to potwierdza, że wraz z wiekiem wzrasta liczba ograniczeń lub ulega osłabieniu motywacja i umiejętność pokonywania przeszkód. Zdecydowanie największa aktywność studentów w tym względzie może być związana zarówno z uwarunkowaniami psychologicznymi (motywacje), jak i większymi możliwościami realizacji podróży turystycznych, za sprawą m.in. większego zasobu czasu wolnego i możliwości samodzielnego podejmowania decyzji, czego pozbawiona jest niepełnoletnia młodzież.

W badaniu autorzy podjęli próbę bardziej obiektywnej oceny aktywności turystycznej niż deklarowane uczestnictwo w wyjazdach turysty-

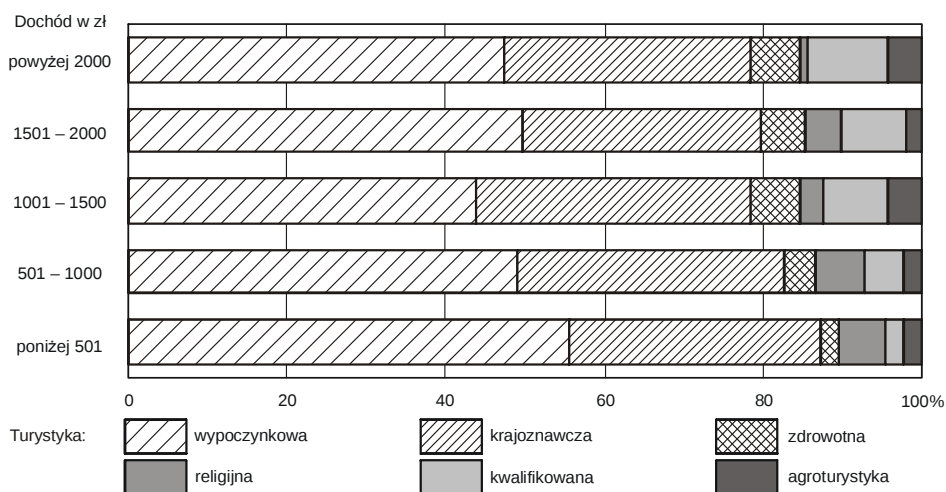
cznych. Skłoniła do tego również świadomość, że samo pojęcie turystyki jest dość powszechnie rozumiane w zawężonym zakresie (nie uwzględnia np. wyjazdów do rodziny, podróży służbowych czy turystyki zdrowotnej). Stąd też wynikają rozbieżności danych uzyskanych na podstawie struktury odpowiedzi na różne pytania. Dlatego autorzy postanowili ustalić, w jakiego typu wyjazdach (uwzględniając rodzaj ruchu turystycznego i czas trwania) uczestniczą uczniowie i jaka jest ich częstotliwość.

Analiza preferowanych rodzajów turystyki wykazała, że najbardziej popularna wśród młodzieży szkolnej była turystyka wypoczynkowa (korzystało z niej prawie 80% uczniów), następnie krajoznawcza (44%). Pozostałe formy były znacznie rzadziej wybierane: turystykę kwalifikowaną aktywnie uprawiało 8,3% młodzieży, a religijną ok. 7%. W przypadku studentów stwierdzono podobny rozkład, przy czym obok dominującej formy wypoczynkowej (75%) wyraźnie wzrastało zainteresowanie turystyką aktywną, tj. krajoznawczą (62%) i kwalifikowaną (11%). W porównaniu z uzyskanym rozkładem aktywności turystycznej osób dojrzałych i starszych młodzież cechuje większe zróżnicowanie preferowanych rodzajów turystyki. Znamienne jest również to, że znacznie częściej niż ludność starszych kategorii wiekowych, wykazuje ona zainteresowanie kilkoma formami turystyki, co może świadczyć zarówno o procesie kształtowania się zainteresowań, jak i większej polaryzacji motywacji.

Obok wieku istotnym czynnikiem modyfikującym aktywność i preferencje turystyczne jest dochód. Przeprowadzone badania wykazały, że siła oddziaływania czynnika ekonomicznego (w postaci uzyskiwanego dochodu na 1 osobę w gospodarstwie domowym) na młodzież jest znacznie mniejsza niż w pozostałych starszych kategoriach wiekowych. Wysokość uzyskiwanego dochodu determinuje co prawda uprawianie najbardziej kosztownych rodzajów turystyki (np. kwalifikowanej), ale nie ogranicza popularności turystyki krajoznawczej (rys. 2). Analogiczna analiza przeprowadzona w populacji osób aktywnych zawodowo i seniorów wykazała natomiast wyraźną zależność między udziałem aktywnie uprawiających turystykę krajoznawczą a dochodem.

Ważną cechą aktywności turystycznej jest czas trwania i częstotliwość wyjazdów. Na potrzeby oceny tych parametrów zastosowano podział podróży turystycznych na krótkookresowe (do 3 dni) i dłuższe, przy czym w ramach drugiej z wymienionych kategorii wyznaczono dodatkowo 1–2-

tygodniowe i dłuższe niż 2 tygodnie. Częstotliwość określono natomiast stosując skalę od „w tygodniu (po pracy czy szkole)”, w weekendy (bez noclegu i z noclegiem), w czasie urlopu/wakacji.



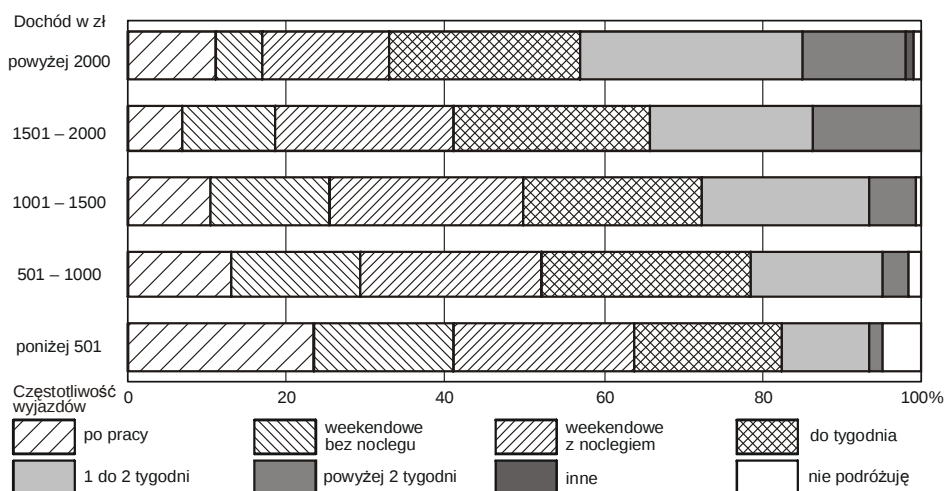
Rys. 2. Zależność między wysokością dochodu (na 1 osobę w gospodarstwie domowym) a rodzajem uprawianej przez młodzież turystyki
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Uzyskane dane potwierdzają wyraźnie większą aktywność młodzieży w realizacji wyjazdów krótkookresowych. Przejawia się ona zarówno w wyjazdach realizowanych w ciągu tygodnia (po pracy lub szkole), weekendowych (z noclegiem lub bez), jak i dłuższych wyjazdach (1-, 2-tygodniowych lub dłuższych). O możliwościach dosyć swobodnej realizacji podróży turystycznych tej grupy decydują przede wszystkim dwa czynniki: stosunkowo duża ilość czasu wolnego i brak (w przypadku zdecydowanej większości) innych obowiązków poza nauką.

Porównanie uzyskanych wyników z innymi kategoriami wskazuje, że wraz z wiekiem wyraźnie spada aktywności turystyczna wyrażająca się dużą częstotliwością wyjazdów, zwłaszcza tych realizowanych w ciągu tygodnia, weekendowych z noclegiem oraz krótkookresowych (do 3 dni). O ile średnio co trzeci ankietowany student i uczeń odbywał weekendowe wyjazdy turystyczne z noclegiem, to w grupie seniorów było to zaledwie 5%. Nieco inaczej przedstawia się popularność wyjazdów długookresowych. Podróże 1-, 2-tygodniowe realizował zbliżony odsetek mło-

dzieży (uczniów i studentów) i aktywnych zawodowo do 44 roku życia (były to przede wszystkim rodziny z dziećmi). W przypadku podróży dłuższych niż dwa tygodnie wyższy był udział młodzieży i seniorów. W pierwszej z wymienionych grup o realizacji długookresowych podróży turystycznych decyduje potrzeba zapewnienia dzieciom wypoczynku po trudach nauki szkolnej. Z kolei stosunkowo duży udział seniorów (przy ogólnie niższym poziomie aktywności) może wynikać z większego zainteresowania tej grupy turystyką zdrowotną.

Biorąc pod uwagę sytuację młodzieży z rodzin o niższych dochodach, należy podkreślić, że ograniczone środki finansowe wpływają przede wszystkim na modyfikację ich zachowań turystycznych, w tym przypadku zastępowanie długich, bardziej kosztownych podróży, krótszymi (rys. 3). W starszych grupach wieku niskie dochody znacznie częściej decydują o całkowitej rezygnacji z tej formy aktywności.

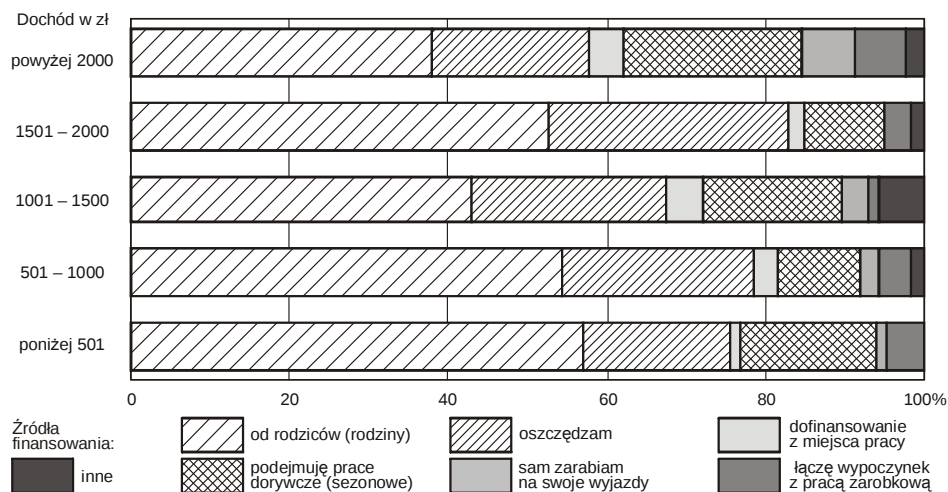


Rys. 3. Zależność między dochodem a częstotliwością wyjazdów turystycznych młodzieży
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Analizując uwarunkowania aktywności turystycznej młodzieży z rodzin o niskich dochodach, sprawdzono, skąd pochodziły środki na finansowanie podróży turystycznych i jaki był udział instytucji społecznych w poprawie dostępu do turystyki tej grupy. Jak wskazują wyniki przeprowa-

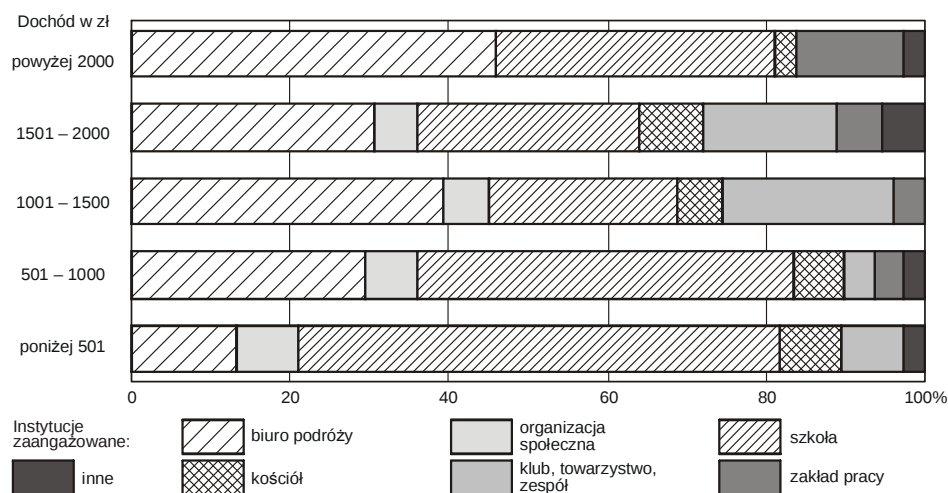
dzonych badań, największy udział w finansowaniu wyjazdów turystycznych mieli rodzice. Zaskakujący, ale i niepokojący jest fakt, że uzależnienie od rodziców wzrasta w gorzej sytuowanych rodzinach. Co więcej, pomoc socjalna z zakładów pracy w niewielkim stopniu poprawia trudną sytuację materialną najuboższych rodzin. W przypadku zbadanej populacji obejmuje ona częściej lepiej sytuowanych (rys. 3–4).

Wyjaśniając taki stan rzeczy, należy uwzględnić, że ilość środków na pomoc socjalną i jej przeznaczenie jest indywidualną sprawą każdego zakładu pracy, trudno zatem oczekiwać jednakowej polityki w tym zakresie prowadzonej w wielu różnych podmiotach gospodarczych. W związku z tym możliwość uzyskania pomocy finansowej rozpatrywana dla osób zatrudnionych w wielu różnych zakładach pracy jest uzależniona bardziej od ich kondycji finansowej, niż sytuacji materialnej rodzin pracowników. Oczywiście w skali jednostkowej przydział środków bazuje najczęściej na dochodzie na 1 członka rodziny. Sytuację dodatkowo komplikują inne uwarunkowania niskich dochodów gospodarstw domowych, np. bezrobocie jednego lub obojga rodziców. A zatem dla ogółu powinniśmy się spodziewać raczej większej zależności między niskim dochodem uzyskiwanym przez rodziców a brakiem pomocy socjalnej.



Rys. 4. Źródła finansowania wyjazdów turystycznych młodzieży z uwzględnieniem sytuacji materialnej rodzin
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Dodatkowym źródłem finansowania własnych potrzeb związanych z aktywnością turystyczną jest dla młodzieży praca. Najczęściej ma ona charakter pracy dorywczej sezonowej. Zarabiali w ten sposób na wakacje prawie 23% młodzieży z rodzin o najniższym dochodzie, ale jeszcze więcej, bo ponad 35% z rodzin o najwyższym statusie materialnym. Znacznie bardziej samodzielni i niezależni w tym względzie są zatem uczniowie pochodzący z zamożnych rodzin. Mniejsze zaangażowanie młodzieży z rodzin o niskim dochodzie, mimo że może wynikać z obiektywnych przeszkód, wskazuje na potrzebę prowadzenia wszelkich działań w celu wyrównywania szans rozwoju. Wydaje się, że dokładne rozpoznanie problemu pomoże w opracowaniu i wdrażaniu skutecznych programów aktywizacji środowisk zagrożonych marginalizacją.



Rys. 5. Instytucje zaangażowane w organizację wyjazdów turystycznych dla młodzieży z uwzględnieniem sytuacji materialnej rodzin

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Istotny wpływ na poprawę dostępu do różnych form turystyki mają, jak założono w pracy, szkoła i inne instytucje społeczne (kluby, zespoły, towarzystwa) (rys. 5). Aby zweryfikować to założenie, ustalono kto był organizatorem wyjazdów, w których uczestniczyli uczniowie. Ponadto sprawdzono, czy wymienione instytucje w jednakowym stopniu działały na rzecz młodzieży pochodzącej z rodzin o różnym statusie materialnym. Wyniki przeprowadzonej analizy wskazują, że dla całej badanej grupy

zdecydowanie największe znaczenie w kreowaniu aktywności turystycznej miała szkoła – wskazało ją prawie 40% młodzieży. Znacznie mniej popularne były wyjazdy zorganizowane przez różnego rodzaju kluby, towarzystwa czy zespoły (10%), a także inne organizacje społeczne oraz Kościół (po ok. 7%). Bardziej szczegółowa analiza, uwzględniająca sytuację materialną uczniów, wykazała, że w środowiskach o niskim dochodzie znacząco wzrasta rola szkoły, a stosunkowo niewielkie jest znaczenie organizacji społecznych czy Kościoła (rys. 5).

Wpływ różnego rodzaju klubów czy towarzystw nie wykazał istotnego związku z sytuacją materialną uczniów i wydaje się zupełnie przypadkowy. Wskazuje jednak na inną, być może bardziej istotną kwestię, a mianowicie potwierdza ogólnie mniejszą aktywność młodzieży pochodzącej z biedniejszych rodzin.

3. Podsumowanie

Duża aktywność turystyczna młodzieży na tle z innych grup wieku (porównania dokonane przy zachowaniu tych samych przedziałów wielkości dochodu), wskazuje na większą siłę oddziaływania na tę grupę docelową czynników społecznych i psychologicznych. W kategorii czynników społecznych należy zaakcentować znaczenie rodziny, z typową dla niej postawą dążenia do zapewnienia dzieciom możliwości wypoczynku. Nie bez znaczenia pozostaje również społeczna akceptacja takiej postawy i przekonanie o dużym znaczeniu turystyki we współczesnym życiu.

Z pewnością na wzrost aktywności młodzieży wpływ mają indywidualne potrzeby i związane z nimi motywacje. Stymulują one do działania, a ich odzwierciedleniem jest większe, niż w innych grupach wiekowych, zróżnicowanie preferowanych rodzajów turystyki.

Przeprowadzona analiza wykazała, że w ogólnym ujęciu ograniczenia finansowe znacznie słabiej oddziałują na aktywność turystyczną młodzieży niż osób dojrzałych. Co prawda wysokość dochodu decyduje o takich parametrach, jak czas trwania wyjazdów turystycznych czy rodzaj uprawianej turystyki, rzadko jednak prowadzi do całkowitej rezygnacji z tej formy aktywności.

Rozpatrując na tym szerszym tle sytuację młodzieży z rodzin o niskim dochodzie, stwierdzono, że czynnik ekonomiczny znacznie modyfikuje jej

zachowania turystyczne. Brak możliwości finansowania kosztownej turystyki kwalifikowanej czy zagranicznej rekompensowany jest bardziej licznym uczestnictwem w innych formach. Podobnie ograniczenia w zakresie realizacji długotrwałych wyjazdów turystycznych powodują wzrost popularności podróży krótkookresowych.

Badając znaczenie instytucji społecznych w kształtowaniu aktywności turystycznej młodzieży znajdującej się w trudnej sytuacji materialnej, stwierdzono, że zdecydowanie najważniejszą rolę odgrywa szkoła. Z pewnością uzyskany wynik jest konsekwencją powszechności edukacji szkolnej, również tej na poziomie ponadgimnazjalnym, z racji której szkoła jako instytucja publiczna łatwo dociera również do uczniów z ubogich środowisk. Ograniczone możliwości tak szerokiego oddziaływania innych instytucji społecznych postulują jeszcze większe i bardziej celowe wykorzystanie szkoły w tym zakresie.

Innym ważnym czynnikiem, który powinien z założenia wyrównywać szanse na uczestnictwo w turystyce, jest pomoc socjalna, przede wszystkim oferowana w miejscu pracy. Niestety, przeprowadzone badania nie potwierdziły tego założenia, a środki finansowe z tego źródła w większym stopniu zasilają budżety domowe rodzin średnio zamożnych lub dobrze sytuowanych.

Niepokojące wyniki przyniosła również analiza źródeł finansowania wyjazdów turystycznych i na tym tle aktywność młodzieży w podejmowaniu pracy zarobkowej. Ponownie młodzież z ubogich środowisk wykazała się większą inercją niż jej zamożniejsi rówieśnicy, mogący liczyć na większą pomoc rodziców. Co prawda postawa ta może być efektem zupełnie obiektywnych przeszkód, takich jak konieczność pomagania rodzicom w ich obowiązkach, ale pełne rozpoznanie problemu wymaga szczegółowych badań w tym zakresie.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, warto podkreślić stosunkowo niską skuteczność pomocy socjalnej, a także mniejsze zaangażowanie młodzieży z ubogich rodzin w poprawę własnej sytuacji finansowej. Spostrzeżenia te wskazują na konieczność prowadzenia bardziej celowej polityki aktywizacji środowisk zagrożonych marginalizacją.

Literatura

- Garbarski L., 1994, *Zrozumieć nabywcę*, PWE, Warszawa.
- Grzelak-Kostulska, E., Hołowiecka B., Michniewicz-Ankiersztajn H., 2010, *Profil aktywności turystycznej seniorów*, [w:] Kałuża D., Piotr Szukalski P. (red.), *Jakość życia seniorów w XXI wieku. Ku aktywności*, Wyd. Biblioteka, Łódź.
- Lawson R., 1999, *Patterns of tourist expenditure and types of vacation cross the family life cycle*, [w:] Pizam A., Mansfeld Y. (red.), *Consumer behaviour in travel and tourism*, The Haworth Hospitality Press, New York–London–Oksford.
- Niezgoda A., Zmyślony P., 2006, *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. AE, Poznań.
- Nowak L., 1995, *Pozaeconomiczne determinanty zachowań nabywców*, Wyd. AE, Poznań.
- Śniadek J., 2007, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, *Gerontologia polska*, 15 (1–2).
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 roku*, 2010, GUS, Warszawa: http://www.stat.gov.pl/gus/5840_661_PLK_HTML.htm.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 roku*, 2005, GUS, Warszawa.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Maria Łuszczyńska*

TURYSTYKA RODZIN ZNAJDUJĄCYCH SIĘ W ZŁOŻONEJ SYTUACJI SPOŁECZNEJ – UWARUNKOWANIA I WYZWANIA

W ciągu ostatnich lat zmienia się funkcja i cele turystyki. Wiąże się to z odchodzeniem od wyłącznie rozrywkowego charakteru imprez turystycznych w kierunku działań o charakterze społecznym. Co prawda segment turystyki masowej (popularnej) nadal pozostaje „państwem w państwie”, szukając własnych metod rozwoju i promocji, tym niemniej w coraz większym stopniu z niszy dziedziny turystycznej wyłania się turystyka społeczna, która obecnie ma również znacznie więcej możliwości rozwoju, niż kiedykolwiek indziej. Wynika to, po pierwsze, z dynamicznego rozwoju organizacji trzeciego sektora, tzw. społeczeństwa obywatelskiego, określanych również jako pozarządowe czy *non-profit*, którego wyrazem jest ich coraz bardziej widoczna działalność. Drugim czynnikiem jest zakrojony na szeroką skalę stopień wdrażania funduszy strukturalnych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, co otwiera olbrzymie pole kreatywności dla działań turystycznych o charakterze społecznym.

Pomimo że współcześnie największym zainteresowaniem społeczeństwa cieszy się turystyka, sport i środki masowego przekazu, nie wszyscy jego członkowie mogą korzystać z ich dobrodziejstw. Wynika to z rozszerzającej się skali wykluczenia społecznego i zagrożenia nim. W związku z tym ludzie, którzy – z racji pełnionych funkcji lub zaangażowania w działania wynikające z ich wrażliwości społecznej i poczucia odpowiedzialności – poszukują coraz to nowych metod przeciwdziałania

* Akademia Pedagogiki Specjalnej w Warszawie, 02-353 Warszawa, ul. Szczęśliwicka 40, e-mail: marynia77@gmail.com.

narastającemu pogarszaniu się sytuacji społecznej, dotyczącego w szczególności całych rodzin.

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę pokazania specyfiki rodzin w trudnej sytuacji społecznej oraz zanalizowano inicjatywy, związane z turystyką, zmierzające do nadania im charakteru turystyki społecznej. Pokazano, że dobrym sposobem propagowania turystyki społecznej może być zaangażowanie się w budowanie Programów Aktywności Lokalnej. Tym samym, rozwój turystyki społecznej powinien przyczynić się do aktywnej integracji społecznej – obecnie naczelnego hasła polityki społecznej w Polsce.

1. Co to jest turystyka społeczna?

Wśród rodzajów turystyki przytoczonych przez J. Pietę (2008, s. 85), turystyka społeczna nie jest wymieniona *explicite*. Tak naprawdę każda z opisanych przez niego rodzajów turystyki mogłaby być pod pewnymi warunkami społeczna. Jakże to są warunki? Otóż kluczem do rozumienia turystyki społecznej jest deskryptor „społeczna”. Określenie odnosi się do czegoś dotyczącego społeczeństwa, dotyczącego postaw lub działań większości członków społeczeństwa, co zostało wytworzone przez społeczeństwo i jest jego wspólną własnością, służy zaspokajaniu potrzeb i poprawie warunków życia (*Słownik języka polskiego* 2007).

Czasami jako synonim słowa „społeczna” występuje słowo „socjalna”. Na potrzeby ustaleń terminologicznych należy od razu wyjaśnić subtelne, ale jednak występujące różnice między tymi dwoma pojęciami. Otóż powołując się na ten sam słownik słowo „socjalny” oznacza: „dotyczący społeczeństwa; społeczny, mający na celu zaspokojenie potrzeb materialnych i kulturalnych społeczeństwa”.

Z pozoru te dwie definicje są do siebie podobne, jednak doświadczenie nauk społecznych, w tym nauk o polityce społecznej dowodzi, że drugie jest węższe niż pierwsze. Polityka społeczna odnosi się bowiem do wszystkich jednostek danej społeczności, natomiast polityka socjalna rozwiązuje kwestie, związane z mniej uprzywilejowanymi i bardziej pokrzywdzonymi grupami (Golinowska 2000, Auleytner 2002, Głębicka 2002).

W tym kontekście może należałoby przemyśleć właściwość stosowania deskryptora „społeczna” do turystyki, gdyż z istoty swojej kieruje

ona swoje kroki do grup mniej uprzywilejowanych. Przydomek społeczna z kolei daje większe możliwości angażowania różnego typu podmiotów, których nie odstrasza docelowa grupa odbiorców. Stosowanie określenia społeczna ma jeszcze jedną wartość. Otóż można przyjąć, że jest to słowo mniej stygmatyzujące grupy w gorszej sytuacji społecznej, słowo bardziej włączające te grupy w główny nurt życia społecznego.

Zatem z racji wizerunkowych, „ekskluzyjnych” (włączających grupy zagrożone wykluczeniem społecznym za pośrednictwem turystyki do obszarów optymalnej aktywności społecznej) oraz obiegowych (utartych w literaturze przedmiotu) można pozostać przy określeniu turystyka społeczna, zdając sobie jednakże sprawę z różnic i specyfiki słowa socjalna, szczególnie w rozważanym aspekcie.

W poszukiwaniu definicji turystyki społecznej należy na początku zastrzec, że nie będzie łatwe znalezienie jednej obowiązującej i powszechnie uznanej definicji tego nurtu. W literaturze przedmiotu oraz w dokumentach programowych i strategicznych pojawiają się różnorodne ujęcia zagadnienia turystyki społecznej. Na początek zostanie przytoczona Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego (EKES), który powieliła po części treść art. 24 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka (PDPC). EKES stwierdza, że „Wszyscy, w tym osoby najmniej uprzywilejowane, mają prawo do wypoczynku, relaksu i czasu wolnego od pracy”¹. Dla porównania art. 24 PDPC brzmi: „Każdy człowiek ma prawo do urlopu i wypoczynku, włączając w to rozsądne ograniczenie godzin pracy i okresowe płatne urlopy”².

Z kolei definicja Międzynarodowego Biura Turystyki Społecznej (BITS), stwierdza, że główną cechą charakteryzującą turystykę społeczną jest zespół relacji i procedur wynikających z realizacji programów finansowanych przez państwo, aby umożliwić udział w turystyce warstwom obywateli o niższych dochodach (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 3), a sama turystyka społeczna to „wszelkie koncepcje i zjawiska związane z udziałem w turystyce grup społecznych o niskich dochodach, możliwym dzięki dokładnie określonym instrumentom socjalnym” (Górska 2010, s. 134).

¹ Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki społecznej w Europie (2006/C 318/12).

² Powszechna Deklaracja Praw Człowieka (1948, art. 24).

Podobny pogląd jest przedstawiony w unijnym dokumencie – Planie Działania dla Rozwoju – gdzie turystykę społeczną określa się jako „wspomagana formę aktywności grup ludzi, którzy z wielu powodów – głównie społecznych i zdrowotnych – mają trudności z organizowaniem swoich wakacji, i definiując ten typ jako turystykę społeczną albo turystykę dla wszystkich” (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 3).

Według Komisji Europejskiej „turystyka społeczna to działalność organizowana w niektórych państwach przez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, której celem jest zapewnienie możliwości podróżowania jak największej liczbie osób, a w szczególności osobom należącym do najmniej uprzywilejowanych grup społeczeństwa” (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 4).

W inny sposób definiuje turystykę społeczną C.M. Hall, który określa ją jako „relacje i zjawiska na polu turystyki, skutkujące uczestnictwem w podróżowaniu osób w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej i innych jednostek społeczeństwa znajdujących się w gorszej sytuacji” (Hall 2000, s. 141)³.

Z kolei grupa badaczy z Australii definiuje turystykę społeczną jako „turystykę z dodaną wartością moralną, której celem jest wzajemny zysk społeczności przyjmującej turystów lub odwiedzających w trakcie wymiany turystycznej” (Minnaert, Maitland, Miller 2011, s. 408). Wprawdzie definicja ta jest odrobinę lakoniczna, ale wynika to z zamierzeń autorów o pogodzeniu dwóch tendencji w definiowaniu turystyki społecznej – aspektu społecznego i aspektu ekonomicznego.

Ze względu na brak spójnej, powszechnej definicji, Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny określił charakterystyczne warunki, przy których spełnieniu określoną działalność w zakresie turystyki można nazwać turystyką społeczną, tj.:

- sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia korzystanie w pełni z prawa do turystyki (może to wynikać z przyczyn gospodarczych, niepełnosprawności fizycznej lub umysłowej, izolacji poszczególnych osób lub całych rodzin, ograniczonej mobilności czy trudności związanych z położeniem geograficznym);
- określone podmioty podejmują działania na rzecz likwidacji lub

³ Tłum. własne, w oryginale: „the relationships and phenomena in the field of tourism resulting from participation in travel by economically weak or otherwise disadvantaged elements in society”.

ograniczenia barier uniemożliwiających zainteresowanym osobom korzystanie z turystyki;

– powyższe działania są skuteczne i faktycznie umożliwiają określonej grupie osób udział w turystyce w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, dostępności i solidarności (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 4).

Biorąc pod uwagę obszerność definicji, turystyka społeczna na poziomie organizacyjnym będzie odnosić się do różnorodnych inicjatyw, komercyjnych i niedochodowych, rządowych i prywatnych. Zakres tych inicjatyw będzie obejmował zarówno zorganizowane dobroczynne wyjazdy wakacyjne dla dzieci z ubogich warstw społecznych, jak i rządowe strategie dotyczące zwiększenia dostępności do hoteli czy oferty prywatnych przedsiębiorstw (hotele, sanatoriów), które będą proponowały pakiety wakacyjne np. turystom seniorom w okresach posezonalnych.

Ze względu na różnorodność form, typów organizatorów, receptorów ruchu turystycznego, możliwość różnorodnych form sponsoringu, oraz na w miarę określoną grupę adresatów turystyki społecznej trudno jest o jednoznaczną jej definicję. Poniżej przytoczono tę, która wydaje się uwzględniać wszystkie ważne elementy turystyki społecznej – jej dotacyjność, uwzględnienie prawa każdego człowieka do turystyki w ogóle, oraz zaznaczająca ważne społecznie cele, osiągnięte dzięki niej. Autorem tej definicji jest B. Włodarczyk (2010, s. 34), a brzmi ona następująco:

„Turystyka społeczna to rodzaj (forma) całkowicie lub częściowo finansowanej (dotowanej) zewnątrznie lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągania innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.)”.

W następnej części artykułu zostanie pokazana grupa potencjalnych odbiorców usług turystyki społecznej – rodzin w trudnej sytuacji społecznej – na tle szerokiego kontekstu systemu pomocy społecznej. Pozwoli to przybliżyć specyfikę potencjalnych partnerów dla organizatorów turystyki społecznej i określi ramy możliwej współpracy. Narzędziem, które wydaje się dla tego być właściwe, są Programy Aktywności Lokalnej (PAL), które zostaną zaprezentowane w kontekście ich funkcjonowania w ramach aktywnej integracji społecznej.

2. System pomocy społecznej w Polsce

W celu ukazania Programów Aktywności Lokalnej jako narzędzi wsparcia turystyki społecznej, należy pokrótce przybliżyć funkcjonowanie systemu pomocy społecznej. Jest to również uzasadnione tym, by pokazać, które instytucje tego systemu są najbardziej właściwe dla przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu rodzin, a co za tym idzie, z którymi instytucjami osoby zaangażowane w rozwój turystyki społecznej powinny wchodzić we współpracę.

Pomoc społeczna jest jedną z instytucji polityki społecznej państwa, której głównym zadaniem jest pomoc osobom i rodzinom w radzeniu sobie w trudnych sytuacjach życiowych, jakich nie mogą one same pokonać przy wykorzystaniu swoich możliwości, uprawnień i własnych środków (Gierszewska 2002, s. 143). Pomoc społeczną w Polsce organizują organy administracji rządowej i samorządowej, współpracując z organizacjami pozarządowymi, kościołami, związkami wyznaniowymi oraz osobami fizycznymi i prawnymi.

Nadrzędnym organem odpowiadającym za przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu oraz za pomoc rodzinom jest minister właściwy do spraw zabezpieczenia społecznego, w tym przypadku minister pracy i polityki społecznej. To on tworzy koncepcje i określa kierunki rozwoju w obszarze pomocy społecznej, które następnie są realizowane przez wojewodów. W każdym województwie w Urzędzie Wojewódzkim musi być wydział odpowiadający za sprawy społeczne. Na tym samym poziomie funkcjonowania działają urzędy marszałkowskie, w których sprawami polityki społecznej zajmują się nabierające coraz większego znaczenia Regionalne Ośrodki Polityki Społecznej. Na poziomie powiatów funkcjonują Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie, natomiast w gminach – Ośrodki Pomocy Społecznej. Dodać należy, że w strukturze samorządowej żadna z jednostek administracji publicznej nie jest podległa pozostałym.

Zgodnie z założeniami reformy administracyjnej z 1999 r. samorządy na szczeblu województwa, powiatu i gminy mają suwerenność i niezależność. Na każdym z tych szczebli funkcjonują instytucje, odpowiedzialne za rozwiązywanie problemów społecznych: Regionalne Ośrodki Polityki Społecznej (w województwach), Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie (w powiatach), Ośrodki Pomocy Społecznej (w gminach). Wszy-

stkie te instytucje są z założenia wzajemnie niezależne i mają ze sobą współpracować. W sposób hasłowy ta struktura pokazana jest w tabeli 1. Zamierzeniem reformy administracyjnej była budowa samorządności, usprawnienie działań władz w terenie i przybliżenie ich do obywatela.

Tabela. 1. Organizacja systemu pomocy społecznej w Polsce

Szczegół administracji publicznej		Piony administracji publicznej	
		Administracja rządowa	Administracja samorządowa
Centralny		Departament Pomocy i Integracji Społecznej w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej	
Regionalny		Wydział Spraw Społecznych w Urzędzie Wojewódzkim	Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej w Urzędzie Marszałkowskim (ROPS)
Lokalny	Powiatowy		Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie (PCPR)
	Gminny		Ośrodek Pomocy Społecznej (OPS): w gminach wiejskich Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej GOPS w gminach miejskich Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej MOPS w gminach miejsko-wiejskich Miejsko-Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej MGOPS

Źródło: opracowanie własne.

Niestety, powszechnie podkreślany jest fakt, że sektor publiczny w Polsce nie prowadzi zintegrowanej polityki społecznej. Brakuje rozwiązań z zakresu polityki rodzinnej, system pomocy społecznej kultywuje postawy bierne i opiekuńcze w stosunku do swoich klientów. System ten przechodzi nieustanne przemiany, świadomościowe, organizacyjne, prawne. Jest to niezbędne w sytuacji, gdy z roku na rok rośnie liczba osób zagrożonych wykluczeniem społecznym i wykluczonych.

Koncepcja wykluczenia społecznego pojawiła się na początku lat 60. XX w. we francuskim dyskursie politycznym i służyła do opisu pozycji

społecznej osób psychicznie chorych, niepełnosprawnych fizycznie, starszych, schorowanych, narkomanów oraz członków rodzin patologicznych. W latach 70. użył go w dokumentach rządowych francuski minister R. Lenoir. W latach 80. pojęcie rozszerzono na grupę osób chronicznie bezrobotnych, którzy nie są w stanie wygenerować środków na własne utrzymanie i tracą więź z innymi członkami społeczeństwa z powodu braku kontaktu z jego instytucjami. Pod koniec lat 80. koncepcja nabrała innego aspektu, poprzez zabarwienie ksenofobiczne w odniesieniu do ubogich emigrantów.

Obecnie wykluczenie, dla którego wymiennym terminem jest „ekskluzyja”, w dużym stopniu dotyczy kwestii pozamaterialnych i oznacza wynik stopniowego zanikania więzi społecznych i symbolicznych, które zwykle wiążą jednostkę ze społeczeństwem (więcej na temat znaczenia terminu w następnym podrozdziale) (Lepianka 2002, s. 3–21).

W Polsce termin „wykluczenie społeczne” do niedawna był nieobecny w debacie publicznej, mimo że odnosi się do takich zjawisk, jak ubóstwo, bezrobocie, marginalizacja. Termin ten trafił do polskiego dyskursu politycznego i teoretycznego za pośrednictwem funduszy strukturalnych, wdrażanych po akcesji Polski do Unii Europejskiej.

W *Diagnozie społecznej 2005 roku* (Czapiński, Panek 2005, s. 232) czytamy, że wspólnymi cechami definicji wykluczenia (według raportu ewaluacji programu UE Poverty3) są jego następujące określenia:

- jest to proces dynamiczny i wielowymiarowy;
- jest często zjawiskiem kumulatywnym, prowadzącym do wielowymiarowej deprawacji;
- przejawia się brakiem lub niewystarczającym poziomem uczestnictwa w głównym nurcie społeczeństwa i dostępu do najważniejszych systemów społecznych (rynek pracy, edukacja, opieka medyczna, zabezpieczenie społeczne);
- może przejawiać się/skutkować zerwaniem więzi rodzinnych, społecznych, utratą poczucia sensu i tożsamości;
- niesie z sobą zagrożenie związane z powielaniem modelu i „dziedziczeniem” pewnych cech warunkujących pokoleniowy charakter wykluczenia”.

W Polsce odniesieniem do różnych opracowań i dokumentów na temat wykluczenia jest definicja zawarta w Narodowej Strategii Integracji Społecznej dla Polski, według której „wykluczenie społeczne to brak lub

ograniczenie możliwości uczestnictwa, wpływania i korzystania z podstawowych instytucji publicznych i rynków, które powinny być dostępne dla wszystkich, a w szczególności dla osób ubogich (Narodowa Strategia Integracji... 2004).

Powyższe rozważania zmierzają do analiz poświęconych rodzinom w trudnej sytuacji społecznej. Zazwyczaj te dwa zjawiska – wykluczenie i trudna sytuacja społeczna rodzin – są ze sobą sprzężone.

3. „Beneficjenci” turystyki społecznej

Jeśli przyjmiemy, że turystyka społeczna jest skierowana do rodzin w trudnej sytuacji i że te trudności polegają na ograniczeniu udziału w życiu społecznym, to możemy wyróżnić następujące czynniki wpływające na te ograniczenia:

- bezrobocie,
- ubóstwo,
- patologiczne zachowania członków rodziny (alkoholizm, narkomania, różne rodzaje przemocy: fizyczną, emocjonalną, ekonomiczną, seksualną, zaniedbanie),
- występowanie w rodzinie niepełnosprawności,
- starzenie się społeczeństwa,
- zmiana modelu rodziny.

W Polsce Ustawa z dnia 12 marca 2004 r. o pomocy społecznej, czyni ją instytucją polityki społecznej, mającą na celu pomoc osobom i rodzinom w przezwyciężaniu trudnych sytuacji życiowych i doprowadzenie do usamodzielnienia⁴. Ustawa ta wymienia 15 przesłanek do udzielania pomocy. Artykuł 7 mówi, że „pomocy społecznej udziela się osobom i rodzinom w szczególności z powodu:

- 1) ubóstwa,
- 2) sieroctwa,
- 3) bezdomności,
- 4) bezrobocia,
- 5) niepełnosprawności,
- 6) długotrwałej lub ciężkiej choroby,

⁴ Ustawa o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 r., DzU 2004, nr 64, poz. 593, z późn. zm.

- 7) przemocy w rodzinie,
- 7a) potrzeby ochrony ofiar handlu ludźmi,
- 8) potrzeby ochrony macierzyństwa lub wielodzietności,
- 9) bezradności w sprawach opiekuńczo-wychowawczych i prowadzenia gospodarstwa domowego, zwłaszcza w rodzinach niepełnych lub wielodzietnych,
- 10) braku umiejętności w przystosowaniu do życia młodzieży opuszczającej całodobowe placówki opiekuńczo-wychowawcze,
- 11) trudności w integracji cudzoziemców, którzy uzyskali w Rzeczypospolitej Polskiej status uchodźcy lub ochronę uzupełniającą,
- 12) trudności w przystosowaniu do życia po zwolnieniu z zakładu karnego,
- 13) alkoholizmu lub narkomanii,
- 14) zdarzenia losowego i sytuacji kryzysowej,
- 15) klęski żywiołowej lub ekologicznej” (Gierszewska 2001).

W systemie pomocy społecznej stosuje się pewne kryteria, które określają sytuację rodziny, upoważniające ją do otrzymania pomocy. Mają one związek głównie z sytuacją materialną, gdyż powszechną praktyką jest udzielanie pomocy rodzinom, które przede wszystkim cierpią na deficyty materialne. Jest to zgodne z konstytucyjnym prawem obywateli do zabezpieczenia społecznego oraz do szczególnej pomocy ze strony państwa dla rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji materialnej i społecznej⁵.

Kryteria rozstrzygające o pomocy oraz służące do celów statystycznych to:

- minimum socjalne – wielkość obliczana przez Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, określająca taki koszyk dóbr i usług, który pozwala rodzinie określonego typu na zaspokojenie swoich potrzeb biologicznych, kulturalnych i społecznych, na poziomie uznanym za niezbędny; jest to wskaźnik ostrzegający przed ubóstwem, gdyż pokazuje, jakie deficyty mają gospodarstwa domowe w odniesieniu do tego kryterium;
- relatywna granica ubóstwa – została określona na poziomie połowy średnich wydatków ekwiwalentnych ogółu gospodarstw domowych w kraju;

⁵ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., art. 67 i 71, DzU nr 54, poz. 353.

- kryterium dochodowe – kwota uprawniająca do ubiegania się o świadczenia z pomocy społecznej, zgodnie z obowiązującą ustawą, ustalana raz na 3 lata;
- minimum egzystencji – wielkość szacowana przez Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, wskazująca na taki koszyk dóbr i usług mający na celu zaspokojenie wyłącznie najniezbędniejszych potrzeb; konsumpcja poniżej tego wskaźnika prowadzi do wyniszczenia biologicznego, dlatego minimum egzystencji stanowi granicę ubóstwa skrajnego;
- subiektywna granica ubóstwa – określana na podstawie opinii badanych gospodarstw domowych, odpowiada mniej więcej poziomowi dochodów deklarowanych przez respondentów jako zaledwie wystarczające.

Skala ubóstwa i jego głębokość zależy od przyjętych kryteriów. Stosowane w badaniach GUS kryteria wskazują na różne zjawiska związane z ubóstwem: biedę absolutną, biedę relatywną i biedę subiektywną. Kategoria minimum socjalnego stanowi wskaźnik integracji społecznej – dochody poniżej tego progu utrudniają uczestnictwo w życiu społecznym.

Jeśli chodzi o sytuację rodzin w Polsce, to z badań przeprowadzonych przez Rzecznika Praw Dziecka wynika, że sytuacja polskich rodzin się poprawia. Zdecydowana większość rodziców (71,5%) twierdziła, że ich dochody pozwalają na zaspokajanie potrzeb dzieci, z czego 57% badanych deklaroowało, że odbywa się to bez wprowadzania ograniczeń w domowym budżecie, 14,16% zaś była w stanie zaspokajać potrzeby dzieci, ale kosztem wydatków na inne cele. Połowa respondentów określała swoją kondycję materialną jako przeciętną. Za dobrą i bardzo dobrą uznał ją co trzeci badany (34,77%), natomiast za złą i bardzo złą co szósty (15,2%).

Średni dochód na osobę w gospodarstwie domowym wynosił 804 zł. W najlepszej sytuacji były rodziny z jednym dzieckiem, które mogły rozporządzać kwotą 941 zł na osobę. W trudniejszej sytuacji znalazły się rodziny mające większą liczbę dzieci: przy dwójce dzieci gospodarstwo domowe miało do dyspozycji średnio 705 zł na osobę, przy trójce – 503 zł, a przy czwórce – jedynie 341 zł. Większość respondentów (67,21%) nie miała żadnych oszczędności⁶.

⁶ Ogólnopolskie badania sytuacji materialnej dzieci i młodzieży w Polsce przeprowadzono w marcu i kwietniu 2011 r., na 5 tys. 496 rodzin z dziećmi do 18 roku życia. Zob. *Badania RPD o sytuacji...* (2011).

Jednocześnie w tych samych badaniach zawarte są dane odnośnie do rodzin żyjących poniżej minimum socjalnego. I tak, co ósma rodzina z dziećmi (12,7%) znalazła się w sferze ubóstwa ustawowego – jej dochód w przeliczaniu na osobę stanowi podstawę do ubiegania się o świadczenia z pomocy społecznej. W zdecydowanie najtrudniejszej sytuacji materialnej znajdują się rodziny z czworgiem dzieci i więcej. Niemal dwie trzecie z nich (62,53%) lokuje się w sferze ubóstwa. Dla porównania odsetek rodzin z jednym dzieckiem, których przychody nie przekraczały kryterium dochodowego to 7,52%, z dwojgiem dzieci – 13,63%, a z trojgiem – 23,24%.

Ponad 30% (!) respondentów korzystało z pomocy materialnej różnych podmiotów, a w szczególności rodziny i ośrodków pomocy społecznej. Pomoc ta najczęściej udzielana była w formie finansowej: pożyczek (32,88%), darowizn (21,63%), zasiłków (19,86%), dofinansowania posiłku dla dziecka (15,63%) i dopłat do opłat eksploatacyjnych (15,09%).

Z tych danych wynika, że wzrasta liczba rodzin żyjących w ubóstwie. W 2009 r. co szósta rodzina plasowała się w tej sferze. Dane Rzecznika Praw Dziecka są zbliżone do danych przedstawionych w raporcie GUS pt. *Ubóstwo w Polsce...* (2011).

Jednoznaczne określenie liczby ubogich osób w Polsce jest trudne, ponieważ można ją szacować według kilku zróżnicowanych wskaźników. Oprócz ustawowej granicy ubóstwa⁷, rozmiary biedy można oceniać według granicy ubóstwa skrajnego⁸. Za terminem tym kryje się zaspokajanie tylko tych potrzeb, których nie można odłożyć w czasie, gdyż inaczej może to doprowadzić do biologicznego wyniszczenia. Przy tym wskaźniku odsetek ubogich jest mniejszy i wynosi 5,7%.

Należy pamiętać, że ustawowa granica ubóstwa i granica skrajnego ubóstwa dają nieco niższy wynik niż trzeci wskaźnik, który w badaniach społecznych określa zakres ubóstwa. Mowa tu o relatywnej granicy ubóstwa⁹, gdzie za ubogiego uznany zostanie ten, kto na utrzymanie przeznaczy mniej niż połowę średnich miesięcznych wydatków innych

⁷ Ustawowa granica ubóstwa to kwota dochodów, która zgodnie z obowiązującą ustawą o pomocy społecznej uprawnia do ubiegania się o przyznanie świadczenia pieniężnego.

⁸ W tym przypadku punktem odniesienia jest szacowane przez Instytut Pracy i Spraw Socjalnych minimum egzystencji.

⁹ Relatywna granica ubóstwa to kwota równa 50% średnich miesięcznych wydatków innych gospodarstw domowych.

gospodarstw domowych. Przy takim przeliczniku zagrożonych ubóstwem jest aż 17,3% Polaków.

Z praktyki funkcjonowania pomocy społecznej wynika, że istnieje ogromna rzesza rodzin, które przekraczają kryterium dochodowe o kilka, kilkanaście złotych i w świetle przepisów ustawy o pomocy społecznej nie mogą liczyć na wsparcie państwa inne niż praca socjalna. A w wielu przypadkach nie ma potrzeby włączania pracy socjalnej, gdyż rodzina poza problemem ekonomicznym nie zgłasza innych problemów, takich jak np. alkoholizm czy przemoc. Dotyczy to przeważnie rodzin seniorów lub bezrobotnych, którzy utracili pracę stosunkowo niedawno.

Czynniki wpływające na występowanie i rozszerzanie się skali ubóstwa to:

1. Utrzymywanie gospodarstwa domowego jedynie z renty. Bardziej niż przeciętnie narażeni na ubóstwo są członkowie gospodarstw, których podstawę utrzymania stanowiły renty (ok. 10% osób – zarówno w sferze ubóstwa ustawowego, jak i skrajnego) oraz gospodarstwa rolników (ok. 12% osób poniżej tzw. ustawowej granicy ubóstwa i ok. 9% osób żyjących poniżej minimum egzystencji).

2. Wykonywanie niskopłatnej pracy. W rodzinach, których główny strumień dochodów pochodził z pracy najemnej na stanowisku robotniczym, stopa ubóstwa ustawowego wyniosła ok. 11% (wobec ok. 1,5% wśród gospodarstw utrzymujących się głównie z pracy najemnej na stanowiskach nierobotniczych), natomiast stopa ubóstwa skrajnego kształtowała się na poziomie ok. 8% (wobec ok. 1% wśród gospodarstw utrzymujących się głównie z pracy najemnej na stanowiskach nierobotniczych).

3. Niskie wykształcenie. Wyższe wykształcenie głowy gospodarstwa domowego praktycznie eliminuje gospodarstwo domowe z populacji skrajnie ubogich (ok. 0,5% osób) oraz ze sfery ubóstwa ustawowego (ok. 1% ubogich); natomiast wśród gospodarstw domowych, w których głowa gospodarstwa ukończyła co najwyżej szkołę gimnazjalną, stopa ubóstwa ustawowego wynosiła ok. 17%, a stopa ubóstwa skrajnego – ok. 15%; w przypadku, gdy głowa gospodarstwa domowego posiadała wykształcenie zasadnicze zawodowe, wartości tych wskaźników wyniosły odpowiednio: 10% i ok. 7,5%.

4. Wychowywanie przez rodzinę dzieci i młodzieży. W Polsce zagrożenie ubóstwem dzieci i młodzieży jest znacznie silniejsze niż dorosłych. W 2010 r. ok. 12% dzieci do lat 18 wchodziło w skład gospodarstw,

w których poziom wydatków był niższy od ustawowej granicy ubóstwa. W gospodarstwach, których wydatki były niższe od minimum egzystencji, żyło natomiast ponad 8% osób poniżej 18 roku życia. W konsekwencji w 2010 r. dzieci i młodzież do lat 18 stanowiły ok. 1/3 populacji zagrożonej skrajnym ubóstwem.

5. Wychowywanie się w rodzinie wielodzietnej. Już przy liczbie dzieci większej od dwóch odsetek ubogich, niezależnie od przyjętego progu ubóstwa, przekracza przeciętną. Wśród małżeństw z co najmniej czworgiem dzieci na utrzymaniu – ok. 34% osób żyło w 2010 r. w sferze ubóstwa ustawowego i ok. 24% w sferze ubóstwa skrajnego. Osoby z rodzin niepełnych były we względnie lepszej sytuacji niż osoby z rodzin wielodzietnych. Wskaźnik zagrożenia ubóstwem ustawowym dla rodzin niepełnych wynosił ok. 10,5%, a wskaźnik zagrożenia ubóstwem skrajnym – ok. 8%.

6. Obecność w rodzinie osób niepełnosprawnych. Wśród gospodarstw domowych, których głową jest osoba niepełnosprawna, stopa ubóstwa ustawowego wynosiła w 2010 r. nieco ponad 9%, a stopa ubóstwa skrajnego nieco poniżej 9%; natomiast wśród gospodarstw domowych, w których znajdowało się przynajmniej jedno dziecko do lat 16 posiadające orzeczenie o niepełnosprawności, wskaźniki te wyniosły odpowiednio – ok. 16% i ok. 12%.

7. Życie na obszarach wiejskich. Wskaźnik zagrożenia ubóstwem na wsi jest zdecydowanie wyższy niż w miastach; w przypadku ubóstwa relatywnego, jego wartość jest ponaddwukrotnie wyższa, a ubóstwa skrajnego i tzw. ustawowego – niemal trzykrotnie. Najbardziej ubóstwo dotyka osób zamieszkałych w dużych aglomeracjach. Odsetek osób zagrożonych ubóstwem na wsi – w porównaniu z największymi miastami, liczącymi powyżej 500 tysięcy mieszkańców – jest niemal siedmiokrotnie wyższy w przypadku ubóstwa relatywnego, a ubóstwa ustawowego i skrajnego – ponaddziesięciokrotnie¹⁰.

Dlaczego tak wiele uwagi poświęcono zagadnieniom, które pozornie nie mają wiele wspólnego z turystyką. Otóż po pierwsze, jeśli ktoś chce rozwijać turystykę społeczną, musi zdawać sobie sprawę z istoty i skali zjawiska, z jakim się mierzy. Pozwoli to na pogodzenie się z ewentualnymi porażkami i na szukanie sposobów propagowania aktywności

¹⁰ Dane i charakterystyki grup przytaczane za *Informacją sygnałną GUS...* (2011).

turystycznej w odniesieniu do specyfiki klienta. Po drugie tylko pozornie przedstawione fakty z dziedziny polityki społecznej nie mają znaczenia i związku z turystyką społeczną. Świadomość tego, jak funkcjonuje system pomocy społecznej, daje możliwość umiejętnego poruszania się w nim w celu poszerzania działalności turystyki społecznej.

Aktywność turystyczna Polaków z roku na rok powoli wzrasta, choć jej skala nadal nie jest imponująca. Zaledwie trochę ponad połowa ankietowanych (55,8% gospodarstw domowych) w 2009 r. wykazała aktywność turystyczną. Jest to wynik nieznacznie wyższy od uzyskanego w poprzedniej edycji badania (w 2005 r. odsetek ten wyniósł 52,7%) (*Turystyka i wypoczynek...* 2010). Przypuszczalnie czynnikiem decydującym o ogólnej aktywności rodzin w turystyce jest udział dzieci i młodzieży, które najczęściej ze wszystkich członków rodziny wyjeżdżają na pobyty dłuższe niż pięć dni.

Powyższe dane przekładają się na wyniki uzyskane w badaniach przeprowadzonych przez Instytut Homo Homini na zlecenie Związku Nauczycielstwa Polskiego, w których na pytanie o to, czy w rodzinie znajduje się dziecko, które nie wyjedzie na co najmniej tygodniowe wakacje, ponad 54% respondentów odparło, że przynajmniej jedno; 34% twierdziło, że pojadą wszystkie (*Bieda ma twarz dziecka* 2011).

W świetle wszystkich przytoczonych danych sytuacja rozwojowa turystyki społecznej z jednej strony nie wygląda dobrze, bo zdaje się ona być drugorzędna w stosunku do skali problemu chociażby ubóstwa; z drugiej jednak zostało nakreślone olbrzymie pole do zagospodarowania.

Znaczenie rodziny dla turystyki społecznej jest kluczowe, gdyż proponowane w jej ramach działania wiążą się bezpośrednio z polityką m.in. przeciwdziałania patologiom oraz wykluczeniu społecznemu, dotyczącemu wszystkich członków rodziny (*Działania na rzecz...* 2010, s. 17). Wynika z tego, że nie tylko turystyka społeczna potrzebuje rodzin, ale też rodziny w trudnej sytuacji społecznej potrzebują turystyki społecznej. Tym bardziej martwi fakt, że na poziomie rządowym ani samorządowym turystyka społeczna, rozumiana jako czynnik mogący przyczyniać się do poprawy jakości życia, nie jest wykorzystywany w ogóle lub jest używany fragmentarycznie.

Rozwiązania o charakterze turystyki społecznej są rozproszone po różnych resortach, zawierane w różnych programach, natomiast nie odwołują się do spójnej polityki państwa. Odwołując się do *Analizy rozwoju*

turystyki społecznej w Polsce – dokumentu zamówionego przez Ministerstwo Sportu i Turystyki – trzeba stwierdzić, że działania dotyczące turystyki społecznej mają charakter rozproszony, konkursowy. Przede wszystkim jednak brakuje usankcjonowania tych działań w ramach rządowego podejścia strategicznego (plan, program), gdyż jedyny obowiązujący w tej mierze dokument: Strategia państwa dla młodzieży na lata 2003–2012, nie przewiduje działań prowadzonych dotychczas przez resorty (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 8).

Dlatego osobom i instytucjom zainteresowanym rozwojem turystyki rodzinnej pozostaje wyszukiwanie rozwiązań pośrednich, poszukiwanie źródeł finansowania oraz możliwości organizacyjnych, realizowanych chociażby w ramach projektów systemowych. Właściwą platformą tych inicjatyw wydają się być projekty propagujące aktywną integrację społeczną, rozwijaną dzięki Priorytetowi VII PO KL.

4. Aktywna integracja społeczna – w założeniach i w PO KL

W rozdziale tym pragnę zaproponować jedną z możliwych dróg współpracy w ramach projektów systemowych, co pozwoli na rozwój działań o charakterze turystycznym w Polsce. Rozwiązania te mieszczą się w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki w Priorytecie 7. Obejmuje on promocję integracji społecznej, która polega na dawaniu osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym kompleksowego wsparcia i stworzeniu niezbędnych warunków do integracji ze społeczeństwem. Taką możliwość dają przedsięwzięcia, zmierzające do kształcenia umiejętności w zakresie pełnienia ról społecznych, wspierania samodzielności oraz zdobywania nowych kwalifikacji zawodowych.

Wsparciem dla przemian na rynku pracy powinny być skuteczne i nowoczesne usługi, świadczone przez instytucje pomocy i integracji społecznej. W tym kontekście wdrażaniem integracji społecznej zajmują się Ośrodki Pomocy Społecznej, Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie i Regionalne Ośrodki Pomocy Społecznej. Niezbędny w tym celu jest rozwój form i narzędzi aktywnej integracji, zarówno w jej wymiarze zawodowym, społecznym, jak i edukacyjnym czy zdrowotnym (*Szczegółowy opis priorytetów...* 2010, s. 206).

Gdy mówi się o aktywnej integracji, to należy przez to rozumieć aktywne podejście nie tylko klienta pomocy społecznej, ale również osoby wspierającej. Aktywna integracja, po pierwsze, proponuje szereg rozmaitych i nieszablonowych działań, obejmujących całokształt potencjału człowieka, a nie wyłącznie kwestię zatrudnienia. Z drugiej zaś strony, aktywna integracja zakłada pełną aktywność człowieka w tym procesie. Tę aktywność w różnych programach europejskich określa się pojęciem *empowerment*¹¹, czyli po prostu uczestnictwo i upodmiotowienie. Uczestnictwo człowieka w procesie zmian, dokładnie tak, jak formułuje to międzynarodowa definicja pracy socjalnej¹². Taki właśnie nowy rodzaj działań – i nowej filozofii – zaproponowali twórcy koncepcji aktywnej integracji (Miżejewski b.r.w.).

Instrumentami aktywnej integracji są usługi o charakterze zatrudnieniowym, edukacyjnym, zdrowotnym i społecznym realizowane w szczególności w ramach pracy socjalnej, mające na celu przywrócenie możliwości lub zdolności zatrudnienia oraz integracji społecznej osób korzystających ze świadczeń pomocy społecznej na rzecz zwiększenia dostępu do usług społecznych użyteczności publicznej (*Zasady przygotowania, realizacji... 2010*).

Ze względu na to, że turystyka społeczna może odnaleźć swoje miejsce w obszarze instrumentów społecznych, właśnie ta grupa zostanie scharakteryzowana bliżej. Instrumenty aktywizacji społecznej obejmują bardzo duży obszar, dający olbrzymie możliwości podejmowania inicjatyw. Chodzi o to, żeby te przedsięwzięcia odpowiadały potrzebom społecznym członków danej społeczności. Mogą to być działania aktywizujące osoby niepełnosprawne – przewidziane dla osób chorych psychicznie czy niepełnosprawnych intelektualnie, mogą to być działania kierowane do osób mających problemy w związku z sytuacją rodzinną, mogą to być wreszcie programy dla seniorów, dzieci i młodzieży. Zadaniem turystyki społecznej jest budowanie więzi pomiędzy grupami odbiorców, pozwalających łączyć i zaspokajać ich potrzeby działaniami o charakterze turystycznym.

¹¹ Więcej na temat idei *empowerment* zob. R. Alsop, M. Bertelsen, J. Holland (2006); *Empowerment w projektach innowacyjnych...* (2011).

¹² Zob. definicja pracy socjalnej przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne Międzynarodowej Federacji Pracowników Socjalnych. Montreal, Kanada, lipiec 2000, „Praca socjalna”, 2006, nr 3, s. 22.

Coraz bardziej rozpowszechniającym się sposobem wdrażania integracji społecznej są Programy Aktywności Lokalnej. Ich zamysłem jest pobudzanie aktywności społecznej w celu samoorganizacji do rozwiązywania problemów danej społeczności. Istota tych programów polega na tym, że działania ludzi koncentrują się nie tylko na jednym obszarze, np. ekologii, kulturze czy pomocy społecznej, lecz na danej społeczności całościowo, odpowiadając na wszystkie zgłaszane przez nią problemy.

Zgodnie z *Zasadami przygotowania, realizacji i rozliczania projektów systemowych...* (2010, s. 17) Program Aktywności Lokalnej:

1. Obejmuje działania na rzecz aktywizacji społecznej i rozwiązywania problemów społeczności lokalnej w celu zapewnienia współpracy i koordynacji działań instytucji i organizacji, mających istotne znaczenie w zaspokajaniu potrzeb społeczności lokalnej;

2. Realizowany jest w lokalnym partnerstwie i kierowany jest do osób w ramach konkretnego środowiska lub członków danej społeczności.

Programy Aktywności Lokalnej są skutecznym sposobem przezwyciężenia trudności w uprawianiu turystyki społecznej. Są one realizowane w ramach działania 7.1. POKL, a ich głównymi beneficjentami są jednostki pomocy i integracji społecznej – OPS-y i PCPR-y. Niemniej jednak w PO KL kładzie się duży nacisk i promuje takie projekty, które są realizowane w partnerstwie¹³. Stąd też pojawia się duża szansa dla działań w zakresie turystyki społecznej realizowanej we współpracy z tymi instytucjami.

Ważne jest to, żeby podejmowane wspólnie zamierzenia miały charakter lokalny, gdyż ewaluacje prowadzone w projektach skierowanych do osób wykluczonych wskazują na przewagę działań lokalnych nad centralnymi w kwestii rozwiązywania problemu wykluczenia społecznego. Poza tym organizatorzy i realizatorzy PAL z całego kraju, w nieformalnych rozmowach, prowadzonych przy okazji szkoleń w różnych miejscach Polski, mówią o turystyce jako o inicjatywie najchętniej przyjmowanej przez osoby z grup ryzyka i wykluczenia społecznego, dla których te programy są organizowane.

¹³ Więcej na temat partnerstwa w projektach systemowych zob. Ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku z wdrażaniem funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności z dnia 7 listopada 2007 r. (DzU 2008, nr 216, poz. 1370); nowy art. 28a w Ustawie o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z 6 grudnia 2006 (DzU 2009, nr 84, poz. 217, tekst ujednolicony); *Zakres realizacji projektów partnerskich...* (2011).

Ten czynnik motywacji beneficjentów ostatecznych może być nie bez znaczenia w podejmowaniu współpracy przez jednostki pomocy i integracji społecznej. I tu duża odpowiedzialność za rozwój turystyki społecznej spoczywa na organizacjach trzeciego sektora, zajmujących się statutowo działalnością turystyczną.

W 2010 r. w Polsce było zarejestrowanych 12 tys. fundacji i 71 tys. stowarzyszeń. Trzonem polskiego sektora pozarządowego są stowarzyszenia zajmujące się sportem, turystyką lub po prostu hobby – jest to główne pole działań ponad 1/3 wszystkich polskich organizacji. Wśród nich wcale nie dominują organizacje ogólnopolskie, ale nieduże stowarzyszenia, aktywne w skali lokalnej. Dwie trzecie polskich organizacji nie wykracza ze swoimi działaniami poza obszar województwa, a dwie na pięć ogranicza się tylko do własnej gminy lub powiatu (Przewłocka 2011, s. 5–9). Jest zatem w Polsce potencjał, który mógłby – wbrew niesprzyjającym działaniom władz centralnych – rozwijać turystykę społeczną.

Szczególnie, że jest to zgodne z dokumentem *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, przyjętym w 2008 r. przez Radę Ministrów. Założenia tego dokumentu, odwołujące się do harmonijnego i zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce, stanowią podstawę programu rozwoju sektora turystycznego. Sformułowano w nim nie tylko zobowiązania Rządu RP w tym względzie, ale wskazano także zadania, w realizację których powinny być zaangażowane wszystkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki w Polsce, np. jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, organizacje branżowe, środowisko naukowe. Warto podkreślić, iż *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku* realizują także zasadę spójności społecznej, tj. zasadę sprawiedliwego dostępu poszczególnych grup społecznych do usług turystycznych.

Budując rzeczywistą współpracę między organizacjami turystycznymi a jednostkami pomocy i integracji społecznej, działaniami o charakterze turystycznym można objąć szerszą liczbę odbiorców niż przykładowo przewiduje to projekt Komisji Europejskiej Calypso. Zgodnie z założeniami Komisji Europejskiej, która pragnie tym sposobem promować turystykę społeczną, projekt Calypso umożliwi podróżowanie osobom najmniej uprzywilejowanym, a także sprzyja ożywieniu gospodarki lokalnej i przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy. Jednakże projekt ogranicza beneficjentów do czterech grup:

- dzieci i młodzież (niezależnie od pochodzenia, statusu materialnego itp.);
- rodziny w specjalnej sytuacji (materialnej, zdrowotnej, rodzinnej);
- osoby niepełnosprawne oraz ich opiekunów;
- osoby starsze (grupa 50+)¹⁴.

Propozycja rozwijania turystyki społecznej poprzez współpracę na poziomie lokalnym z jednostkami pomocy i integracji społecznej zdaje się stwarzać możliwości udziału w tej formie aktywności wszystkim osobom, chętnym do dokonywania zmiany w swoim życiu i znajdującym się w trudnej sytuacji. Pozostaje tylko podjąć trud mozolnej pracy – można nawet stwierdzić pracy organicznej – polegającej na nawiązywaniu współpracy i jej utrzymywaniu oraz wytrwałości na procedury biurowe, charakterystyczne dla projektów systemowych. Pocieszające jest to, że z roku na rok realizatorzy tych projektów nabierają większej wprawy w radzeniu sobie z różnymi przeszkodami i coraz bardziej otwierają się na partnerstwo, co stanowi dla nich szansę i jest wyzwaniem dla organizacji turystycznych, którym idea turystyki społecznej jest bliska.

5. Wnioski dla turystyki społecznej – zamiast zakończenia

Dlaczego rodziny z obszaru ubóstwa nie korzystają z propozycji turystyki społecznej? Można powiedzieć o dwóch źródłach barier – wewnętrznych i zewnętrznych.

Do tych pierwszych zaliczyć należy ograniczenia mentalne, tkwiące w samych rodzinach. Potocznie bowiem turystyka kojarzy się z wakacjami za granicą lub drogą wyprawą nad morze czy w góry. Przy takim wizerunku turystyka staje się odległym, nieosiągalnym dobrem dla rodziny żyjącej często poniżej granicy ubóstwa lub ledwo organizującej budżet domowy tak, żeby znaleźć zasoby na zaspokojenie wszystkich podstawowych potrzeb i wydatków. W przypadku turystyki społecznej te wewnętrzne bariery są iluzoryczne, gdyż opierają się na fałszywym, niepełnym obrazie istoty turystyki społecznej, która w swym założeniu ma jako adresata właśnie takie rodziny.

¹⁴ Więcej informacji zob. *Calypso to turystyka dla wszystkich* (2011).

Taka postawa może jednak mieć związek z barierami zewnętrznymi, związanymi z samą turystyką społeczną. Po pierwsze, można tu wskazać słabą lub żadną promocję tej formy turystyki. Pozostaje ona w sferze rozważań akademickich, natomiast nie przenika do społecznej świadomości¹⁵. Po drugie, jako barierę zewnętrzną turystyki społecznej wymienić należy trudności z pozyskiwaniem funduszy na wsparcie rodzin w trudnej sytuacji społecznej przez organizatorów inicjatyw turystycznych. Być może wynika to z nieznanomości „ścieżek” pozyskiwania pieniędzy, być może też z czegoś poważniejszego, czyli z barier organizacyjnych, narzucanych przez decydentów na poziomie funkcjonowania państwa. Tak czy inaczej, świadomość tych barier pozwala na zaplanowanie działań naprawczych i zaprojektowanie drogi rozwoju turystyki społecznej w Polsce.

Podsumowując, podmioty realizujące turystykę społeczną, w celu rozpowszechniania jej idei powinny:

- zadbać o społeczny wizerunek poprzez zaprezentowanie swojej wizji i misji;
- nawiązać współpracę z potencjalnymi partnerami – organizacjami pozarządowymi, jednostkami pomocy i integracji społecznej, organizacjami kościelnymi;
- rozwijać umiejętność pozyskiwania funduszy na działania celowe;
- uprawiać lobbing w instytucjach rządowych w celu uwzględniania elementów turystyki społecznej w obszarze zdrowia, edukacji i reintegracji społecznej;
- śledzić na bieżąco zmiany społeczne zachodzące w strukturze społecznej, z uwzględnieniem takich elementów, jak zmiany w strukturze rodziny, pojawienie się gospodarstw jednoosobowych, wydłużenie się długości życia, ograniczenia finansowe, kwestie zatrudnienia, dodatkowy czas wolny i starzenie się ludności;

¹⁵ Na potrzeby niniejszego artykułu autorka przeprowadziła krótki sondaż diagnostyczny wśród swoich znajomych. Grupie 43 osób zadano pytanie: co to jest turystyka społeczna?. Tylko cztery były blisko wydedukowania istoty pojęcia. Reszta odpowiadała albo, że nie wie, albo wymyślała, że jest to turystyka społeczeństwa. Oczywiście grupa nie była w żaden sposób reprezentatywna (ludzie w podobnym wieku, o podobnym wykształceniu, mieszkający w dużym mieście), ale też zauważyć należy, że są to osoby wykształcone, interesujące się otaczającą rzeczywistością i w jej ramach nie pojawiło się to zjawisko.

– bronić w szerokim dyskursie publicznym powszechnego prawa do wypoczynku i spędzania wolnego czasu przez każdego człowieka niezależnie od statusu społecznego;

– rozwijać ideę zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego, opartego na ułatwieniu dostępu turystycznego dla grup społecznych, dla których wyjazdy turystyczne są ze względów ekonomicznych nieosiągalne. Takie ułatwienie zwiększy zyski przedsiębiorców, spowoduje rozwój turystyki pozasezonowej, zwiększy liczbę miejsc pracy oraz wpłynie na większą stabilizację zawodową w turystyce.

Zastosowanie powyższych propozycji daje nadzieję na skuteczny i dynamiczny rozwój tej trudnej aczkolwiek niezwykle istotnej ze społecznego punktu widzenia dziedziny aktywności człowieka.

Literatura

Alsop R., Bertelsen M., Holland J., 2006, *Empowerment in practice from analysis to implementation*, World Bank.

Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia, 2007, Instytut Turystyki, na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa.

Auleytnier J., 2002, *Polityka społeczna – ujarzmienie chaosu socjalnego*, WSP TWP, Warszawa.

Badania RPD o sytuacji materialnej rodzin z dziećmi (Ogólnopolskie badania sytuacji materialnej dzieci i młodzieży w Polsce przeprowadzono na 5 tys. 496 rodzin z dziećmi do 18 roku życia, przeprowadzone w marcu i kwietniu 2011 r.):

http://biznes.onet.pl/badania_rpd_o_sytuacji_materialnej_rodzin_z_dziecmi,18515,4338182,1,onet-wiadomosci-detat.

Bieda ma twarz dziecka, Głos Nauczycielski, 2011, nr 23.

Calypso to turystyka dla wszystkich, 2011, Unia Europejska, Urząd Publikacji UE: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/leaflets/2011/calypso-2011-a5_pl.pdf.

Czapiński J., Panek T. (red.), 2005, *Diagnoza społeczna 2005: Warunki i jakość życia Polaków*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa: <http://www.diagnoza.com>.

Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce, 2010, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.

Empowerment w projektach innowacyjnych Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Program Operacyjny Kapitał Ludzki, 2011, Krajowa Instytucja Wspo-

- magająca, Centrum Projektów Europejskich, Warszawa:
http://www.pokl.sbrr.pl/asp/pliki/do_pobrania/empowerment_w_proj_innowacyjnych_09.2010.pdf.
- Frieske K.W., 2008, *Społeczna marginalność jako koszt systemowy*, [w:] Jarosz M. (red.), *Wykluczeni. Wymiar społeczny, materialny i etniczny*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa.
- Gierszewska R., 2001, *Pomoc społeczna*, [w:] Rysz-Kowalczyk B. (red.), *Leksykon polityki społecznej*, Instytut Polityki Społecznej UW, Warszawa.
- Głąbicka K., 2002, *Europejska przestrzeń socjalna*, WSP TWP, Warszawa.
- Golinowska S., 2000, *Polityka społeczna, Koncepcje – instytucje – koszty*, Poltex, Warszawa.
- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, *Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia*, 9 (4).
- Hall C.M., 2000, *Tourism planning: policies, processes and relationships*, Prentice Hall, Harlow.
- Informacja sygnałną GUS. Ubóstwo w Polsce w 2010 r.*, 2011 (na podstawie badania budżetów gospodarstw domowych), Warszawa:
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_wz_ubostwo_w_polsce_2010.pdf.
- Kapitał Ludzki. Narodowa Strategia Spójności. Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2000–2013*, 2010, Warszawa:
http://www.efs.gov.pl/Dokumenty/Lists/Dokumenty%20programowe/Attachments/89/SzOP_1405_ost.pdf.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*: <http://msport.gov.pl/strategie-turystyka/524-Kierunki-rozwoju-turystyki-do-2-15-roku?retpag=/strategie-turystyka/>.
- Kosmaczewska J., 2010, *Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych*, [w:] Panasiuk A. (red.), *Potencjał turystyczny – zagadnienia ekonomiczne*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, nr 53, Szczecin.
- Lepianka D., 2002, *Czym jest wykluczenie społeczne? Wprowadzenie do europejskich debat na temat ekskluzji*, *Kultura i społeczeństwo*, 4.
- Minnaert L., Maitland R., Miller G., 2009, *Tourism and social policy. The value of social tourism*, *Annals of Tourism Research*, 36 (2).
- Minnaert L., Maitland R., Miller G., 2011, *What is social tourism?*, *Special Issue on Social Tourism, Current Issues in Tourism*, 5.
- Miżejewski C., b.r.w. *Aktywna integracja – nowa formuła pomocy społecznej*:
<http://www.efs.mopr.zabrze.pl/aktualnosci-czytnik/items/tekst-cezarego-mizejewskiego.html>.

- Narodowa Strategia Integracji Społecznej dla Polski (NSIS)*, 2004, Zespół Zadaniowy do Spraw Reintegracji Społecznej, MPIPS, Warszawa:
<http://www.mpips.gov.pl/userfiles/File/mps/NSIS.pdf>.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki społecznej w Europie (2006/C 318/12), Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, 23.12.2009, C 317/49:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:317:0049:0053:PL:PDF>.
- Pięta J., 2008, *Pedagogika czasu wolnego*, Wyższa Szkoła Ekonomii, Warszawa.
- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, 1948, (Przyjęta i proklamowana rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ 217 A (III) w dniu 10 grudnia 1948 r.):
http://www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/Powszechna_Deklaracja_Praw_Czlowieka.pdf.
- Przewłocka J., 2011, *Polskie organizacje pozarządowe 2010. Najważniejsze pytania, podstawowe fakty*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa.
- Słownik języka polskiego*, 2007, PWN, Warszawa.
- Strategia Państwa dla Młodzieży na lata 2003–2012, 2003, Dokument przygotowany przez Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu, przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 19.08.2003:
http://www.staff.edu.pl/przedmiotowe/informatyka/aga/spis_tresci.doc.
- Szczegółowy opis priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007–2013*, 2010, Warszawa.
- Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 roku*, 2010, Notatka informacyjna GUS, Materiał na konferencję prasową w dniu 23 kwietnia 2010 r., Warszawa:
[http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_kts_turystyka_wypoczynek_2009\(1\).pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_kts_turystyka_wypoczynek_2009(1).pdf).
- Ubóstwo w Polsce w 2010 r.*, 2011, GUS, Warszawa:
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_wz_ubostwo_w_polsce_2010pdf.
- Warzywoda-Kruszyńska W., 1998, *Wielkomiejscy biedni – formująca się underclass?*, Kultura i Społeczeństwo, 2.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Zakres realizacji projektów partnerskich określony przez Instytucję Zarządzającą Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki*, 2011, MRR, Warszawa:
http://www.efs.gov.pl/Dokumenty/Lists/Dokumenty%20programowe/Attachments/134/zakres_partnersstwo.pdf.
- Zasady przygotowania, realizacji i rozliczania projektów systemowych Ośrodków Pomocy Społecznej, Powiatowych Centrów Pomocy Rodzinie oraz Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007–2013*, 2010, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa:
http://www.efs.gov.pl/Wiadomosci/Documents/Zasady_jednolite_0101.pdf.

Akty prawne

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., DzU 1997, nr 54, poz. 353, art. 67 i 71.

Ustawa o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 r., DzU 2004, nr 64, poz. 593, z późn. zm.

Ustawa o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z 6 grudnia 2006, DzU 2009, nr 84, poz. 217 (tekst ujednolicony).

Ustawa o zmianie niektórych ustaw w związku z wdrażaniem funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności z dnia 7 listopada 2007 r., DzU 2008, nr 216, poz. 1370.

.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Teresa Buczak*

TURYSTYKA POLONIJNA JAKO SEGMENT TURYSTYKI SPOŁECZNEJ – STAN OBECNY, PERSPEKTYWY ROZWOJU

1. Wstęp

W literaturze przedmiotu turystyka polonijna jest definiowana jako „odmiana turystyki etnicznej” (Gaworecki 1998, s. 60). Termin „turystyka etniczna” w literaturze naukowej jest rozumiany dwojako. W pierwszym ujęciu traktuje się ją jako wyjazdy w celu poznania i nawiązania kontaktów z ludnością odmienną kulturowo (pragnienie doświadczenia odmienności kulturowej), natomiast w drugim – jako podróże osób tej samej grupy etnicznej. Turystyka etniczna ma ścisły związek ze zjawiskiem diaspory, rozumianej jako rozproszenie jakiejś narodowości na obczyźnie. Diaspora ma dwa źródła: emigrację ludności z własnej ojczyzny i ukształtowanie zbiorowości etnicznej w wyniku zmiany granic państwowych (Gaworecki 1998, s. 51). Dla rozwoju turystyki etnicznej istotne są – niezależnie od źródła powstania i stopnia asymilacji określonej diaspory – kultywowanie odrębności kulturowej, prowadzenie ożywionej działalności społecznej oraz silne powiązanie z krajem pochodzenia.

Diaspora polska, potocznie zwana Polonią (z łac. *Polonia* – Polska), to termin określający Polaków mieszkających poza granicami Polski. Niektórzy za Polonię uznają tylko polskich emigrantów i ich potomków, nie określając tym mianem osób mieszkających na terenach, które po 1939 r. przestały wchodzić w skład państwa polskiego. Argumentem za

* Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa, ul. Chałubińskiego 8, e-mail: teresa.buczak@pot.gov.pl.

tym stanowiskiem jest stwierdzenie, że ludzie ci nie wyjechali z Polski, tylko zmieniły się granice kraju. Oni sami też uznają się za Polaków, a nie za Polonię. Polaków tych określa się mianem mniejszości polskiej.

Z kolei definicja turystyki społecznej, opracowana przez Międzynarodowe Biuro Turystyki Społecznej (BITS), mówi, że główną cechą charakteryzującą turystykę społeczną jest zespół relacji i procedur wynikających z realizacji programów finansowanych przez państwo, które umożliwiają udział w turystyce warstwom obywateli o niższych dochodach. Do takiego poglądu nawiązuje także dokumentacja Unii Europejskiej, określając turystykę społeczną jako wspomaganą formę aktywności grup ludzi, którzy z wielu powodów – głównie społecznych i zdrowotnych – mają trudności z organizowaniem swoich wakacji (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 3).

Podkreśla się, że działania zmierzające do rozwoju turystyki społecznej powinny dotyczyć zwłaszcza grup najbardziej marginalizowanych ekonomicznie, społecznie i pochodzeniowo (miejsce zamieszkania lub stałego przebywania) oraz przynosić wymierny w każdym okresie efekt społeczny lub ekonomiczny nie tylko stronom realizującym, ale także regionom oraz beneficjentom końcowym. Podstawową formą realizacji powinna być współpraca publiczno-społeczno-prywatna (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 35).

Punktem wyjścia do analizy stanu turystyki polonijnej jako segmentu turystyki społecznej jest zbadanie liczbowo-przestrzennego obrazu polskiej diaspory, a także okresu, w jakim się tworzyła. Według danych rządowych (*Rządowy program współpracy...* 2007), poza granicami Polski przebywało w 2007 r. ok. 16 mln osób narodowości polskiej lub polskiego pochodzenia bez polskiego obywatelstwa. Inne źródła podają, że w 2009 r. poza terytorium Polski mieszkało nawet do 21 mln Polaków i osób pochodzenia polskiego. Polscy emigranci pochodzą z kilku fal migracji:

- uchodźcy po powstaniach narodowych w XIX w. (głównie do Francji, Wielkiej Brytanii, Szwajcarii, Niemiec i Ameryki Północnej),
- emigracja zarobkowa w drugiej połowie XIX w. aż do 1939 r. (robotnicy głównie do Francji, Belgii i Niemiec; chłopci do Stanów Zjednoczonych, Kanady, Brazylii i Argentyny),
- emigracja na skutek II wojny światowej oraz z przyczyn politycznych po wojnie,

- emigracja polskich Żydów na skutek napięć narodowościowych i prześladowań antysemickich (w różnych falach i okresach, przed wojną i po wojnie, m.in. tzw. emigracja pomarcowa lat 1968–1971),
- emigracja z przyczyn ekonomicznych i politycznych w latach 80. XX w.,
- emigracja zarobkowa po 1989 r. (głównie do Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Austrii, Włoch, Kanady i Stanów Zjednoczonych).

Liczące się zbiorowości Polaków i osób o polskim rodowodzie istnieją w większości państw Europy, w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie na kontynencie północnoamerykańskim, w Argentynie, Brazylii w Ameryce Południowej, w Republice Południowej Afryki i Australii (*Raport o sytuacji Polonii...* 2009, s. 9). Najliczniejsza polska diaspora znajduje się w Stanach Zjednoczonych (10,6 mln), Niemczech (2 mln), Brazylii (1,8 mln), Francji (1,05 mln), Kanadzie (900 tys.), Wielkiej Brytanii (500 tys.) i Argentynie (450 tys.).

Stosując podejście marketingowe, można traktować Polonię jako jeden z segmentów rynku turystycznego. Aby jednak stwierdzić, czy jest to uzasadnione, należy dokonać możliwie pełnej charakterystyki konsumentów należących do tej grupy i odpowiedzieć na pytanie, czy ich potrzeby i zachowania nabywcze różnią się od pozostałych turystów. Ponadto podstawą wyodrębnienia i ważnym kryterium oceny atrakcyjności segmentu jest jego wielkość. Do pozostałych czynników określających potencjalną zyskowność segmentu należą również m.in.: koszty wejścia na rynek, łatwość komunikowania się z rynkiem i sztywność popytu (Altkorn 1994, s. 88). Wynikiem analizy atrakcyjności będzie ustalenie, czy dana grupa konsumentów może się stać opłacalnym rynkiem, czyli obszarem do prowadzenia rentownej działalności gospodarczej.

Jeżeli jednak przedmiotem rozważań jest turystyka polonijna jako segment turystyki społecznej, wówczas aspekt „atrakcyjności” i zyskowności segmentu nie ma kluczowego znaczenia. Niemniej sama „procedura” jego identyfikacji i wyodrębnienia powinna być podobna, tzn. konieczne jest określenie zarówno skali, jak i struktury popytu tej grupy konsumentów w zakresie uczestnictwa w turystyce oraz dotychczasowego poziomu zaspokojenia tych potrzeb.

W celu dokonania takiej diagnozy, analizowano wielkość i strukturę turystycznych przyjazdów do Polski osób polskiego pochodzenia w latach 2001–2010. W toku analizy zbadano istnienie zależności pomiędzy

wielkością Polonii w poszczególnych krajach a liczbą przyjazdów turystycznych do Polski oraz opisano najważniejsze cechy przyjazdów osób polskiego pochodzenia w porównaniu z pozostałymi turystami zagranicznymi. Przeanalizowano rolę i dotychczasowe działania instytucji państwowych oraz organizacji pozarządowych na rzecz Polonii, w zakresie wsparcia uczestnictwa w turystyce tej grupy. Ponadto podjęto próbę określenia skali tego zjawiska.

2. Charakterystyka turystyki polonijnej¹

Na potrzeby charakterystyki turystyki polonijnej sięgnięto po wyniki badań turystyki przyjazdowej, wykonane w latach 2001–2011 przez Instytut Turystyki, w ramach programu badań statystycznych statystyki publicznej. Do 2006 r. (włącznie) badanie było bardziej szczegółowe, realizowano bowiem wówczas dwie odrębne ankiety: 1) charakteryzującą turystów i 2) wydatki turystów. Od 2007 r. Instytut Turystyki posługuje się jedną ankietą, w której uszczuplono zakres pytań charakteryzujących turystów². W szczególności zabrakło pytania o polskie pochodzenie. Pewnego przybliżenia dostarcza pytanie o cele przyjazdu, a zwłaszcza dwie odpowiedzi: „Odwiedziny u krewnych, znajomych” i „Odwiedziny miejsca pochodzenia”. Wykorzystano je w celu oszacowania wielkości przyjazdów w latach 2007–2010, ponieważ są wysoko skorelowane z polskim pochodzeniem.

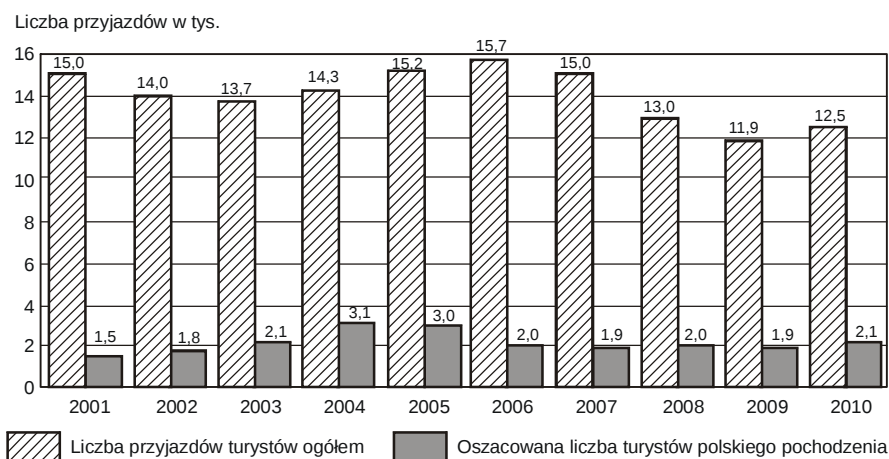
W dalszej części analizy, poświęconej bardziej szczegółowej charakterystyce przyjazdów, posłużono się danymi z lat 2001–2006 zebranymi w ankiecie 1 charakteryzującej turystów. Od 2011 r. do ankiety przywrócone zostało pytanie o polskie pochodzenie respondenta, dzięki czemu dostępne są dane za pierwsze półrocze o tej grupie cudzoziemców.

Jak wynika z danych Instytutu Turystyki, liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w latach 2001–2010 podlegała znacznym wahaniom (rys. 1). W 2010 r. Polskę odwiedziło 12,5 mln turystów, tj. o 4,9% więcej niż w roku poprzednim, ale w porównaniu z najlepszym pod tym

¹ Turystyka polonijna jest tu rozumiana jako przyjazdy osób polskiego pochodzenia do Polski.

² W 2007 r. uległa zmianie metoda badań na przejściach granicznych. Warunki realizacji badań po wejściu Polski do strefy Schengen są dużo trudniejsze niż w sytuacji obowiązkowej kontroli granicznej.

względem 2006 r. było ich o 1/5 mniej. Spadek liczby przyjazdów turystów do Polski dotyczył przede wszystkim krajów sąsiednich, nienależących do strefy Schengen. Warto jednak zwrócić uwagę, że wielkość segmentu przyjazdów w celu odwiedzenia rodziny i miejsca pochodzenia zmienił się w okresie ostatnich pięciu lat relatywnie mało.



Rys. 1. Przyjazdy turystów pochodzenia polskiego w latach 2001–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki

Zgodnie z danymi zbieranymi do 2006 r., osoby deklarujące polskie pochodzenie stanowiły od 10 do 15% turystów zagranicznych odwiedzających Polskę, a w roku wstąpienia Polski do Unii Europejskiej było to nawet 21% (tj. 3,1 mln) (tab. 1). Jednak po okresie znacznego, ale krótkotrwałego wzrostu w latach 2004–2005, liczba przyjazdów Polonii ustabilizowała się na poziomie ok. 2 mln. Mimo to oszacowane wielkości pokazują, że warto uważniej przyjrzeć się potencjałowi polskiej diaspory do generowania turystycznych przyjazdów do Polski. Bieżące dane o przyjazdach w pierwszym półroczu 2011 r. świadczą o ponownym wzroście udziału turystów deklarujących polskie pochodzenie do poziomu 21% (1,3 mln przyjazdów).

Wśród wszystkich zagranicznych turystów najliczniej odwiedzają nasz kraj goście z krajów, z którymi sąsiadujemy – ich udział wynosił w badanych latach 68–75%. Z kolei wśród nich zdecydowanie dominują Niemcy (4,5 mln przyjazdów w 2010 r., tj. 36,2% wszystkich odwiedzin).

Tabela 1. Liczba turystów zagranicznych deklarujących polskie pochodzenie w latach 2001–2010

Rok	Liczba przyjazdów turystów ogółem (w tys.)	Przyjazdy w celu odwiedzenia krewnych i znajomych (%)	Przyjazdy w celu odwiedzenia miejsca pochodzenia (%)	Polskie pochodzenie deklaruje (% badanych w roku)	Oszacowana liczba turystów polskiego pochodzenia
2001	15 000	21,4	0,7	9,9	1500
2002	13 980	21,5	0,7	13,2	1800
2003	13 720	22,5	0,5	15,2	2100
2004	14 290	19,9	0,9	21,3	3100
2005	15 200	18,3	1,3	19,4	3000
2006	15 670	17,7	1,1	12,5	2000
2007	14 975	15,9	1,1	12,7	1900
2008	12 960	18,6	2,7	15,4	2000
2009	11 890	18,1	2,8	15,0	1900
2010	12 470	18,1	3,4	16,8	2100

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych i oszacowań Instytutu Turystyki.

Przyjazdy turystów z krajów europejskich należących do dawnej 15 UE stanowiły 19% i kształtowały się na poziomie 2,3 mln. Kraje spoza strefy Schengen, takie jak Rosja, Ukraina i Białoruś generują 21,6% odwiedzin (2,7 mln). Z tzw. krajów zamorskich³ w 2010 r. przyjechało do Polski 460 tys. turystów, co stanowiło 3,7% ogółu odwiedzających Polskę obcokrajowców.

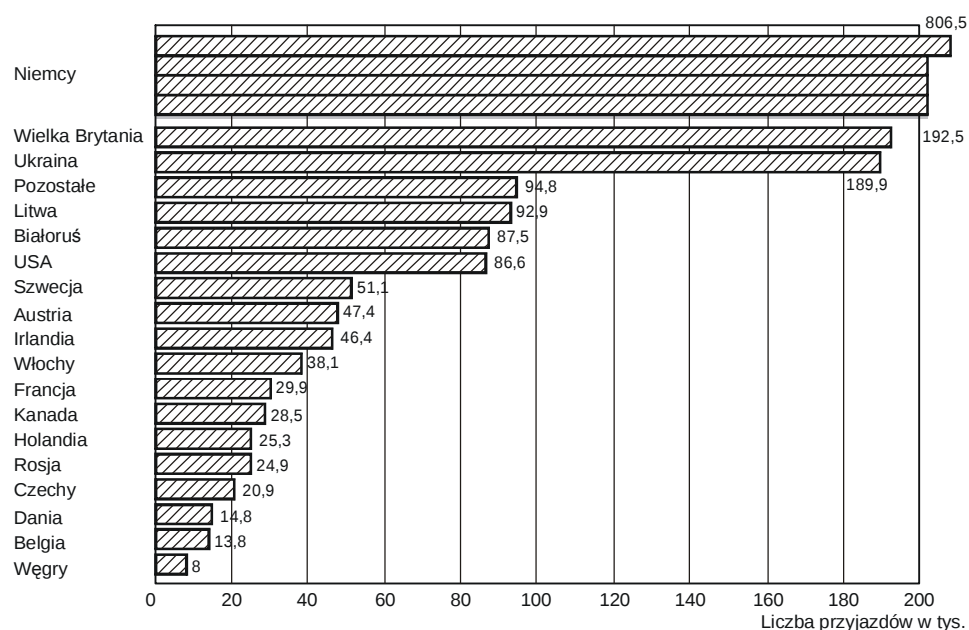
Analiza struktury przyjazdów turystycznych ujawnia, że z krajów, w których Polonia jest najliczniejsza nie przyjeżdża proporcjonalnie więcej turystów, a kraje tzw. „starej emigracji”, takie jak Kanada, Brazylia, Argentyna nie odgrywają istotnej roli w generowaniu ruchu turystycznego do Polski. Można przypuszczać, że znaczna odległość od byłej ojczyzny – zarówno ta rzeczywista, jak i mentalna – stanowią istotne bariery rozwoju turystyki etnicznej z tych krajów.

Najwięcej turystów pochodzenia polskiego przyjeżdżało do Polski z Niemiec (od 1,2 mln do 0,8 mln), Ukrainy (167–241 tys.), Stanów Zjednoczonych (100–196 tys.) i Wielkiej Brytanii (8–142 tys.). Warto zwrócić

³ Wśród nich są takie kraje, jak: USA, Kanada, Australia, Japonia i Korea Południowa.

uwagę, że w badanych latach systematycznie wzrastały przyjazdy Polonii tylko z trzech krajów: Szwecji, Austrii i Wielkiej Brytanii, natomiast z pozostałych krajów liczba przyjazdów w poszczególnych latach znacznie się wahała, a nawet malała (Białoruś, Rosja).

Liczbę przyjazdów turystów zagranicznych polskiego pochodzenia zaprezentowano na rysunku 2.



Rys. 2. Przyjazdy turystów polskiego pochodzenia według krajów zamieszkania w 2009 r. (w tys.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki

Wyniki badań potwierdzają potoczne opinie, że cechą charakterystyczną turystyki polonijnej jest bardzo wysoki udział odwiedzin krewnych i znajomych, jako głównego celu przyjazdu (od 46% do 74%). Zwiedzanie kraju i wypoczynek wskazuje jako cel pobytu tylko 6% turystów, ale udział takich przyjazdów zmieniał się w analizowanym okresie. Chęć odwiedzenia miejsca pochodzenia stanowi główny motyw zaledwie od 3% do 4% przyjazdów turystów polonijnych. Przyjazdy w celach służbowych utrzymują się na zbliżonym poziomie i stanowią ok. 12% wszystkich wizyt.

Ważną cechą różniącą turystów polonijnych od pozostałych jest to, że znacznie rzadziej korzystali z usług bazy hotelarskiej (tylko 14%). Zdecydowanie najczęściej nocowali u rodziny i znajomych (80%) i ta cecha ich przyjazdów nie zmieniła się zasadniczo w ciągu dziewięciu analizowanych lat. Jednocześnie wydatki ponoszone przez nich w związku z przyjazdem są niewiele niższe od przeciętnych wydatków pozostałych turystów zagranicznych. Wynika to z faktu, że ich pobyt w Polsce był dłuższy średnio o dwa dni. Długość pobytu wydłużała się w latach 2001–2006 z 5,2 do 6,6 noclegów, ale w 2009 r. znów skróciła się do 6 nocy.

Najważniejsze cechy i tendencje charakteryzujące turystyczne przyjazdy Polonii zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Cechy przyjazdów turystów polskiego pochodzenia w 2009 r.

Cechy przyjazdów	Polonia	Pozostali turyści
Średnia liczba noclegów	5,7	3,8
Udział krótkich podróży w %	45	62
Miejsce noclegu w %:		
hotele	14	58
u rodziny, znajomych	80	11
Organizacja podróży:		
pakiet	2	16
samodzielnie w %	86	62
Średnia liczba wizyt w ciągu roku	5,3	6,6
Najczęściej odwiedzane województwa w %	zachodniopomorskie – 14 dolnośląskie – 10 mazowieckie – 10	mazowieckie – 17 zachodniopomorskie – 17 małopolskie – 13
Wiek turystów w %:		
do 24 lat	6	4
25–34	24	17
35–44	33	41
45–54	23	24
55+	15	14

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Jeśli chodzi o ekonomiczny aspekt turystycznych przyjazdów Polonii, to przeciętne wydatki na podróż turystów pochodzenia polskiego są

nieco niższe niż pozostałych turystów. Na podstawie porównania średnich wydatków turystów według krajów, z których przyjeżdżają, nasuwają się następujące spostrzeżenia:

- turyści polskiego pochodzenia ze Stanów Zjednoczonych, Włoch, Czech, Litwy i Rosji wydają w Polsce nieco więcej (4–10%) lub na bardzo zbliżonym poziomie, jak inni turyści z tych krajów;
- turyści polskiego pochodzenia z Niemiec, Ukrainy, Wielkiej Brytanii, Belgii, Holandii, Francji, Białorusi, Słowacji i Austrii wydają znacznie mniej niż inni turyści z tych krajów (nawet o ponad 50%).

Na podstawie zgromadzonych danych można stwierdzić, że Polonia stanowi dla polskiej branży turystycznej ważny segment rynku i źródło dochodów.

3. Udział Polonii i osób polskiego pochodzenia w turystyce społecznej

Zgodnie ze współczesną koncepcją turystyki społecznej, ułatwienie dostępu do turystyki i wypoczynku grupom społecznym, dla których wyjazdy turystyczne są bardzo rzadkie lub wręcz nie istnieją, także może doprowadzić do zwiększenia zysków przedsiębiorców. Jak zakłada krajowy program turystyki społecznej (*Informacja o stanie prac...* 2011, s. 2), celem nadrzędnym koncepcji turystyki społecznej w Polsce powinien być rozwój turystyki krajowej, tj. zwiększenie liczby Polaków korzystających z usług turystycznych, który prowadzić będzie do zmniejszania efektów fluktuacji popytu turystycznego w ciągu całego roku.

Działania na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, poprzez wsparcie zorganizowanych form wypoczynku dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych czy osób starszych są realizowane i nadzorowane przez cztery ministerstwa: Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Sportu i Turystyki. W 2010 r. rząd przeznaczył 104,2 mln zł na dofinansowanie zorganizowanych form wypoczynku dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych. Z takiej pomocy skorzystało 103,5 tys. dzieci i młodzieży, ale niestety brak danych o zasięgu uczestnictwa osób niepełnosprawnych (*Informacja o stanie prac...* 2011, s. 4).

Wśród organizacji pozarządowych, będących organizatorami różnych form turystyki społecznej, należy wymienić: Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (PTTK), Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych (PTSM), Polską Federację Campingu i Caravaningu (PFCC), Związek Harcerstwa Polskiego (ZHP), Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej (ZH RP), Zrzeszenie Ludowe Zespoły Sportowe (LZS), Stowarzyszenie Zarządców Obiektów Rekreacyjno-Turystycznych i Polską Federację Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Dodatkowo, ważną rolę jako organizator wyjazdów turystycznych odgrywa Kościół.

Dane zebrane przez Departament Turystyki MSiT (*Informacja o stanie prac...* 2011, s. 5–8) – choć niepełne – wyraźnie wskazują, że organizacje pozarządowe prowadzące działalność w sferze turystyki podejmują wiele inicjatyw na rzecz wsparcia uczestnictwa w turystyce i wypoczynku grup społecznych o niższym statusie materialnym, szczególną zaś troską otaczają dzieci i młodzież szkolną.

W 2010 r. PTTK zorganizowało imprezy, w których uczestniczyło 977 tys. osób, PTSM w ramach taniej turystyki zorganizowało wycieczki i rajdy dla 106,2 tys. dzieci i młodzieży szkolnej.

Podstawowym dokumentem określającym zasady współpracy organów państwa w sferze polityki polonijnej jest Rządowy Program Współpracy z Polonią i Polakami za granicą⁴. W programie uwzględniono turystykę jako jedną z form „oddziaływania na środowiska polonijne” obok oświaty, szkolnictwa wyższego i sportu. Dane na temat faktycznego wsparcia uczestnictwa w turystyce, skierowanego do Polaków lub osób pochodzenia polskiego mieszkających poza granicami kraju, są dość ograniczone.

Jednym ze źródeł informacji na ten temat jest *Raport o sytuacji Polonii i Polaków za granicą* (2009, s. 292) opracowany przez Polski Instytut Spraw Międzynarodowych MSZ. Z *Raportu* wynika, że działalność na rzecz Polonii prowadzi 12 instytucji państwowych: Kancelaria Senatu, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Urząd do Spraw Kombatantów i Osób Repre-

⁴ <http://www.msz.gov.pl/files/docs/polonia2007.pdf>.

sjonowanych, Rada Ochrony Pamięci Walk i Męczeństwa, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, oraz trzy krajowe organizacje pozarządowe: Stowarzyszenie „Wspólnota Polska”, Fundacja „Pomoc Polakom na Wschodzie”, Fundacja „Semper Polonia”.

Jednak zadania w zakresie wspierania uczestnictwa w turystyce dzieci i młodzieży zamieszkałych poza granicami Polski realizowało tylko Ministerstwo Edukacji Narodowej. Każdego roku MEN ogłasza konkurs na zorganizowanie wypoczynku letniego dla dzieci pochodzenia polskiego z uwzględnieniem możliwości nauki języka polskiego. Oferta jest kierowana do stowarzyszeń i organizacji pozarządowych, które wyspecjalizowały się w organizacji obozów i kolonii polonijnych. Z dofinansowania korzystają podmioty, które przygotowują ofertę uwzględniającą atrakcyjny i nowatorski program pod względem edukacyjnym, wychowawczym i rekreacyjnym. Programy realizowane są m.in. na obozach szkoleniowo-wypoczynkowych, integracyjnych, rekreacyjno-sportowych, zawierają elementy nauki języka polskiego, historii Polski, geografii, plastyki, muzyki i śpiewu.

W 2008 r. z wypoczynku letniego (kolonie, obozy, pobyt edukacyjny) skorzystało ponad 3 tys. dzieci i młodzieży pochodzenia polskiego. Na realizację tego zadania wydatkowano w 2008 r. 2145 mln zł. W 2010 r. MEN przeznaczyło środki w wysokości 600 tys. zł na organizację w okresie letnich wakacji pobytu edukacyjnego dzieci Polaków zamieszkałych za granicą. Z tej formy wypoczynku skorzystało 1148 dzieci i młodzieży. Brak niestety danych z jakich krajów.

Wśród instytucji pozarządowych organizowaniem przyjazdów dzieci oraz młodzieży pochodzenia polskiego zajmowała się Caritas Polska. W 2010 r. umożliwiła przyjazd na turnusy 14-dniowe 1970 dzieciom: z Ukrainy (1300), Litwy (600), Łotwy (50) i Rumunii (20).

Przedstawione dane pokazują, że obecnie przyjazdy osób polskiego pochodzenia stanowią zaledwie niewielką część turystyki społecznej w Polsce.

4. Potrzeby środowisk polonijnych w zakresie turystyki społecznej

Oczekiwania Polonii i Polaków mieszkających za granicą w zakresie turystyki społecznej, wobec podmiotów polskich zaangażowanych we

współpracę z Polonią, są zróżnicowane i zależą od sytuacji ekonomicznej i społecznej środowisk polonijnych w kraju zamieszkania⁵. Inne potrzeby są priorytetowe w krajach tzw. starej i nowej emigracji, a jeszcze inne wśród Polaków mieszkających na Wschodzie.

Analiza raportu MSZ pozwala stwierdzić, że zaledwie w kilku krajach ważną formą działania polskich placówek dyplomatycznych na rzecz Polonii i Polaków było wspieranie uczestnictwa w wyjazdach turystycznych do dawnej ojczyzny. Trudno jednak na tej podstawie sformułować wniosek o zupełnym braku takiej potrzeby w pozostałych krajach.

Polonia amerykańska jest najliczniejszym skupiskiem emigracji polskiej i osób polskiego pochodzenia na świecie. Według badań statusu grup etnicznych w USA Amerykanie polskiego pochodzenia plasują się na wysokim piątym miejscu pod względem zamożności. Społeczność polonijna ma statystycznie wyższe wykształcenie niż średnia amerykańska. Są to w dużej mierze osoby o wyższym wykształceniu, ale także właściciele małych i średnich przedsiębiorstw.

Podobna sytuacja jest w Kanadzie, gdzie 3% mieszkańców (1 mln osób), deklaruje związek z Polską, tzn. pochodzenie w pierwszym, drugim lub trzecim pokoleniu, polskie miejsce urodzenia, polski jako język ojczysty lub język używany w domu. W ciągu ostatnich 20 lat pozycja ekonomiczna Polonii kanadyjskiej uległa znacznej poprawie. Duża część emigrantów przybyłych do Kanady w latach 80. i 90. to osoby dobrze wykształcone i znające język angielski, które dobrze zaadaptowały się do warunków kanadyjskich. W życie zawodowe weszło już pokolenie urodzone w Polsce, ale wykształcone w Kanadzie. Jest to grupa o dużych aspiracjach edukacyjnych i zawodowych. Generalnie pozycja ekonomiczna polskiej grupy etnicznej nie odbiega od średniej kanadyjskiej.

Republika Federalna Niemiec jest drugim po Stanach Zjednoczonych skupiskiem Polonii, liczącej tutaj ok. 2 mln Polaków, osób pochodzenia polskiego i osób wywodzących się z Polski, z czego ok. 1/5 to najnowsza (napływowa) migracja zarobkowa przybyła po wejściu Polski do Unii Europejskiej w 2004 r. Duża jej część, zwłaszcza w środowiskach przedsiębiorców, nie identyfikuje się z polskością.

W krajach takich, jak np. Brazylia i Argentyna, w których społeczność

⁵ Analizę przeprowadzono na podstawie sprawozdań polskich placówek dyplomatycznych zawartych w *Raporcie o sytuacji Polonii...* (2009).

polonijna liczy odpowiednio 1,8 mln i 450 tys., Polonia nie stanowi ani istotnej siły społecznej, ani ekonomicznej, ani politycznej. Środowiska polonijne nie znają Polski, jej mieszkańców, historii, geografii, roli we współczesnym świecie itd. Poważną barierę w kontakcie z Polską stanowi brak znajomości języka polskiego wśród młodych pokoleń. Od podmiotów polskich zaangażowanych we współpracę z Polonią i Polakami za granicą oczekują przede wszystkim wsparcia finansowego dla projektów polonijnych. Poważną przeszkodę w intensyfikacji kontaktów młodzieży polonijnej z rówieśnikami z Polski stanowią wysokie koszty podróży do Europy.

Liczba Polaków i osób polskiego pochodzenia we Francji kształtuje się na poziomie 700–800 tys. Szacunki te obejmują Polaków przybyłych do Francji w różnych okresach oraz ich potomków, a więc wszystkich tych, którzy są polskiego pochodzenia i często mają francuskie i polskie obywatelstwo lub tylko francuskie.

W wymienionych krajach do oczekiwanych i realizowanych form współpracy polskich urzędów konsularnych ze środowiskiem polonijnym należą głównie działania na rzecz doskonalenia oświaty polonijnej i promocji języka polskiego. Placówki współpracują również z organizacjami udzielającymi pomocy Polakom będącym w trudnej sytuacji życiowej, uzależnionym i bezdomnym.

W innych krajach Europy Zachodniej, gdzie polska emigracja jest dość liczna, za priorytet także uznano naukę języka polskiego oraz krzewienie oświaty i kultury polskiej. Warto jednak zwrócić uwagę, że Polacy z ostatniej fali emigracji zarobkowej uważają, że wszystkie polskie dzieci, bez względu na miejsce zamieszkania, powinny mieć równy dostęp do pobytów edukacyjnych w Polsce, co jest jednoznaczne z jednakowym dofinansowaniem tych pobytów. Miejsce zamieszkania dzieci nie determinuje bowiem ich zamożności ani ich potrzeby poznania polskiej kultury, języka i tradycji.

Sytuacja osób polskiego pochodzenia zamieszkałych w Białorusi, Rosji, Litwie i Ukrainie znacząco się różni od sytuacji emigrantów w obu Amerykach i Europie Zachodniej.

Białoruś zamieszkuje 396 tys. Polaków i osób polskiego pochodzenia (według szacunków nieoficjalnych liczba ta jest znacznie większa). Polacy na Białorusi nie stanowią pod względem ekonomicznym i społecznym wyróżniającej się grupy. Obecnie obserwuje się dążenie władz białorus-

kich do uszczuplenia stanu oświaty w języku polskim i nauczania języka polskiego. Tworzone są bariery dla przyjazdów nauczycieli z Polski do pracy na Białorusi. Dotyczy to także utrudniania wymiany młodzieży, np. przy wyjazdach dzieci i młodzieży polskiego pochodzenia na studia, kursy, staże, kolonie w Polsce. Polskie placówki dyplomatyczno-konsularne w ramach współpracy ze środowiskiem polskim udzielają pomocy finansowej i logistycznej w organizacji akcji letnich, a także wycieczek edukacyjnych.

Polska mniejszość narodowa na Litwie liczy 235 tys. osób, co stanowiło 6,74% ogółu ludności kraju. Polacy są obecnie największą mniejszością narodową na Litwie. Około 85% społeczności polskiej na Litwie uważa język polski za ojczysty. Straty wojenne i kolejne fale powojennej tzw. repatriacji spowodowały, że do dziś nieliczna jest polska inteligencja, a liczba osób z wyższym wykształceniem jest dużo niższa od litewskiej średniej krajowej. Również stopień zamożności na zaniedbywanej przez lata i niedoinwestowanej Wileńszczyźnie odbiega od poziomu reszty kraju. Na podstawie wiedzy o potrzebach społeczności polskiej ambasada RP dofinansowuje wyjazdy do Polski dzieci i młodzieży z polskich rodzin na wypoczynek letni, w ramach wymiany międzyszkolnej oraz na wycieczki edukacyjno-krajoznawcze.

Według ostatniego powszechnego spisu ludności na terenie całej Ukrainy zamieszkuje ok. 144 tys. osób deklarujących narodowość polską. Jest to znaczący spadek w stosunku do poprzedniego spisu, kiedy odnotowano 219 tys. osób narodowości polskiej. Polacy na Ukrainie nie są grupą o wysokiej pozycji społeczno-ekonomicznej. Ich położenie jest zbliżone do przeciętnego poziomu.

Polska grupa narodowościowa w Federacji Rosyjskiej liczy ok. 95 tys. osób. W opinii działaczy polskich i badaczy liczba ta w rzeczywistości może być kilkakrotnie wyższa. Ogromna większość osób pochodzenia polskiego nie zna języka polskiego, co wynika z faktu, iż wielu z nich należy do kolejnego już pokolenia potomków zesłańców. Zdecydowana większość organizacji polonijnych w Rosji zajmuje się przede wszystkim oświatą polonijną i zachowaniem tradycji polskich. Oczekują od władz polskich przede wszystkim środków finansowych na promocję historii, kultury i tradycji polskich oraz zwiększenia liczby miejsc dla młodzieży na obozach letnich w Polsce.

5. Podsumowanie

Przeprowadzona analiza daje jedynie ogólny obraz turystyki polonijnej jako segmentu turystyki społecznej. Rocznie odnotowuje się ok. 2 mln przyjazdów osób deklarujących polskie pochodzenie. W tej liczbie udział przyjazdów dofinansowanych w systemowy i zorganizowany sposób jest znikomy. Jednak pełna diagnoza skali zjawiska nie jest możliwa ze względu na brak wyczerpujących danych. Istnieje więc potrzeba prowadzenia dalszych analiz, ponieważ bez rzetelnej wiedzy trudno jest prowadzić zarówno działalność marketingową, jak i aktywną politykę państwa w tym zakresie.

Literatura

- Altkorn J., 1994, *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa.
- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Gaworecki W.W., 1998, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Informacja o stanie prac nad założeniami do krajowego programu turystyki społecznej*, 2011, MSiT, Warszawa.
- Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki, 2008, POT, Warszawa.
- Raport o sytuacji Polonii i Polaków za granicą*, 2009, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, MSZ, Warszawa.
- Rządowy program współpracy z Polonią i Polakami za granicą*, 2007, MSZ, Warszawa.
- Turystyka polonijna. Zarys problemu*, W. Rybczyński (red.), 2010, Almamater, Warszawa.

4.

**Turystyka grup społecznych
wymagających wsparcia:
osób niepełnosprawnych,
seniorów**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Dorota Szczałuba^{*}

ROZWAŻANIA NAD TURYSTYKĄ I REKREACJĄ OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH

1. Wstęp

Turystyka, jako wielowymiarowe i dynamiczne zjawisko współczesnego sposobu bytowania społeczeństw, znajduje odzwierciedlenie w różnych sferach życia. Dzięki temu spełnia określone funkcje m.in.: wypoczynkową, zdrowotną, poznawczą, edukacji kulturowej, urbanizacyjną, etniczną, kształtowania świadomości ekologicznej, ekonomiczną, polityczną, społeczną, rozrywkową (Różycki 2006).

Z punktu widzenia osób niepełnosprawnych najistotniejsza jest funkcja zdrowotna, obejmująca zarówno działania profilaktyczne, jak i rehabilitacyjne. Funkcje rehabilitacyjne wyjazdów turystycznych dotyczą osób po przebytych różnego rodzaju chorobach i urazach, a przede wszystkim osób niepełnosprawnych. Turystyka może pełnić wobec nich rolę kompensacyjną, może stanowić bardzo ważny czynnik sprawdzenia siebie i przekonania się o satysfakcji płynącej z przekraczania własnych możliwości. Może być także ważnym czynnikiem integracji ze środowiskiem ludzi sprawnych.

^{*} Zespół Szkół Nr 1 im. Mikołaja Kopernika, 27-400 Ostrowiec Świętokrzyski, os. Słoneczne 33, e-mail: dos5@o2.pl.

2. Funkcja profilaktyczna i rehabilitacyjna turystyki osób niepełnosprawnych

W celu spełnienia funkcji profilaktycznej i rehabilitacyjnej turystyki należy pamiętać o kilku bardzo istotnych zasadach, a mianowicie (Łobożewicz 2000):

1. Proponować modele wypoczynku adekwatne do wieku oraz stanu zdrowia, a także prowadzić szeroką akcję promocyjną takich modeli, np. poprzez środki masowego przekazu czy też nauczanie w szkole.

2. Kształcić kadrę animatorów turystyki potrafiącą pomagać ludziom uprawiać turystykę sprzyjającą zdrowiu. Szczególny nacisk należy położyć na to, aby organizatorzy wycieczek, obozów, wczasów i różnych imprez turystycznych dla osób niepełnosprawnych przestrzegali następujących zasad (Krakowski 2007):

- forma uprawianej turystyki musi być właściwie dobrana do rodzaju niepełnosprawności, charakteru dysfunkcji oraz pozostawać w zgodzie z opracowanym programem rehabilitacji;

- uprawianie turystyki nie może stwarzać zagrożenia dla zdrowia;

- uprawianie turystyki kwalifikowanej (np.: kolarskiej, kajakowej, pływackiej, narciarskiej) ma na celu umożliwienie odzyskania wiary we własne możliwości psychofizyczne;

- środowisko nie powinno stwarzać barier psychicznych utrudniających uprawianie turystyki przez osoby niepełnosprawne, lecz pomagać w przezwyciężaniu kompleksów, lęków i zahamowań;

- uprawianie turystyki powinno zmierzać do wzrostu sił fizycznych i odporności psychicznej na trudy nie tylko z nią związane, ale także dnia codziennego;

- turystyka powinna być czynnikiem psychoprofilaktyki i psychoterapii, a nie dodatkowym stresem;

- należy indywidualizować formy działalności turystycznej osób niepełnosprawnych i dążyć do doskonalenia metodyki prowadzenia wycieczek i imprez z poszczególnymi grupami inwalidów.

3. Tworzyć warunki umożliwiające uprawianie turystyki przez osoby niepełnosprawne niezależnie od dysfunkcji organizmu, a zatem zarówno przez głuchoniemych, niewidomych, inwalidów ruchu, czy też osoby z porażeniem mózgowym. Jednocześnie należy pamiętać o tym, że nie jest to problem opieki socjalnej, ale sprawa realizacji praw człowieka.

Cytując za Kartą Praw Osób Niepełnosprawnych: „osoby niepełnosprawne, czyli osoby, których sprawność fizyczna, psychiczna lub umysłowa trwale lub okresowo utrudnia, ogranicza lub uniemożliwia życie codzienne, naukę, pracę oraz pełnienie ról społecznych, zgodnie z normami prawnymi i zwyczajowymi, mają prawo do niezależnego, samodzielnego i aktywnego życia oraz nie mogą podlegać dyskryminacji” (Karta Praw Osób Niepełnosprawnych 1997). Ponadto ludzie niepełnosprawni mają prawo do „pełnego uczestnictwa z życiem publicznym, społecznym, kulturalnym, artystycznym, sportowym oraz rekreacji i turystyce odpowiednio do swych zainteresowań i potrzeb” (Karta Praw Osób Niepełnosprawnych 1997). Jednak aby to było możliwe, potrzebna jest:

- dostępność samolotów, autokarów, pociągów, hoteli, szkół, miejsc użyteczności publicznej dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich;
- kształcenie asystentów społecznych na potrzeby osób o różnych rodzajach niepełnosprawności;
- organizowanie integracyjnych wyjazdów (kolonie, obozy, zielone szkoły itp.) osób sprawnych wspólnie z niepełnosprawnymi.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, należy zauważyć, że turystyka osób niepełnosprawnych oznacza zamierzoną oraz dobraną do potrzeb aktywność fizyczną realizowaną w różnych formach podróżowania, ściśle związaną także z aktywnością krajoznawczą. Traktowana jest jako element rehabilitacji osób niepełnosprawnych, która dąży do przywrócenia maksymalnej sprawności fizycznej, psychicznej, społecznej i zawodowej oraz przystosowania do normalnego życia. Uprawianie turystyki i krajoznawstwa przez ludzi niepełnosprawnych to w pewnym sensie środek terapeutyczno-wychowawczy, umożliwiający wypróbowanie swoich sił w różnych warunkach i sytuacjach.

3. Cele turystyki osób niepełnosprawnych

W literaturze przedmiotu wyróżniono cele, którym powinna służyć turystyka osób niepełnosprawnych. Wśród nich należy wymienić (Migas 2006):

1. Cel leczniczy – turystyka powinna być w miarę możliwości kontynuacją programu leczenia i usprawniania, zwłaszcza układu i narządów

ruchu. Pod tym względem należy dokonywać wyboru dyscyplin turystycznych. Uprawianie turystyki powinno zapobiegać zmianom, jakie mogą wystąpić w wyniku choroby lub zmniejszonej aktywności fizycznej, nie może jednak szkodzić.

2. Cel biologiczny – systematyczny ruch pozwala na znaczną kompensację ubytków morfologicznych sprawności fizycznej. Inwalidztwo przyspiesza zazwyczaj starzenie się organizmu, zmniejsza rezerwy biologiczne ustroju i prowadzi do uzależnienia od innych. Turystyka może zmniejszyć biologiczne skutki starzenia się ludzi niepełnosprawnych, a krajoznawstwo pobudzać ich intelektualnie.

3. Cel anatomiczno-fizjologiczny – najczęściej służy utrzymaniu właściwych stosunków anatomicznych w obrębie stawów, zapobieganiu przykurczom i zanikom mięśni. Te najczęstsze zadania kinezyterapii, czyli leczniczej gimnastyki, można przenieść także na grunt sportu i turystyki. Prócz tego niejednokrotnie istnieje także konieczność niwelowania braków danego organu przez intensywny trening, dzięki czemu osiągana jest zwiększona ruchomość stawów oraz siły mięśniowej, co w efekcie umożliwia przynajmniej częściowe zmniejszenie skutków choroby lub kalectwa. Aktywne uprawianie turystyki ma pozytywny wpływ na podstawowe funkcje organizmu, natomiast u osób niepełnosprawnych dodatkowym pozytywnym aspektem jest ekonomizacja tych procesów, gdyż należy pamiętać, że w tej grupie osób czynności dnia codziennego wykonywane są ze znacznie zwiększonym wydatkiem energetycznym.

4. Cel higieniczno-zdrowotny – codzienne ćwiczenia fizyczne są wskazane dla każdego zdrowego człowieka, jednak dla osób niepełnosprawnych są one wręcz niezbędne i stanowią w pewnym sensie ich obowiązek. Aktywność turystyczna i krajoznawcza powinna być okazją do hartowania organizmu, zdobycia odporności na trudy, jak również do opanowania umiejętności kontrolowania stanu zdrowia oraz poziomu sprawności fizycznej.

5. Cel wychowawczo-psychologiczny – uprawianie sportu i turystyki kształtuje również pozytywne cechy charakteru, co jest szczególnie ważne w grupie osób z dysfunkcjami organizmu, ponieważ wśród dzieci i młodzieży niepełnosprawnej niejednokrotnie można zauważyć postawy egocentryczne, agresywne lub apatyczne, które świadczą o nieprzystosowaniu się do życia w społeczeństwie. Wynika to z faktu, że niepełnosprawność jest czynnikiem ograniczającym w istotny sposób możliwości

życiowe człowieka, powoduje stres, wpędza w depresję oraz wywołuje poczucie niższości. Turystyka natomiast pozwala chociaż w części zrekomensować występujące braki, jak również usuwać przykre uczucie mniejszej wartości. Ponadto udział w zajęciach zespołowych uczy życia w grupie, uaktywnia dzieci i młodzież, wyrabia odwagę oraz hartuje psychicznie. Terapia poprzez turystykę ułatwia także przezwyciężanie stanów frustracji.

6. Cel hedonistyczny – aktywny udział w turystyce, krajoznawstwie, czy też szeroko rozumianej kulturze fizycznej powinien przynosić uczucie radości, zadowolenia i spełnienia. Niestety ćwiczenia rehabilitacyjne są z reguły monotonne i wśród osób niepełnosprawnych, nawet tych bardzo zmotywowanych, pojawia się zniechęcenie. Natomiast wysiłek fizyczny towarzyszący aktywności turystycznej nie nuży, a nadal pozwala wykonywać setki lub tysiące ruchów powtarzanych podczas pracy np. wioślarza, kolarza, piechura. Ponadto turystyka pozwala również nawiązywać kontakty towarzyskie i otworzyć się na świat.

7. Cel społeczny – nowoczesne koncepcje rehabilitacji zakładają powrót do zdrowia poprzez przywrócenie funkcji ruchowych, które pozwoliłyby na podjęcie pracy zawodowej, a także umożliwią pełne włączenie się w całość życia społecznego, kulturalnego czy też towarzyskiego.

Aktywność ruchowa ma duże znaczenie w rehabilitacji i integracji osób niepełnosprawnych. Turystyka stanowi uzupełnienie rehabilitacji leczniczej, zawodowej i społecznej. Zmusza do pokonywania różnorodnych przeszkód w terenie, wyrabia samodzielność i czyni osobę niepełnosprawną bardziej otwartą na kontakty ze światem zewnętrznym. Zaspokaja pragnienie poznania własnej wartości, zaskarbiania uznania w środowisku, tworzenia więzi społecznych oraz kompensowania ułomności wynikających z wszelkich dysfunkcji organizmu.

Formy egzystencji osób niepełnosprawnych zmierzają ostatnio w kierunku aktywnego uczestnictwa w życiu. Najczęstszymi dyscyplinami turystyki uprawianymi przez ludzi niepełnosprawnych jest turystyka piesza, wodna, rowerowa oraz samochodowa. Wybór danej dyscypliny uzależniony jest od aspektów lekarskich, psychologicznych, wychowawczych, techniczno-organizacyjnych oraz wszystkich kategorii dysfunkcji ustrojowych.

Obowiązkiem organizatorów ruchu turystycznego jest stworzenie takiego systemu turystyki w kraju, aby ok. 6 mln ludzi niepełnosprawnych

(16% ludności Polski) (*Stan zdrowia ludności Polski* 2004) mogło brać udział w tej formie rekreacji i wypoczynku oraz odnaleźć w niej wszystko to, czego oczekuje. Ustawa z 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych wyróżnia trzy stopnie niepełnosprawności:

a) znaczny – osoba o naruszonej sprawności organizmu wymagająca niezbędnej stałej lub długotrwałej opieki i pomocy innej osoby wobec znacznie ograniczonej możliwości samodzielnej egzystencji;

b) umiarkowany – osoba o naruszonej sprawności organizmu, zdolna do wykonywania zatrudnienia na stanowisku pracy przystosowanym odpowiednio do potrzeb i możliwości wynikających z niesprawności, wymagająca częściowej lub okresowej pomocy innej osoby w związku z ograniczoną możliwością samodzielnej egzystencji;

c) lekki – osoba o naruszonej sprawności organizmu, zdolna do wykonywania zatrudnienia, niewymagająca pomocy innej osoby.

Turyści rekrutują się głównie z grupy o lekkim i częściowo o umiarkowanym stopniu niepełnosprawności. Podkreślić należy, że większość tych osób oczekuje w obiekcie noclegowym czy też obiekcie użyteczności publicznej warunków do normalnego pobytu, często rodzinnego, bez akcentowanej izolacji.

Niestety obraz turystyki osób z ograniczoną sprawnością wciąż jest pesymistyczny. W porównaniu ze zdrowymi rodakami niepełnosprawni podróżują trzy razy rzadziej, a ich udział w wyjazdach zagranicznych jest 14-krotnie mniejszy. Jedną z przyczyn niewyjeżdżania na wyjazdy urlopowo-wakacyjne jest choroba lub inwalidztwo (tab. 1). Ponadto z badań wynika, że turystykę uprawiają częściej osoby niepełnosprawne pracujące, niż osoby bezrobotne. Poziom uczestnictwa w wyjazdach turystyczno-krajoznawczych zwiększa także przynależność do organizacji zrzeszających ludzi niepełnosprawnych¹.

Dowodem na to, że niepełnosprawni odczuwają potrzebę podróżowania i zwiedzania, są turnusy rehabilitacyjne wymyślone w latach 70. XX w. dla pracowników spółdzielni inwalidów o pogarszającym się stanie zdrowia. Na początku wszystkie turnusy były przygotowane dla konkretnych grup niepełnosprawności i schorzeń.

¹ www.niepelnosprawni.pl.

Tabela 1. Przyczyny niewyjeżdżania na wyjazdy urlopowo-wakacyjne w latach 1999–2009 (dane w %)

Przyczyny niewyjeżdżania	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Niski poziom zamożności	44	50	54	52	52	52	52	46	41	43
Brak ochoty, potrzeby	8	7	8	8	7	7	7	9	11	10
Brak opieki nad domem, rodziną	10	8	7	9	7	8	7	8	10	8
Praca zawodowa	*	*	*	*	6	6	7	8	8	8
Swoja choroba	4	5	6	6	6	5	6	7	7	7
Nadzór nad gospodarstwem rolnym	7	6	5	4	5	5	4	6	5	6
Podeszły wiek	6	4	5	5	4	5	5	5	6	6
Duże wydatki (kupno samochodu, mieszkania, budowa domu, duży remont, kupno przedmiotów trwałego użytku)	5	5	3	4	3	3	4	3	3	5
Prace domowe, np. remont, porządki	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2
Wykorzystanie urlopu na dodatkową pracę zarobkową	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2
Brak pomysłu na wyjazd, brak organizatora wypoczynku	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Inwalidztwo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-
Inne przyczyny	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1

Źródło: na podstawie www.intur.com.pl (5.09.2011).

Jednakże u schyłku XX w. zmieniły się zasady rekrutacji na tego typu wyjazdy i to osoba niepełnosprawna samodzielnie mogła wybrać organizatora, czas i miejsce pobytu. Od tamtej pory turnusy zmieniły swój cha-

rakter z rehabilitacyjnego na wypoczynkowo-rekreacyjny, nie kładzie się już nacisku na poprawę stanu zdrowia, podniesienie sprawności, zdobywanie nowych umiejętności, lecz na wypoczynek, zwiedzanie i zabawę. Ten stan rzeczy także nie jest korzystny dla ludzi niepełnosprawnych, gdyż takie wyjazdy powinny w zbilansowany sposób łączyć oba sposoby spędzania czasu.

4. Bariery ograniczające aktywność turystyczną osób niepełnosprawnych

Dla zdecydowanej większości ludzi niepełnosprawnych turnus rehabilitacyjny to nadal jedyna szansa na wyjazd nad morze czy w góry. Dzieje się tak, gdyż podróżowanie ludzi niepełnosprawnych ograniczone jest licznymi barierami.

Pierwszą z nich stanowią bariery architektoniczne i urbanizacyjne występujące w obiektach turystycznych oraz terenach odwiedzanych przez turystów. Najlepiej dostosowanymi do potrzeb osób o niepełnej sprawności obiektami noclegowymi są hotele wyższych kategorii i uzdrowiska². Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie, określa wymagania dla obiektów hotelarskich oraz kempingów w zakresie dostosowania do potrzeb osób niepełnosprawnych (tab. 2–3).

W myśl wymienionego rozporządzenia, dostosowania do potrzeb osób niepełnosprawnych nie wymagają schroniska górskie pozbawione dojazdu drogą publiczną oraz schroniska młodzieżowe i domy wycieczkowe posiadające mniej niż 150 miejsc noclegowych.

W hotelarstwie bazuje się na rozeznanym zakresie niezbędnego przystosowania do potrzeb gości poruszających się na wózku inwalidzkim, którzy w sposób najbardziej dotkliwy odczuwają występowanie wszelkich barier (Błądek 2002).

² www.hotelebezbarier.pl.

Tabela 2. Minimalne wymagania w zakresie dostosowania obiektów hotelarskich do potrzeb osób niepełnosprawnych

Lp.	Rodzaj wymagania
1.	W obiektach powyżej 50 j.m. co najmniej jedna j.m. powinna być dostosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych w sposób określony w lp. 7–9, a dla każdego kolejnych rozpoczętych 100 j.m. powyżej 100 j.m. co najmniej jedna
2.	Ogólnodostępne elementy wyposażenia obiektu, takie jak urządzenia komunikacji wewnętrznej, przyciski i wyłączniki, powinny być umieszczone na wysokości 90–110 cm, umożliwiające swobodne korzystanie osobom poruszającym się na wózku
3.	Co najmniej jeden telefon ogólnodostępny przystosowany do korzystania przez osoby niepełnosprawne, umieszczony na wysokości 90–110 cm, umożliwiające swobodne korzystanie osobom poruszającym się na wózku
4.	Co najmniej jedno stanowisko recepcyjne powinno dysponować ladą na wysokości nieprzekraczającej 90 cm, z podjazdem o wysokości min. 67 cm, lub powinno być wydzielone osobne stanowisko obsługi osób poruszających się na wózkach
5.	W salach gastronomicznych i wielofunkcyjnych należy przystosować miejsca umożliwiające korzystanie z usług osobom na wózkach
6.	Przyciski sterujące windami powinny być opisane w sposób czytelny dla niewidzących, a windy wyposażone w sygnalizację dźwiękową
7.	J.m., o których mowa w lp. 1, powinny zostać wyposażone w poręcze i uchwyty ułatwiające korzystanie z urządzeń higieniczno-sanitarnych
8.	Wyłączniki światła, sygnalizacja przywoławcza, telefon i sterowanie telewizorem powinny być dostępne z łóżka
9.	W j.m., o których mowa w lp. 1, należy zapewnić umeblowanie umożliwiające korzystanie osobom poruszającym się na wózkach, w tym wysokość podjazdu min. 67 cm pod płytę stołu, biurka, umywalki
Objaśnienia: j.m. – jednostki mieszkalne	

Źródło: Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych... 2002, 2003, 2004).

Tabela 3. Minimalne wymagania w zakresie dostosowania kempingów do potrzeb osób niepełnosprawnych

Lp.	Rodzaj wymagania
1.	Należy zapewnić co najmniej 2 stanowiska obozowania dla osób niepełnosprawnych położone w najbliższej odległości od urządzeń ogólnodostępnych
2.	Parking przy recepcji powinien posiadać stanowisko postojowe dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych
3.	Stanowiska obozowania dla osób niepełnosprawnych powinny dysponować dojazdem dla samochodów
4.	Ciągi komunikacyjne powinny zostać utwardzone, posiadać szerokość co najmniej 180 cm i umożliwiać dostęp ze stanowisk osób niepełnosprawnych do wszystkich urządzeń ogólnodostępnych
5.	Co najmniej jeden ustęp powinien być dostępny dla osoby na wózku

Źródło: jak w tabeli 2.

Przystosowanie hoteli dla potrzeb gości niepełnosprawnych może być niekiedy przeszkodą w normalnej działalności handlowej. Z uwagi na niewielką liczbę takich jednostek oraz z reguły niepełne obłożenie wszystkich pokoi, ten argument nie powinien być podkreślany przez hotelarzy. Elementy przystosowawcze mogą być w części ruchome i dostawiane w miarę potrzeby lub też o uniwersalnym charakterze, a parametry użytkowe oraz estetyczne nie powinny wpływać ujemnie na samopoczucie innych użytkowników.

Niestety dobre dostosowanie hoteli do potrzeb ludzi niepełnosprawnych nie rozwiązuje problemu zaplecza noclegowego z punktu widzenia polskich niepełnosprawnych, których na pobyt w takim obiekcie najczęściej nie stać. Jest to oferta kierowana raczej do turystów zagranicznych. Z tego względu większy nacisk należy położyć na dostosowywanie zwykłych i tanich obiektów, takich jak: pensjonaty, schroniska, domy wczasowe i wycieczkowe, obiekty agroturystyczne. Małych i średnich organizatorów ruchu turystycznego nie stać na likwidację barier architektonicznych w swoich obiektach, z tego względu niezbędne są działania wspierające i zachęcające do inwestowania w tej dziedzinie np. poprzez ulgi, zwolnienia podatkowe, dofinansowania, dotacje.

Organizatorzy usług turystycznych oraz właściciele obiektów noclegowych rzadko tworzą oferty dla osób niepełnosprawnych, gdyż wśród tej grupy nie ma wielu chętnych, a turystyka to biznes jak każdy inny i inwestycje kierowane są na uzyskanie znacznych zysków. Jednakże niepełnosprawni na powyższe argumenty odpowiadają, że chętnych jest znikoma liczba, gdyż obiekty są niedostosowane. Jako poparcie dla swojej tezy podają przykład Kopalni Soli „Wieliczka”. Gdy obiekt dostosował część kopalni do potrzeb osób poruszających się na wózkach i zaproponował atrakcyjne ceny, natychmiast przyjechały wycieczki z chętnymi³. Innym miejscem chętnie odwiedzanym przez osoby z dysfunkcjami organizmu jest centrum handlowe Arkadia w Warszawie. Uznaje się je za najlepiej dostosowany obiekt w stolicy, a spółce zależy na pozyskaniu jak największej liczby klientów, również niepełnosprawnych⁴.

³ www.kopalnia.pl.

⁴ www.arkadia.com.pl.

Kolejną barierą zniechęcającą osoby niepełnosprawne do aktywności turystycznej jest bariera komunikacyjna. Polega ona na utrudnieniach w podróży oraz braku środków transportu dla osób z dysfunkcją narządu ruchu. Pomimo istnienia odpowiednich przepisów, a także dyrektyw Unii Europejskiej, Polska to nadal jeden z najbardziej nieprzyjaznych krajów w Europie pod względem dostosowania transportu publicznego do potrzeb niepełnosprawnych.

Dostosowane tabory kolejowe i autobusy są o wiele droższe niż tradycyjne, stąd taki ich znikomy procent na polskich drogach i torowiskach. Jednakże zarówno autobusy, jak i wagony kolejowe są powoli modernizowane właśnie z myślą o osobach z dysfunkcjami ruchowymi i sensorycznymi. Dla przykładu można tutaj wymienić partię pociągów osobowych dostosowanych dla pasażerów na wózkach inwalidzkich regularnie kursujących na Śląsku. Ponadto w Łodzi osobom niewidomym i niedowidzącym pomaga zewnętrzny i wewnętrzny kanał informacji głosowej, informujący o numerze linii i kierunku jazdy, zamontowany przez łódzkie MPK w 246 autobusach niskopodłogowych i 82 tramwajach⁵.

Jeżeli chodzi o porty lotnicze, to w zdecydowanej większości są one otwarte dla ludzi niepełnosprawnych, a różnego rodzaju udogodnienia powinny zachęcić do korzystania z najszybszego środka transportu, jakim jest samolot. Dokonując rezerwacji biletu, trzeba poinformować linię lotniczą lub biuro podróży (za pomocą formularza rezerwacji, telefonicznie lub za pośrednictwem Internetu) o rodzaju niepełnosprawności i związanych z tym potrzebach. Umożliwi to wcześniejsze przygotowanie odpowiedniej pomocy i sprawną obsługę na terenie lotniska. W tym miejscu można przytoczyć przykład krakowskiego portu lotniczego, który tylko w drugim półroczu 2008 r. obsłużył 3276 osób niepełnosprawnych (patrz przyp. 5).

Inną barierą ograniczającą aktywne uprawianie turystyki w grupie osób niepełnosprawnych jest bariera informacyjna, która polega na trudnym dostępie lub braku rzetelnej informacji w zakresie dostosowanej bazy noclegowej oraz miejsc i oferowanych przez nie atrakcji, do których osoby z dysfunkcjami organizmu mogłyby pojechać. Stosunkowo łatwo jest uzyskać informacje o dostępnych hotelach, jednak poznanie tańszej bazy noclegowej, takiej jak motele, pensjonaty, domy wycieczkowe

⁵ www.niepelnosprawni.pl.

i wczasowe, schroniska Polskiego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych, obiekty agroturystyczne, sprawia ogromne trudności.

Jednak i w tej kwestii widać zmiany na lepsze. Na szczególną uwagę zasługuje „105 tras spacerowo-turystycznych po Dolnym Śląsku. Przewodnik dla niepełnosprawnych” (Krakowski 2007). Wskazane w przewodniku trasy dla turystów z różnymi dysfunkcjami organizmu, ludzi starszych i matek z małymi dziećmi zostały opracowane przez osoby niepełnosprawne i gwarantują zdrowy wypoczynek połączony z aktywną rekreacją. Przy każdej trasie wycieczkowej podane są ułatwienia, z jakich może korzystać niepełnosprawny, a także podstawowe informacje o okolicy oraz adresy i numery telefonów placówek medycznych, urzędów, dworców PKS i PKP.

Również takie aglomeracje, jak Poznań, Kraków i Warszawa mogą poszczycić się przewodnikami adresowanymi do osób z dysfunkcjami organizmu. Jednakże nadal tego typu pozycji jest zbyt mało na polskim rynku wydawniczym i nie zapełniają w pełni luki powstałej w mnogości różnych przewodników. Opisują wszystkie miejsca, które są dostępne – wbrew pozorom wcale nie jest ich tak mało. W większości zawierają wiadomości, które znajdziemy w innych przewodnikach (np. mapki, historia, legendy, ceny). Dodatkowo jednak opatrzone są komentarzem dotyczącym liczby schodków przy wejściu, czy jest zjazd lub barierki, dostępności toalet, wysokości ulicznych krawężników itd. Najcenniejszy jest dział ostatni, który składa się z praktycznych wskazówek, takich jak: gdzie zjeść, zrobić zakupy, spędzić wieczór, przenocować, oczywiście uwzględniając te miejsca, do których niepełnosprawny może się dostać.

Jedną z najnowszych pozycji jest „Świętokrzyskie bez barier – przewodnik dla niepełnosprawnych” wydany w 2009 r., a poświęcony pełnemu urokowi i magii regionowi świętokrzyskiemu (Ramiączek 2009).

Bariera informacyjna działa także w drugą stronę – społeczeństwo posiada niedostateczną i niepełną informację o potrzebach turystycznych i krajoznawczych ludzi niepełnosprawnych oraz o możliwościach ich zaspokajania.

Kolejną barierą jest bariera społeczna, która wyraża stosunek społeczeństwa do niepełnosprawności. Polega ona przede wszystkim na unikaniu osób niepełnosprawnych. Bardzo często wynika z pragnienia oddalenia od siebie niewesołych myśli o niepełnosprawności i jej konsekwencjach. Odmianą tej postawy jest izolowanie się osób obciążonych

różnego rodzaju dysfunkcjami od ludzi sprawnych, niska samoocena osób niepełnosprawnych oraz lęk przed nieznanym. Ze strony ludzi niepełnosprawnych niechętnie widziana jest zarówno nadopiekuńczość, jak i niechęć. Z tego względu bardzo ważne jest podejmowanie działań umożliwiających pokonanie takich niewidocznych barier, działań wydobywających niepełnosprawnych z izolacji i bezczynności, z marginesu społecznego.

Jeszcze inną barierę stanowi brak sprzętu turystycznego dostosowanego do potrzeb osób niepełnosprawnych. Można ją pokonać poprzez zrzeszone działania w sekcjach oraz klubach sportowych i turystycznych, w których istnieje możliwość dofinansowania zakupu sprzętu i jego adaptacji. Dotyczy to m.in. dostosowania kajaków, łodzi wiosłowych i żaglowych, samochodów.

Ostatnią przeszkodą jest bariera finansowa, wynikająca z wysokich kosztów uczestnictwa w różnych formach uprawiania turystyki przy niskim stanie dochodów osób niepełnosprawnych. Bariera ta w znacznym stopniu utrudnia dostęp ludzi niepełnosprawnych do wielu form uprawiania turystyki. Zwiększa bowiem wydatki na przejazd do obiektów turystycznych i przystosowanie sprzętu turystycznego. Złagodzenie kosztów uczestnictwa w turystyce i krajoznawstwie może nastąpić poprzez dofinansowanie z Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON) lub też innych organizacji pozarządowych.

Ponadto osoby będące w posiadaniu orzeczenia o stopniu niepełnosprawności mają prawo do korzystania z określonych ulg i uprawnień, w zależności od schorzenia oraz stopnia niepełnosprawności, co pozwala przynajmniej w znikomym zakresie obniżyć koszty turystyki indywidualnej. Osoby niepełnosprawne i ich opiekunowie od 1997 r. mają prawo do korzystania z ulgowych biletów wstępu do muzeów państwowych (Ustawa z 21 listopada 1996 r. o muzeach, Rozporządzenie Rady Ministrów z 16 października 1997 r.). Wstęp do muzeów martyrologicznych jest bezpłatny w ogóle, a inne muzea udostępniają bezpłatnie swoje zbiory przez jeden dzień w tygodniu. Wysokość ulgi oraz dzień bez biletów ustala dla każdego muzeum jego dyrektor. Ulgowe bilety można otrzymać po okazaniu odpowiedniej legitymacji potwierdzającej uprawnienie.

5. Kierunki rozwoju turystyki osób niepełnosprawnych

Naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom osób niepełnosprawnych w zakresie turystyki i krajoznawstwa wychodzi opracowana przez Ministerstwo Gospodarki Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007–2013. W związku ze wzrostem zainteresowania turystyką prozdrowotną przewiduje ona wspieranie turystyki uzdrowiskowej, medycznej, rehabilitacyjnej oraz turystyki typu *wellness* (turystyka opierająca się na filozofii dobrego samopoczucia), m.in. poprzez wprowadzanie innowacji technologicznych dla osób niepełnosprawnych. Ponadto zakłada się opracowanie, wdrożenie i upowszechnienie programów edukacji turystycznej w szczególności dla dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych.

Do najważniejszych kierunków działań ma należeć kontynuowanie szkolenia kadry pedagogicznej w dziedzinie organizacji wypoczynku osób niepełnosprawnych w ramach takich organizacji, jak Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych, Krajowe Zrzeszenie Ludowych Zespołów Sportowych, organizacje harcerskie oraz tworzenie warunków do rozwoju kadr społecznych – kreatorów i animatorów turystyki, przodowników. Strategia ma na celu także kształtowanie świadomości osób niepełnosprawnych w zakresie krajoznawstwa, turystyki, powszechnego poszanowania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, bezpiecznego spędzania czasu wolnego. Realizacja tego działania ma następować poprzez wsparcie szkoleń i staży oraz opracowywania i publikowania programów związanych z powyższą tematyką.

Nieustannie wzrastająca konkurencja na rynku turystycznym oraz niekorzystne zmiany demograficzne, takie jak starzenie się społeczeństwa, zmniejszenie liczby urodzeń, wzrost wskaźnika długowieczności, wymaga od gospodarki turystycznej szukania nowych klientów – mogą nimi być osoby niepełnosprawne, których potencjał do tej pory pozostał niewykorzystany. Takie podejście wymaga jednak wprowadzenia zmian w dotychczas działalności, tak aby odpowiadała ona potrzebom ludzi z mniej lub bardziej ograniczonymi możliwościami swobodnego poruszania się lub egzystencji.

Ową lukę na rynku usług turystycznych próbuje wykorzystać agroturystyka. Korzystanie przez niepełnosprawnych z rekreacji na obszarach

wiejskich przynosi obopólne korzyści zarówno dla gospodarzy, jak i ich gości. Organizatorzy agroturystyki wspierają przedsiębiorczość ludności z obszarów wiejskich, wspierają lokalne usługi i przetwórstwo, zapewniają dodatkowy dochód, wzrost popytu na produkty rolne, rozwój rzemiosła i twórczości ludowej, rozbudowę infrastruktury i ożywienie gospodarcze, tworzą nowe miejsca pracy (Marks, Marks, Młynarczyk 2002).

Niepełnosprawni turyści mogą natomiast liczyć na spokojny, kameralny wypoczynek ułatwiający przełamanie lęku przed kontaktem z innymi osobami, możliwość wzajemnej integracji, poznanie tradycji, zwyczajów, kultury, folkloru i pracy w gospodarstwie, dającej szansę na odnalezienie lub rozbudzenie własnych zainteresowań, bezpośrednie obcowanie z naturą oraz osobisty udział w cyklu tworzenia przetworów i innych sposobów przetwarzania żywności.

Biorąc pod uwagę potrzeby osób niepełnosprawnych, agroturystyka oferuje ciekawe i innowacyjne produkty, takie jak agroterapia i zooterapia. Agroterapia to termin oznaczający terapię na terenie gospodarstwa wiejskiego lub na obszarze wiejskim. Obejmuje ona:

a) aromaterapię – wykorzystuje zapachy olejków eterycznych pochodzenia roślinnego; działa przez układ oddechowy (inhalacje) lub przez skórę (masaż, kąpiel, kompresy);

b) apiterapię – wykorzystuje produkty pszczele, takie jak: miód, propolis, pyłek kwiatowy, mleczko pszczele, jad pszczeli;

c) hipoterapię – ogół zabiegów terapeutycznych wykorzystujących konia i jazdę konną;

d) minisanatoria – gospodarstwa wykorzystują znajdujące się na ich terenie niewielkie źródła wód leczniczych i gorące źródła; forma popularna głównie poza granicami naszego kraju.

Zooterapia to metoda terapeutyczna polegająca na oddziaływaniu na pacjenta poprzez obecność zwierząt. Do jej najpopularniejszych form należą:

a) hipoterapia – kontakt z koniem;

b) felinoterapia – kontakt z kotem;

c) onoterapia – kontakt z osłem lub mułem;

d) dogoterapia – kontakt z psem,

e) delfinoterapia – kontakt z delfinem.

Biorąc pod uwagę powyższe rozważania, wyraźnie widać, że turystyka wiejska jest w stanie stworzyć szeroki asortyment atrakcyjnych,

specjalistycznych oraz konkurencyjnych cenowo produktów turystycznych dostosowanych do potrzeb ludzi niepełnosprawnych.

6. Podsumowanie

Turystyka osób niepełnosprawnych zaczęła się rozwijać w ciągu ostatnich lat. Jest to wynikiem zwiększonej aktywności niepełnosprawnych i organizacji działających na ich rzecz, którzy widzą w turystyce ważną płaszczyznę integracji społecznej. Branża turystyczna zauważyła, że w warunkach coraz silniejszej konkurencji osoby niepełnosprawne to duża grupa potencjalnych klientów. Rozwojowi turystyki osób niepełnosprawnych sprzyja również polityka rządu i części samorządów. Dopłaty do likwidacji barier komunikacyjnych i architektonicznych w infrastrukturze turystycznej, dopłaty z PFRON-u do turnusów rehabilitacyjnych i innych form turystyki i rekreacji, sprzyjają temu zjawisku. Coraz więcej gestorów obiektów turystycznych i biur podróży przygotowuje oferty dla osób niepełnosprawnych. Poprawie ulega informacja o możliwości uprawiania turystyki przez niepełnosprawnych, wydawane są przewodniki i informatory.

Jednak jest to wciąż słabo zagospodarowany obszar turystyki. Szczególnie słabo wykorzystuje swoje możliwości turystyka wiejska, a jest ona w stanie stworzyć szeroki wachlarz atrakcyjnych, specjalistycznych i konkurencyjnych cenowo produktów turystycznych dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych. Obcowanie z naturą, bezpośredni wzajemny kontakt z ludźmi, obserwowanie i uczestnictwo w typowych pracach gospodarstwa domowego, daje niepełnosprawnym możliwość integracji, poczucie przydatności, przełamywania istniejącego w naszym społeczeństwie obrazu „inności” niepełnosprawnych.

Warto o tym przekonywać osoby niepełnosprawne i tych, którzy organizują turystykę wiejską, zachęcać i wspierać ich w działaniach.

Literatura

Błądek Z., 2002, *Hotele – programowanie, prostowanie, wyposażenie*, Albus, Poznań.

- Karta praw osób niepełnosprawnych, Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z 1 sierpnia 1997 r.
- Krakowski B., 2007, *105 tras spacerowo-turystycznych po Dolnym Śląsku. Przewodnik dla niepełnosprawnych*, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wydział ds. Osób Niepełnosprawnych, Wrocław.
- Łobożewicz T., 2000, *Turystyka i rekreacja ludzi niepełnosprawnych*, WSE, Warszawa.
- Marks M., Marks E., Młynarczyk K., 2002, *Znaczenie agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich*, Olsztyn.
- Migas A., 2006, *Społeczeństwo nieobojętnych*, Znak, 616.
- Ramiączek D. (red.), 2009, *Świętokrzyskie bez barier. Przewodnik dla niepełnosprawnych*, Media Consulting Agency, Wrocław.
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (DzU nr 75, poz. 690, z 2003 r., nr 33 poz. 270 oraz z 2004 r. nr 109, poz. 1156).
- Rozporządzenie Rady Ministrów z 16 października 1997 r. w sprawie określenia grup osób, którym przysługuje ulga w opłacie lub zwolnienie z opłaty za wstęp do muzeów państwowych (DzU nr 130, poz. 854.)
- Różycki P., 2006, *Zarys wiedzy o turystyce*, Proksenia, Kraków.
- Stan zdrowia ludności Polski*, 2004, GUS, Warszawa.
- Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007–2013, 2007, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa.
- Ustawa z 21 listopada 1996 r. o muzeach (DzU 97.5.24 z późn. zm.).

Strony internetowe

- www.arkadia.com.pl (04.09.2011).
- www.hotelebezbarier.pl (05.09.2011).
- www.intur.com.pl (05.09.2011).
- www.kopalnia.pl (04.09.2011).
- www.niepełnosprawni.pl (01.09.2011).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Oliwia Beck^{*}, Katarzyna Ciechanowska-Mendyk^{**}

ROLA TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W ODNIESIENIU DO OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH W KONTEKŚCIE PRZYSŁUGUJĄCYCH IM ŚWIADCZEŃ Z ZABEZPIECZENIA SPOŁECZNEGO

1. Wstęp

Według najnowszych dostępnych danych z Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL), prowadzonego przez GUS, liczba osób niepełnosprawnych w Polsce w wieku 15 lat i więcej w I kwartale 2011 r. wynosiła ok. 3,4 mln osób, a liczba osób niepełnosprawnych w wieku produkcyjnym ok. 2 mln. Zbiorowość osób niepełnosprawnych w BAEL jest wyodrębniana z ogółu ludności w wieku 15 lat i więcej na podstawie kryterium prawnego, oznaczającego posiadanie orzeczenia o niepełnosprawności lub orzeczenia równoważnego zgodnie z Ustawą z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (według BAEL, GUS). Obecnie w Polsce niepełnosprawnych prawnie jest więc ogółem ok. 5,4 mln osób, co daje 14,2% populacji.

^{*}Collegium Medicum w Bydgoszczy UMK w Toruniu, Zakład Polityki Zdrowotnej i Zabezpieczenia Społecznego, 85-830 Bydgoszcz, ul. Sandomierska 16, e-mail: Oliwia.beck@cm.umk.pl.

^{**} Collegium Medicum w Bydgoszczy UMK w Toruniu, Katedra i Zakład Laseroterapii i Fizjoterapii, 85-094 Bydgoszcz, ul. Marii Skłodowskiej-Curie 9.

Analizując dane statystyczne, należy jednak pamiętać, iż określenie dokładnej liczby tych osób nie jest możliwe, gdyż dane ich dotyczące odnoszą się do obowiązujących w poszczególnych krajach przepisów określających orzekanie o niepełnosprawności. W Polsce, ze względu na obowiązujące różne, oparte na odmiennych kryteriach, systemy orzecznicze, otrzymywane dane są więc niejednorodne. Gdyby natomiast w powyższych szacunkach zawrzeć także osoby niepełnosprawne biologicznie (te, które czują się niepełnosprawnymi bez usankcjonowania prawnego), ogólna liczba osób niepełnosprawnych zdecydowanie by wzrosła.

Uczestnictwo osób niepełnosprawnych, stanowiących tak znaczny odsetek społeczeństwa, w ruchu turystycznym jest minimalne – za granicę w celach turystycznych wyjeżdża zaledwie 1% z nich (Skalska 2004). Według pierwszych znaczących badań dotyczących wyjazdów o charakterze turystycznym wśród niepełnosprawnych z 2000 r., przeprowadzonych przez Instytut Turystyki i GUS, które objęły grupę blisko 8 tys. osób – nigdzie, nawet na kilka dni w roku poprzednim – nie pojechało blisko 80% osób niepełnosprawnych. W wyjazdach krajowych uczestniczyło więc zaledwie 1/5 niepełnosprawnych (Skalska 2004). Przysługujące tej grupie społecznej ulgi i uprawnienia z zabezpieczenia społecznego, którym jest objęta, nie ułatwiają jej w dostatecznym stopniu korzystania z prawa do turystyki.

Można wymienić wiele przyczyn takiego stanu rzeczy. W pracy zidentyfikowano najważniejsze z nich oraz podjęto próbę określenia roli turystyki społecznej w zmianie tej sytuacji i stojących przed nią wyzwań.

2. Zabezpieczenie społeczne w odniesieniu do osób niepełnosprawnych

Zabezpieczenie społeczne to system działań państwa, mających na celu zapewnienie pomocy obywatelom, którzy nie mogą lub nie potrafią sami zapewnić sobie bytu. Bezpieczeństwo społeczne to podstawowe prawo obywatelskie, gwarantowane przez art. 67 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. W skład systemu zabezpieczenia społecznego wchodzi ubezpieczenie społeczne, zaopatrzenie społeczne oraz pomoc społeczna, analizowana w niniejszej pracy.

Czynność prawnego ustalania, czy dana osoba jest niepełnosprawna, wiążąca się z przyznaniem jej określonych ulg i uprawnień, to orzecznic-

two lekarskie. W systemie zabezpieczenia społecznego w Polsce istnieją dwa odrębne systemy orzecznictwa: do celów rentowych oraz pozarentowych, realizowane przez kilka różnych instytucji.

System orzekania o niepełnosprawności jest obecnie realizowany zarówno przez ZUS – Zakład Ubezpieczeń Społecznych, KRUS – Kasę Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego (ubezpieczenie społeczne), MON – Ministerstwo Obrony Narodowej, MSWiA – Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji (zaopatrzenie społeczne), jak i samorządy wojewódzkie i powiatowe (pomoc społeczna). Każda z tych instytucji stosuje własne procedury i kryteria, co jest powodem różnic orzeczniczych (Gronowska, Wilkowska-Pietruszyńska 2007). Rozbieżności orzecznicze powodowane są przez dowolność stosowanych ocen w poszczególnych systemach orzeczniczych, kierujących się odrębnymi zasadami. Skutkuje to tym, że orzeczenia wydawane wobec tej samej osoby i w tym samym czasie, często różnią się między sobą (Skrzyński 2008).

W Polsce funkcjonuje obecnie kilka definicji niepełnosprawności, ponieważ do różnych celów używa się odrębnych sposobów jej ujmowania. Z punktu widzenia orzekania do celów pozarentowych (inaczej: orzekania o stopniu niepełnosprawności), niepełnosprawnymi są te osoby, których stan fizyczny, psychiczny i umysłowy trwale lub okresowo utrudnia, ogranicza lub uniemożliwia pełnienie funkcji społecznych, a szczególnie zdolności do wykonywania pracy zawodowej, jeżeli uzyskały stosowne orzeczenie (Wilkowska-Pietruszyńska 2009). Jak widać, w tym orzecznictwie, mającym na celu ustalenie stopnia niepełnosprawności na potrzeby przyznania pewnych uprawnień i przywilejów, niezależnie od faktu objęcia wnioskujących bądź nie ubezpieczeniem lub zaopatrzeniem społecznym, uwzględniana jest zdolność do pracy jako jednej z ról społecznych (Wilkowska-Pietruszyńska, Biłski 2010).

Celem instytucji zabezpieczenia społecznego powinny być więc działania mające na celu przywrócenie osobom z dysfunkcjami organizmu możliwości uczestnictwa w życiu społecznym. Jednym z ważnych aspektów tego uczestnictwa, znacznie ułatwiającym integrację społeczną, jest turystyka. Natomiast orzecznictwo pozarentowe obecnie, na mocy Ustawy z 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (DzU z 2008 r. nr 14, poz. 92) umożliwia osobom niepełnosprawnym korzystanie m.in. z następujących ulg oraz uprawnień w zakresie:

- rehabilitacji zawodowej i zatrudnienia: możliwość uzyskania odpowiedniego zatrudnienia, korzystania ze szkoleń (w tym specjalistycznych), podlegania przywilejom pracowniczym osób niepełnosprawnych (np. prawo do dodatkowych urlopów, przerw w pracy),
- komunikacji (ulgi na przejazdy),
- podatków (ulgi, zwolnienie z opłat radiowo-telewizyjnych),
- rehabilitacji (możliwość uczestniczenia w terapii zajęciowej),
- zaopatrzenia w przedmioty ortopedyczne (kule, laski, wózki, protezy), środki pomocnicze (np. przedmioty higieny osobistej) oraz pomoce techniczne ułatwiające codzienne funkcjonowanie,
- usług socjalnych, opiekuńczych, terapeutycznych, rehabilitacyjnych świadczonych przez instytucje pomocy społecznej, organizacje pozarządowe oraz inne placówki,
- stosownych przywilejów w ruchu drogowym,
- uprawnień do zasiłku pielęgnacyjnego i innych świadczeń (np. dodatków do zasiłku rodzinnego związanych z niepełnosprawnością).

Uprawnienia z pomocy społecznej mogą więc przyczyniać się do zwiększenia mobilności osób niepełnosprawnych, przede wszystkim dzięki ulgom komunikacyjnym na korzystanie ze zbiorowego transportu autobusowego (PKS) i kolejowego (PKP). Wysokość ulg zależy od wieku osoby, rodzaju schorzenia i stopnia niepełnosprawności. Wszystkie ulgi obowiązują tylko w 2 klasie pociągów, tylko w określonych kategoriach pociągów oraz na podstawie określonych rodzajów biletów (Ustawa z dnia 20 czerwca 1992 r. o uprawnieniach do bezpłatnych i ulgowych przejazdów środkami publicznego transportu zbiorowego – DzU 92.54.254 z późn. zm.). Jednakże zbiorowy transport publiczny jest w zdecydowanej większości niedostosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Niepełnosprawni prawnie mogą korzystać również z dofinansowanych przez Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON) turnusów rehabilitacyjnych, które nie są jednak wyjazdami o charakterze *stricte* turystycznym. Uprawnienia te nie rozwiązują więc kompleksowo – nie było to wszakże celem ich tworzenia – problemu niewielkiego uczestnictwa osób niepełnosprawnych w ruchu turystycznym. Możliwość podróżowania jest natomiast niewątpliwie ważnym elementem mogącym pomóc osobom niepełnosprawnym w integracji ze społeczeństwem.

3. Turystyka osób niepełnosprawnych

W Polsce prawa osób niepełnosprawnych mają gwarancję konstytucyjną oraz są chronione przez zapisy zawarte w kilku ustawach zwykłych, rozporządzeniach i innych dokumentach.

Istnieje również Karta Praw Osób Niepełnosprawnych, przyjęta w 1997 r. uchwałą Sejmu. Znajduje się tam zapis o prawach do „pełnego uczestnictwa w życiu publicznym, społecznym, kulturalnym, artystycznym, sportowym oraz rekreacji i turystyce odpowiednio do zainteresowań i potrzeb” (MP z 13 sierpnia 1997 r.)

„Pełna realizacja praw osób niepełnosprawnych wymaga spójnej, konsekwentnej i długofalowej polityki państwa w zakresie wszystkich istotnych aspektów życia (nauki, pracy, rehabilitacji etc.). I choć turystyka nie jest może najważniejszym, niezbędnym składnikiem naszej egzystencji, to dla człowieka XXI w. stanowi ważny wskaźnik poziomu i jakości życia. Podróżowanie w celach poznawczych czy wypoczynkowych nie tylko przynosi turyście regenerację sił psychicznych i fizycznych, ale także dostarcza wielu wrażeń, emocji i satysfakcji z poznawania nowych światów czy pokonywania własnych słabości.

Jeszcze większą rolę turystyka odgrywa w życiu osób niepełnosprawnych. Jest bowiem także ważnym elementem rehabilitacji medycznej (zwiększa wydolność organizmu, przywraca sprawność, a w przypadku zmian nieodwracalnych – sprzyja wykształceniu funkcji zastępczych, zmniejsza niekorzystne skutki ograniczonej aktywności ruchowej), tym bardziej atrakcyjnym, że znacznie efektywniejszym i przyjemniejszym od monotonnych ćwiczeń w sali. Niebagatelny jest też wpływ doświadczeń i przeżyć turystycznych na ogólną kondycję psychofizyczną niepełnosprawnych. Turystyka znacząco poprawia ich samopoczucie: przywraca wiarę we własne siły, podnosi samoocenę, łagodzi stresy, pomaga odzyskać równowagę emocjonalną.

Oprócz tego turystyka posiada niezrównane walory integracyjne. Już sama konieczność wyjścia z domu przerywa samotność i jednostajność codziennego bytowania, wyrwa osoby niepełnosprawne z izolacji, zmusza je do aktywności i przełamywania wewnętrznych oporów, choćby przed rozpoczęciem rozmowy z obcymi ludźmi. Wspólne podróżowanie stanowi przy tym doskonałą okazję do bliższego poznania współtowarzyszy, okazania niezbędnej empatii, nawiązania nowych znajomości

i przyjaźni, a w konsekwencji odzyskania utraconych wartości, sensu życia i poczucia człowieczeństwa” (Stasiak 2008, s. 7).

Jak widać, walory turystyki w odniesieniu do osób niepełnosprawnych są nie do przecenienia. Uczestnictwo w ruchu turystycznym poprawia sprawność fizyczną, regeneruje siły, dostarcza relaksu, ale także oddziałuje na psychikę osób niepełnosprawnych poprzez dostarczanie możliwości do samorozwoju i sposobności do zwiększenia pewności siebie poprzez pokonywanie własnych lęków i obaw. Podróżowanie pomaga w przezwyciężaniu kompleksów czy rozwoju potencjału intelektualnego jednostki. Turystyka kształtuje kontakty społeczne, a włączając niepełnosprawnych w całokształt życia społecznego, kulturalnego czy towarzyskiego umacnia poczucie więzi z innymi i skłania do wypracowania umiejętności współpracy z ludźmi. Turystyki osób niepełnosprawnych nie sposób więc oceniać jedynie pod kątem rozrywki czy relaksu; w tym przypadku jest to oddziaływanie o charakterze terapeutycznym.

Zgodnie z przywoływanymi już w opracowaniu pierwszymi polskimi znaczącymi badaniami dotyczącymi turystyki osób niepełnosprawnych, wykazującymi ich niewielką aktywność turystyczną, respondenci zidentyfikowali więcej niż jedną przyczynę niepozwalającą im wyjechać na wypoczynek i prowadzić aktywność turystyczną. Głównym powodem była zła sytuacja materialna – wskazało ją aż 84% badanych, stan zdrowia – 34%, natomiast bariery architektoniczne w obiektach turystycznych – 6% badanych (osoby z dysfunkcjami narządu ruchu i wzroku).

W grupie niepełnosprawnych, która wyjeżdżała, zaledwie u ok. 30% wyjazd miał charakter turystyczno-wypoczynkowy, u ok. 28% charakter zdrowotny, natomiast najwięcej wyjazdów dotyczyło odwiedzin krewnych i znajomych – ok. 40%. Ze względu na rodzaj schorzenia najczęściej podróżowały osoby z chorobami układu krążenia – ok. 21%, najmniej osoby z upośledzeniem umysłowym i chorzy psychicznie – ok. 15%, a także z dysfunkcjami narządu słuchu – ok. 18% (Skalska 2004).

W tabeli 1 przedstawiono nowsze dane – charakterystykę grupy osób niepełnosprawnych w Polsce w odniesieniu do ich możliwości uczestniczenia w ruchu turystycznym w 2010 r.

Tabela 1. Charakterystyka grupy osób niepełnosprawnych w Polsce z uwzględnieniem aspektów turystycznych

Profil użytkownika (aspekty socjoekonomiczne, zwyczaje podróżnicze)	Wśród 38 mln obywateli Polski, niepełnosprawnych jest ok. 5,5 mln (w tym 200 000 dzieci) Aż 84% niepełnosprawnych pobiera różnorodne świadczenia z zabezpieczenia społecznego, 8% jest wspieranych finansowo przez rodzinę, a dalsze 8% pracuje W 2004 r. edukację na poziomie podstawowym ukończyło 36% osób niepełnosprawnych; na poziomie średnim – 50%, 7% ukończyło szkołę wyższą, a kolejne 7% nie ukończyło żadnej formy edukacji W odniesieniu do zwyczajów podróżniczych osób niepełnosprawnych, należy podnieść, iż do niedawna turystyka osób niepełnosprawnych dotyczyła tylko turnusów rehabilitacyjnych lub pielgrzymek Termin „turystyka osób niepełnosprawnych” w ścisłym znaczeniu tego słowa jest w Polsce stosunkowo nowym pojęciem
Organizacje odpowiedzialne za wsparcie	Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON) jest prawnym podmiotem, dostarczającym wsparcia zgodne z Ustawą o rehabilitacji społecznej i zatrudnianiu osób niepełnosprawnych z 1997 r. PFRON ponadto współpracuje z samorządami wojewódzkimi i powiatowymi i zapewnia wsparcie na realizację projektów i aktywności ukierunkowanych na osoby niepełnosprawne Dodatkowo, Caritas, największa katolicka organizacja w Polsce, pomaga osobom niepełnosprawnym. Tym nie mniej największego wsparcia finansowego udziela PFRON
Czas pobytu	Istnieją dwa typy wsparcia finansowego oferowanego przez PFRON, które są określone długością pobytu: wycieczki trwające nie dłużej niż 6 dni (organizowane przez organizacje pożytku publicznego) oraz wycieczki w celach rehabilitacyjnych do sanatoriów, trwające 14 dni lub dłużej
Główne kierunki wyjazdów	W Polsce preferowanymi kierunkami wyjazdów są: Morze Bałtyckie, jeziora, sanatoria oraz centra religijne, w tym miejsca pielgrzymowania. Popularnymi destynacjami zagranicznymi są: Czechy, Słowacja, Niemcy, Włochy oraz kraje Morza Śródziemnego
Średnie wydatki podczas wakacji/rok	Brak danych
Statystyki uczestnictwa w wypoczynku	Według źródeł, osoby niepełnosprawne należą do najbiedniejszego segmentu społeczeństwa Polski. Zgodnie z badaniami z 2009 r., 65% dorosłych osób niepełnosprawnych, które deklarowały chęć wyjazdów wakacyjnych, musiało zrezygnować z wyjazdu z powodów finansowych

Bariery i powody braku uczestnictwa	Głównymi barierami są powody finansowe. Indywidualne wycieczki dla osób niepełnosprawnych są znacznie utrudnione przez nieodpowiednią infrastrukturę, a w szczególności niedostateczną dostępność do środków transportu. W konsekwencji, w celu wyjazdu na wakacje często potrzebna jest osoba towarzysząca. Zwykle jest to członek rodziny, jako że wynajęcie w tym celu osób z zewnątrz niesłoby za sobą zbyt duże koszty. Dodatkowymi barierami są brak informacji dotyczących infrastruktury turystycznej przystosowanej dla osób niepełnosprawnych. Przykłady: W Polsce ok. 25% touroperatorów organizuje wycieczki zagraniczne, z czego tylko jeden kieruje swą ofertę do osób niepełnosprawnych. W historycznym centrum Warszawy, głównej atrakcji turystycznej miasta, istnieje tylko jedna toaleta dostępna dla osób z upośledzoną sprawnością. Problemem jest nie tylko ogólny brak podstawowej infrastruktury, ale również brak informacji. Wszystkie wymienione czynniki przyczyniają się do powstawania obaw dotyczących nieznanego środowiska, zachęcając osoby niepełnosprawne do pozostawania w domach
Ograniczenia uczestnictwa	Głównym powodem są kwestie finansowe, ponieważ osoby niepełnosprawne należą do najbiedniejszego segmentu społeczeństwa Polski Również ważną rolę odgrywa ograniczona dostępność wraz z brakiem wiarygodnych informacji o istniejących udogodnieniach (np. adaptacji stacji benzynowych, istnienia wind, szerokości drzwi) Brak informacji o istniejących udogodnieniach sprawia, że wyjazdy turystyczne osób niepełnosprawnych są stresujące Osoby te czują ponadto dyskryminację z powodu swojej niepełnosprawności. W Polsce podróżujące osoby niepełnosprawne są postrzegane bardziej jak osoby upośledzone, niż turyści

Źródło: Calypso study on social tourism – country report Poland (2010).

W tabeli 2 przedstawiono preferencje osób niepełnosprawnych w odniesieniu do wyjazdów turystycznych.

Jak wynika z przytoczonych danych, osoby niepełnosprawne stanowią specyficzną grupę docelową na rynku usług turystycznych. Sytuacja tej grupy, tworzącej jeden z uboższych segmentów społeczeństwa Polski, nie jest łatwa. To osoby w zdecydowanej większości niepracujące, ograniczone przez bariery nie tylko *stricte* obiektywne (wynikające ze stanu zdrowia), ale również architektoniczne, ekonomiczne, komunikacyjne

i mentalne. Obawiają się one – niebezpodstawnie – dyskryminacji i bycia postrzeganymi bardziej jako osoby z naruszoną sprawnością, niż jako turyści.

Tabela 2. Preferencje turystyczne osób niepełnosprawnych

Potrzeby i oczekiwania dotyczące kierunków wyjazdów	Generalnie, preferowane są łatwo dostępne tereny i tanie miejsca pobytu. Preferowane destynacje to Czechy oraz Słowacja oraz kraje cieplejsze
Typy zakwaterowania	Sanatoria, hotele dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych Problem pojawia się w odniesieniu do grupowych podróży osób niepełnosprawnych. W Polsce, zazwyczaj, hotele dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych mają tylko kilka pokoi – przystosowanie jest wyjątkiem, nie standardem. Podróżowanie w grupie, gdzie więcej osób wymaga udogodnień, jest zatem skomplikowane
Podejmowane aktywności	Rehabilitacja, zwiedzanie, sport, czynności religijne i kulturalne
Szczególne wyposażenie	Przystosowanie do wózków, chodzików, dostosowane autobusy i pociągi są podstawowymi wymogami
Wrażliwość na cenę	Preferencja tanich wakacji
Aspekty sezonowości	Preferowane miesiące to kwiecień–październik. Czas pomiędzy listopadem a marcem jest mniej atrakcyjny, z powodu zwiększonych problemów z przemieszczaniem się (dostępność transportu, deszcz i śnieg) oraz kondycji zdrowotnej, która z reguły jest lepsza w miesiącach wakacyjnych Chęć uczestnictwa w wyjazdach posezonowych jest niska z wymienionych powodów oraz wynika z faktu, że większość osób, rzadko wyjeżdżających na wakacje, chce aby warunki – w szczególności pogoda – były idealne Osoby niepełnosprawne podkreślają potrzebę bycia postrzeganymi raczej jako ludzie jadący na wakacje, którzy są niepełnosprawni, niż jako ludzie niepełnosprawni jadący na wakacje

Źródło: *Calypso study on social tourism – country report Poland (2010)*.

Z jednej strony nie można nie zauważyć doskwierającego im braku rzetelnych, łatwo dostępnych (dostosowanych do możliwości percepcyjnych danej osoby), zintegrowanych i aktualnych informacji, dotyczących możliwości transportowych, miejsc wypoczynku przystosowanych do da-

nego typu niepełnosprawności, istniejących udogodnień. Z drugiej strony – co naturalne – osoby te mają specyficzne wymagania, określające możliwości ich udziału w ruchu turystycznym. Charakteryzują się preferencjami wyjazdów do łatwo dostępnych i tanich miejsc pobytu, z oczywistych względów wyposażonych w udogodnienia/sprzęt umożliwiające im normalną egzystencję. Najchętniej uczestniczyliby w wyjazdach w pełnym sezonie.

Z kolei zarówno przez otoczenie, jak i organizatorów wypoczynku osoby niepełnosprawne rzadko są postrzegane jako turyści z potencjałem rynkowym. W Polsce wypoczynek osoby niepełnosprawnej ciągle jeszcze kojarzony jest z turnusem rehabilitacyjnym, a społeczeństwo nie przywykło do widoku osób niepełnosprawnych w wakacyjnych kurortach (*Calypso study on social tourism – country report Poland 2010*).

Wszystkie wymienione czynniki sprawiają, iż ta grupa społeczna ma nikłe szanse na uczestniczenie w standardowym ruchu turystycznym, jak wcześniej wykazano, niezmiernie ważnym w procesie rehabilitacji i integracji społecznej. Stanowią one powód, dla którego uczestnictwo to w przypadku osób niepełnosprawnych jest niskie – osoby korzystające z wózków inwalidzkich wyjeżdżające za granicę stanowią 0,9% ogólnej liczby niepełnosprawnych, a osoby ze schorzeniami psychicznymi – 0,6% (Skalska 2004). W zmianie negatywnego trendu znaczącą rolę mogłaby niewątpliwie odegrać turystyka społeczna.

4. Turystyka społeczna w odniesieniu do osób niepełnosprawnych

Ze względu na brak spójnej, powszechnej definicji, Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny określił charakterystyczne warunki, przy których spełnieniu określoną działalność w zakresie turystyki można nazwać turystyką społeczną:

- sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia korzystanie w pełni z prawa do turystyki (może to wynikać z przyczyn gospodarczych, niepełnosprawności fizycznej lub umysłowej, izolacji poszczególnych osób lub całych rodzin, ograniczonej mobilności czy trudności związanych z położeniem geograficznym);
- określone podmioty podejmują działania na rzecz likwidacji lub

ograniczenia barier uniemożliwiających zainteresowanym osobom korzystanie z turystyki;

– powyższe działania są skuteczne i faktycznie umożliwiają określonej grupie osób udział w turystyce w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, dostępności i solidarności (*Analiza rozwoju turystyki 2007*).

Istotą turystyki społecznej jest więc to, że jest ona finansowana zewnętrznie, pozwala realizować prawo do turystyki wszystkim grupom społecznym, poprawia koniunkturę w branży turystycznej oraz pozwala osiągać ważne cele społeczne (Włodarczyk 2010).

Turystyka społeczna wychodzi naprzeciw niepełnosprawnym. Jako forma dofinansowana umożliwia uczestnictwo w ruchu turystycznym osobom, które dotychczas były znacznie ograniczone względami ekonomicznymi. Jako forma zorganizowana znacząco ułatwia pokonanie wielu potencjalnych przeszkód. Zmniejsza trudności organizacyjne związane z przygotowaniem i przebiegiem wyjazdów. Pomaga rozwiązywać problemy z dostępem do rzetelnych informacji. W konsekwencji likwiduje bariery utrudniające lub wręcz uniemożliwiające korzystanie z prawa do turystyki tej grupie społecznej.

Niestety, ten rodzaj turystyki w Polsce nie jest jeszcze rozwinięty optymalnie. Nie jest też integralną częścią głównego ruchu turystycznego, mimo że stanowi w nim ok. 30-procentowy udział. Turystyka społeczna potencjalnie przynosi wiele korzyści zarówno na obszarach recepcyjnych, jak i generujących ruch turystyczny, lecz do jej rozwoju potrzeba źródeł finansowania oraz systematycznej koordynacji i współpracy zainteresowanych podmiotów na wszystkich poziomach – od rządowego po inicjatywy lokalne. Częściowym rozwiązaniem tych kwestii może być (już zresztą czynnie wdrażany) udział w projektach międzynarodowych, np. poprzez program Calypso (*Calypso study on social tourism – country report Poland 2010*).

5. Podsumowanie

Według K. Przecławskiego (1994) „Turystyka staje się współcześnie sposobem życia człowieka. Sposobem realizowania przez niego różnych wartości. Turystyka jest nie tylko i nie tyle jedną z form spędzania czasu

wolnego, ale stanowi sposób realizowania różnych celów. Turystyka jest więc sposobem poznawania świata, przeżywania świata, jest sposobem bycia z innymi. Jest realizacją wolności”.

Zabezpieczenie społeczne, w tym pomoc społeczna, nie wypracowało dotąd instrumentów mogących w wystarczający sposób pomóc osobom niepełnosprawnym w korzystaniu z prawa do turystyki w ścisłym znaczeniu tego słowa. Względy ekonomiczne oraz odległe miejsce turystyki w hierarchii kluczowych składników egzystencji człowieka, a tym samym oddziaływań możliwych do zaoferowania osobom niepełnosprawnym przez państwo, sprawiają, że nie istnieją w chwili obecnej odpowiednie rozwiązania systemowe w tym zakresie. Jednakże zarówno zapotrzebowanie na uczestnictwo w ruchu turystycznym, jak i korzyści, jakie niepełnosprawni mogą z niego czerpać, są nie do przecenienia. Turystyka społeczna, umożliwiająca osobom niepełnosprawnym podróżowanie, jest zatem inicjatywą ze wszech miar godną wspierania.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Badanie aktywności ekonomicznej ludności*, 2011, GUS, Warszawa:
<http://www.niepelnosprawni.gov.pl/tablice/bael/> (10.08.2011).
- Calypso study on social tourism – country report Poland*, 2010, MP z 13.08.1997 r.:
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/country_reports/calypso_country_report_poland_en.pdf (8.08.2011).
- Gronowska Z., Wilkowska-Pietruszyńska A., 2007, *Niepełnosprawność a całkowita niezdolność do pracy*, Archiwum Medycyny Sądowej i Kryminologii, 57.
- Przeclawski K., 1994, *Turystyka a świat współczesny*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Skalska T., 2004, *Turystyka osób niepełnosprawnych. Ograniczenia i możliwości rozwoju*, Wyd. WSHGiT, Warszawa.
- Skrzyński J.K., 2008, *Propozycja standaryzacji orzekania o niezdolności do samodzielnej egzystencji*, Orzecznictwo Lekarskie, 5 (1).
- Stasiak A. (red.), 2008, *Rola krajoznawstwa i turystyki w życiu osób niepełnosprawnych*, PTTK Kraj, Warszawa.
- Wilkowska-Pietruszyńska A., 2009, *Niepełnosprawność*, Orzecznictwo Lekarskie, 6 (2).

- Wilkowska-Pietruszyńska A., Bilski D., 2010, *ICF jako narzędzie ilościowej oceny naruszenia sprawności w orzekaniu dla potrzeb zabezpieczenia społecznego*, Orzecznictwo Lekarskie, 7 (1).
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (DzU z 2008 r. nr 14, poz. 92).
- Ustawa z dnia 20 czerwca 1992 r. o uprawnieniach do bezpłatnych i ulgowych przejazdów środkami publicznego transportu zbiorowego (DzU 92.54.254 z późn. zm.).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Teresa Skalska^{*}

DOSTOSOWANIE USŁUG TURYSTYCZNYCH DO POTRZEB OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH: INFORMACJA TURYSTYCZNA

1. Wprowadzenie

Na rynku turystycznym obserwuje się coraz częstszą obecność osób z różnymi niepełnosprawnościami oraz osób starszych. Co więcej, w związku z planowaną organizacją w Polsce EURO 2012 należy spodziewać się zdecydowanego wzrostu liczby takich osób, przyjeżdżających zza granicy zarówno w roku mistrzostw, jak i w latach kolejnych. Z jednej strony często zgłaszają one nieco odmienne potrzeby, także w zakresie objętych tematem niniejszego opracowania – informacji turystycznej (IT). Z drugiej strony niedostateczny poziom wiedzy wśród pracowników IT na temat specyfiki obsługi osób niepełnosprawnych i starszych z zakresu ich potrzeb i możliwości utrudnia włączenie tej grupy społecznej w główny nurt życia i często uniemożliwia samodzielną aktywność turystyczną. Skutkuje to licznymi lukami w zakresie informacji turystycznej skierowanej do osób z niepełnosprawnością oraz brakiem kreatywnego podejścia do potrzeb tej grupy konsumentów. Celem opracowania jest identyfikacja tych luk oraz wskazanie kierunków poprawy stopnia kompetencji pracowników IT w zakresie świadczenia tego typu usług dla osób niepełnosprawnych, ze szczególnym uwzględnieniem osób

^{*} Wyższa Szkoła Hotelarstwa, Gastronomii i Turystyki w Warszawie, Instytut Turystyki, 03-816 Warszawa, ul. Chodakowska 50, e-mail: t.skalska@gmail.com.

z dysfunkcją narządu ruchu, wzroku, słuchu i z obniżonym poziomem intelektualnym.

Działając na rynku turystycznym, warto się zastanowić, jak dostosować świadczone usługi do specyficznych potrzeb osób niepełnosprawnych? Jak sprawić, aby poziom dostępności usług turystycznych nie odbiegał tak bardzo od oczekiwanego? Często rozbieżności te wynikają z ograniczeń finansowych uniemożliwiających usługodawcom likwidację barier fizycznych, czasami jednak z – bywa, że trudniejszych do usunięcia – barier organizacyjnych i społecznych, mających swoje źródło w niedostatku wiedzy o tym, jak pomóc osobom niepełnosprawnym, oraz z niewłaściwego stosunku otoczenia.

Głównym celem zapewnienia dostępności usług turystycznych jest umożliwienie osobom niepełnosprawnym jak najłatwiejszego i jak najbardziej samodzielnego z nich korzystania. Należy pamiętać, że potrzeby tej grupy konsumentów ulegają dynamicznym zmianom, korelującym ze zmianami w technologiach i informatyce, a dostępność usług turystycznych powinno się rozpatrywać nie tylko w kontekście osób stale niepełnosprawnych, ale także w kontekście osób starszych, czasowo chorych i czasowo niepełnosprawnych (np. osób ze złamaną kończyną).

2. Czego oczekujemy od informacji turystycznej?

Dość powszechnie pojęciem informacji turystycznej obejmuje się uporządkowany zbiór danych służących organizatorom i konsumentom usług turystycznych, zorganizowany w system, w skład którego wchodzi sieć centrów i punktów IT. Z reguły jest on powiązany z odpowiednio stosowanymi metodami gromadzenia, przetwarzania, weryfikowania oraz udostępniania danych. W potocznym rozumieniu zaś informacja to przekazywanie wszelkich danych interesujących turystę, odnoszących się do bazy turystycznej i paraturystycznej (baza noclegowa, żywieniowa, dostępność komunikacyjna, oferty biur podróży itp.), walorów turystycznych oraz innych zagadnień interesujących uczestnika ruchu turystycznego. Z punktu widzenia każdego turysty, także niepełnosprawnego, dobra informacja turystyczna musi spełniać szereg istotnych warunków. Zdaniem Z. Kruczka i B. Walasa (2004, s. 159) warto podkreślić następujące cechy dobrej informacji turystycznej:

– użyteczność (wiadomości powinny przynosić odbiorcy korzyści, jeżeli tak nie jest, nie są informacją, a raczej „szumem informacyjnym”); z punktu widzenia szczególnych potrzeb osób niepełnosprawnych ważna jest komunikatywność systemu znakowego (zrozumiałość dla odbiorcy oraz adekwatność w stosunku do możliwości percepcji); komunikatywność powinna polegać przede wszystkim na tym, że przekaz nie wymaga dodatkowej obróbki w celu zrozumienia i wykorzystania, jest łatwy w percepcji;

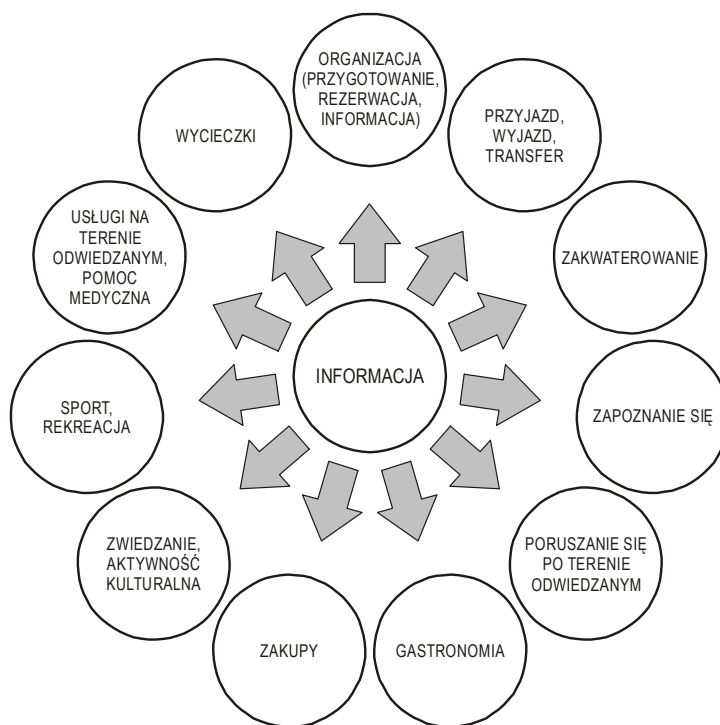
– dostępność, łatwość zapamiętania,

– aktualność; ten atrybut dobrej informacji jest powiązany z szybkością przepływu od źródła do odbiorcy; autorzy słusznie zauważają, że współcześnie wiadomości dezaktualizują się coraz prędej, dlatego coraz więcej uwagi poświęca się przepływowi i przetwarzaniu danych, ich szybkości i odpowiednio pilnej aktualizacji; informacja nieaktualna jest tak samo nieprzydatna, jak ta nieprawdziwa;

– rzetelność i prawdziwość to jedne z ważniejszych cech informacji; cechy te odgrywają szczególnie ważną rolę dla osób z niepełnosprawnością, ponieważ tym turystom jest niezmiernie trudno dokładnie zweryfikować informację; niezgodność informacji ze stanem faktycznym może wynikać zarówno z działania celowego, powodowanego złą wolą, jak i z niefrasobliwości bądź braku świadomości, jak ważną rolę odgrywa informacja dla osób niepełnosprawnych.

3. Miejsce informacji w procesie świadczenia usług turystycznych dla osób z niepełnosprawnością

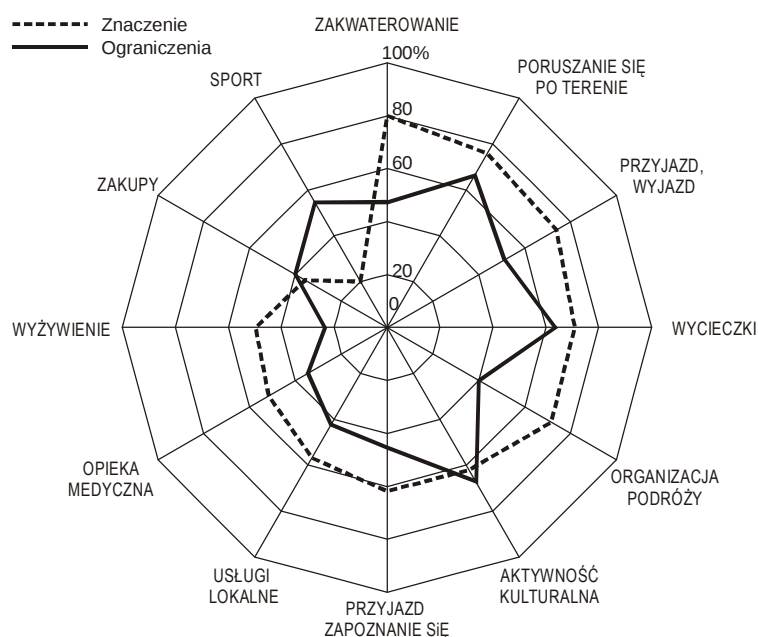
Proces świadczenia usług turystycznych składa się z wielu elementów, tworzących łańcuch wzajemnie powiązanych, często zależnych od siebie ogniw (por. rys. 1). Świadomość tego powiązania jest istotna w odniesieniu do wszystkich turystów, jednak w stosunku do osób z niepełnosprawnością jest ona szczególnie ważna. Usługodawca, biuro podróży, pośrednik musi zdawać sobie sprawę z komplementarności usług turystycznych oraz z tego, że powinny być one dostępne na każdym etapie świadczenia; w przeciwnym razie cała, komplementarna usługa traci swoje walory.



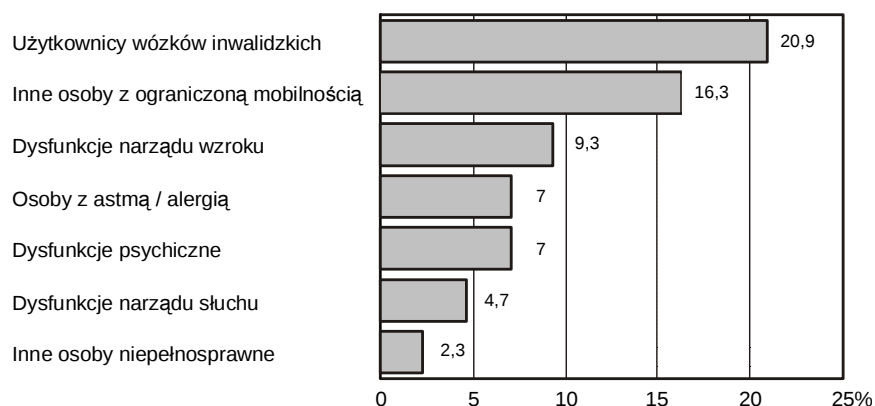
Rys. 1. Elementy usług turystycznych
 Źródło: opracowanie własne na podstawie
Economic impulses on accessible... (2004)

W jednym z niemieckich badań (*Economic impulses on accessible...* 2004) przeprowadzonych wśród osób niepełnosprawnych zestawiono kilkanaście elementów łańcucha usług turystycznych (rys. 1), które są dla badanych najważniejsze i powinny być dostosowane do ich potrzeb w pierwszej kolejności, oraz tych, które są według nich najgorzej dostosowane. Elementy informacji turystycznej znajdują się niemal na każdym etapie świadczenia usługi turystycznej, aczkolwiek największe znaczenie mają w momencie organizacji i przygotowania podróży. To wówczas osoba niepełnosprawna powinna, niejako z wyprzedzeniem, pozyskać szczegółową wiedzę na temat wszystkich etapów podróży i stanu ich dostosowania do swoich specyficznych potrzeb. Dotyczy to nie tylko transportu i zakwaterowania, ale także możliwości poruszania się po najbliższej okolicy, momentu przyjazdu/odjazdu, wycieczek w terenie odwiedzonym oraz całego procesu organizacji podróży. O ile w powszech-

nie dostępnej informacji coraz częściej znajdziemy elementy odnoszące się do stanu przystosowania obiektów zakwaterowania, o tyle – będąc osobą niepełnosprawną – niełatwo zdobyć wiedzę np. o warunkach poruszania się po najbliższej okolicy, czy chociażby możliwości korzystania z różnorodnych usług lokalnych (np. kulturalnych). Z badań niemieckich wynika, że największa rozbieżność między oczekiwaniami turystów a rzeczywistymi ograniczeniami dotyczy właśnie możliwości poruszania się po najbliższej okolicy, szans na korzystanie z dodatkowych wycieczek i usług kulturalnych oraz momentu przyjazdu i wyjazdu. Duże ograniczenia wiążą się także z możliwością uprawiania sportu, ale w opinii badanych znaczenie tego rodzaju usług nie jest duże (*Economic impulses on accessible...* 2004, s. 14). Wiedza na temat tych elementów oraz ich ocena przez niepełnosprawnych turystów będzie decydować o wyborze destynacji turystycznej (rys. 2).



Rys. 2. Ocena znaczenia elementów produktu turystycznego i postrzegane ograniczenia
Źródło: *Economic impulses on accessible...* (2004)



Rys. 3. Rodzaj niepełnosprawności, dla której była przygotowana informacja o specjalnych ofertach (wyjazdach) turystycznych dla osób niepełnosprawnych
Źródło: badania własne

Z kolei z badań przeprowadzonych w Polsce wynika, że brak rzetelnej informacji czy trudności z jej uzyskaniem są odczuwane przez respondentów znacznie bardziej niż np. brak odpowiednich towarzyszy podróży, przy czym osoby poruszające się na wózkach inwalidzkich postrzegają to jako utrudnienie dużo częściej niż pozostali niepełnosprawni turyści. Duże trudności z uzyskaniem informacji mają osoby niewidome, niesłyszące, z opóźnieniem intelektualnym (por. rys. 3). Warto też podkreślić, że oferty objęte szczegółową informacją dla niepełnosprawnych dotyczą przede wszystkim typowych pobytów wypoczynkowych oraz turnusów rehabilitacyjnych. Rzadko występują opatrzone dobrą informacją oferty pobytów w sanatoriach i usług w zakresie turystyki aktywnej, sporadycznie – wycieczek, objazdów, czy też imprez typu *city break*.

4. Specyficzne cechy informacji turystycznej dla osób niepełnosprawnych

4.1. Dostęp do informacji, jej zakres i obserwowane braki

Kwestia braku, nierzetelności czy nieodpowiedniej formy informowania o możliwości korzystania z usług turystycznych jest zauważana i podkreślana zarówno przez same osoby niepełnosprawne, jak i przez badaczy

(por. Turco, Stumbo 1998, Darcy 1998, 2010). Dokładne, regularnie aktualizowane informacje są szczególnie ważne dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich. Wiedza o barierach, które osoby te mogą napotkać w obiekcie turystycznym czy w trakcie imprezy turystycznej, pozwala dokonać świadomego wyboru i uniknąć wielu rozczarowań.

Warto podkreślić, że niewątpliwym mankamentem jest wyłączenie informacji o dostępności usług turystycznych z zasobów informacji powszechnie dostępnej. Informacja o usługach dla osób niepełnosprawnych rozwija się swoim torem, niejako niezależnie. Pojawiają się specjalistyczne publikacje, bazy danych i źródła informacji wewnątrz „sieci dla osób niepełnosprawnych”. Do dziś jednak rzadko są one włączane do ogólnych sieci IT.

Jak już wspomniano, komplementarność usług turystycznych powoduje, że podmioty zaangażowane w ich świadczenie powinny eksponować wszystkie te elementy produktu, które są dostępne. Chodzi tu zarówno o obiekty noclegowe, biura podróży, transport, gastronomię, ale także o całe regiony turystyczne. Dotychczas informacja taka zazwyczaj ogranicza się do umieszczenia przy wejściu do obiektu lub w materiałach informacyjnych powszechnie znanego piktogramu obrazującego osobę na wózku inwalidzkim. W praktyce oznacza to odpowiednią szerokość drzwi wejściowych, dostępne urządzenia sanitarne oraz łatwe do pokonania różnice poziomów (podjazdy, windy, brak schodów). Bardzo rzadko natomiast można znaleźć materiały ze szczegółowymi informacjami (np. przewodniki, broszury) uwzględniającymi szerszy zakres usług obiektu, w tym różnorodne usługi rekreacyjne skierowane do osób niepełnosprawnych.

Świadczenie usług turystycznych dla osób niepełnosprawnych wymaga pewnego przygotowania, doświadczenia i wiedzy. Dotyczy to zarówno kontaktu osobistego, telefonicznego, listowego czy mejlowego z takimi klientami. W większości przypadków nie różni się on od kontaktu z pozostałymi klientami, czasami wymaga jednak nieco więcej czasu i uwagi. Odnosi się to w szczególności do osób mających trudności z porozumiewaniem się.

Przygotowanie dostępnej informacji wymaga zrozumienia, że ludzie docierają do niej w różny sposób. Trzeba pamiętać, że powinna uwzględniać zarówno potrzeby osób z różnymi rodzajami niesprawności, jak i tych, które w danym momencie z różnych względów mają utrudniony do

niej dostęp (hałas, sytuacje, w których informacja dźwiękowa i wizualna jest trudna w odbiorze, np. na dworcu kolejowym).

Jak wspomniano, usługodawca, biuro podróży, pośrednik musi zdyktować sobie sprawę z komplementarności usług turystycznych oraz z tego, że powinny być dostępne na każdym etapie świadczenia. A więc także – o czym często zapominamy – na etapie informowania o usłudze. Przede wszystkim, przygotowując usługę informacji turystycznej, trzeba uwzględnić to, że jej dostępność w punktach IT nie może ograniczać się jedynie – jak to się często zdarza – do umożliwienia wejścia do lokalu (poprzez likwidację barier architektonicznych) czy do umiejętności porozumienia się z osobą niepełnosprawną. Ważne jest również, aby punkty takie były przygotowane merytorycznie do świadczenia usług w zakresie informacji, a pracownicy mieli stosowną wiedzę w zakresie interesującym osoby z różnymi niesprawnościami.

Z badań przeprowadzonych przez autorkę w 2009 r. (zarówno wśród osób niepełnosprawnych, jak i usługodawców) wynika, że – w przypadku punktów IT – osoby niepełnosprawne zwracają przede wszystkim uwagę na ogólny brak informacji o usługach turystycznych dostępnych dla nich oraz na konieczność uwzględniania potrzeb osób z dysfunkcją narządu wzroku (brak informacji pismem Braille'a, a także odpowiednich druków turystycznych przeznaczonych dla tej grupy klientów, pomocy tyflograficznych, map komunikacyjnych, katalogów atrakcji turystycznych wydanych drukiem powiększonym i innych materiałów dostępnych dla osób niewidomych i niedowidzących). Z kolei osobom z dysfunkcją narządu ruchu niejednokrotnie trudno dostać się do samych punktów IT ze względu na brak odpowiednich podjazdów lub wind.

Jak już wspomniano, problem informacji to nie tylko dostęp do punktów IT, ale także informacja na temat pozostałych elementów łańcucha usług. Należy pamiętać o tym, że oczekiwania co do rodzaju i sposobu dostosowania usługi turystycznej (np. pokoju hotelowego) są wśród osób niepełnosprawnych różne. Zależy to chociażby od stopnia i rodzaju niesprawności, cech społeczno-demograficznych niepełnosprawnego turysty, stopnia jego samodzielności i rodzaju wyposażenia, którego dana osoba używa. Zapewnienie informacji odpowiedniej do potrzeb i możliwości percepcyjnych ułatwi osobie niepełnosprawnej podjęcie świadomej decyzji, czy może ona z danej usługi skorzystać, czy nie. Nierzetelna informacja wywołuje zrozumiłe rozczarowanie, stres i niezadowolenie

z usługi, powodujące na dalszym etapie szerzenie negatywnej opinii o usługodawcy i oskarżenie go o dyskryminację osób niepełnosprawnych (por. także Darcy 2010). Rzetelność informacji i forma jej udostępniania dotyczą zarówno informacji przeznaczonej dla masowego odbiorcy (przewodniki, informatory, reklamy), jak i informacji przekazywanej osobiście (np. telefonicznie) zainteresowanym.

„Za taksówkę zapłaciłam tylko sześć funtów. Kierowca zaprowadził mnie do informacji. Po chwili meleksem podjechał jakiś facet. Pomógł mi wsiąść i załadować plecaki. Powiedział, że niedługo wróci. Gdy się to stało, na wszelki wypadek, by z rozpędu nie podwiózł mnie do innego pociągu, powiedziałam, że jadę do Prestwick. Dodałam, że mam tam zarezerwowaną asystę. Jakież było moje zdumienie, gdy usłyszałam, że nie mam, bo na tej stacji nie ma personelu.

– Jak to? W takim razie dlaczego na infolinii zapewniano mnie, że będę miała asystę?

– Nie wiem. Może ktoś z lotniska po panią wyjdzie.

Informacja mnie nie zestresowała, bo wiedziałam, że na tej stacji wysiądzie mnóstwo ludzi, ale byłam wściekła. Jak można być tak nieodpowiedzialnym? Jakim cudem na infolinii dla niepełnosprawnych nie wiedzą, że w Prestwick nie ma personelu? Przecież to nie jest jakaś pipidówka, lecz lotnisko! Rozumiem, że może nie być obsługi, ale niech nie wprowadzają ludzi w błąd! Gdybym nie zapytała, czekałabym na asystę, żeby się z nią nie minąć, nikt by nie przyszedł, pasażerowie by poszli, a ja bym tkwiła na peronie do przyjazdu następnego pociągu. Mogłabym się spóźnić na samolot”.

Hanna Pasterny, osoba niewidoma; wspomnienia z podróży do Szkocji

Według pracowników punktów IT, wypowiadających się w ramach wspomnianego badania z 2009 r., przyczyny braku specjalnej IT dla osób niepełnosprawnych wynikają z tego, że nie różnicuje się klientów, a także z tego, że trudno znaleźć odpowiednio dostosowane usługi turystyczne (np. hotelarskie i gastronomiczne), o których można by informować. O ile ten ostatni argument brzmi dość wiarygodnie, o tyle ten pierwszy wydaje się być szukaniem zbyt łatwego usprawiedliwienia. Duża część pracowników IT uważa ponadto, że nie ma wystarczająco dużego popytu na usługi IT przygotowywane specjalnie dla osób niepełnosprawnych. Oso-

by te wolą korzystać z typowych ofert i informacji przygotowanych dla wszystkich. Opinie na temat przyczyn braku IT dla osób niepełnosprawnych korespondują z opiniami na temat możliwości rozwoju turystyki i obserwowanych barier w tym segmencie rynku. Warto podkreślić, że badani zwracają też uwagę na brak szkoleń w tym zakresie, którymi mogłaby być objęta kadra turystyczna.

Niedostateczna informacja o usługach, które na otwartym rynku turystycznym w Polsce mogą być świadczone dla osób niepełnosprawnych, jest zatem ściśle związana z brakiem oferty turystycznej dla tej grupy konsumentów. Materiały promocyjne, katalogi, informatory czy reklamy zamieszczane w różnych środkach przekazu w zasadzie nie zawierają informacji o udogodnieniach dla tych klientów, zwłaszcza zaś dla klientów niepełnosprawnych inaczej niż ruchowo. A przecież powinny informować nie tylko o specjalnie wyposażonych łazienkach czy pokojach, o windach i podjazdach dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich, ale także o urządzeniach, które mogłyby być wykorzystane do poprawy sprawności fizycznej i rehabilitacji, o specjalnej diecie, możliwości zabrania przez osobę niewidomą psa przewodnika, możliwości skorzystania z pomocy osobistej czy o specyficznych walorach klimatycznych terenu. Wielu gestorów bazy dysponuje warunkami atrakcyjnymi dla osób niepełnosprawnych, ale ich nie promuje i traci w ten sposób ewentualnych klientów. Z wielu badań wynika, że z punktu widzenia osób niepełnosprawnych mniej jest informacji o usługach hoteli dwu- i trzygwiazdkowych (a więc częściej wykorzystywanych przez ten segment rynku) niż rzadko odwiedzanych hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych (Darcy 1998).

4.2. Rzetelność, wiarygodność, forma

Zakres uzyskiwanej informacji jest dla osób niepełnosprawnych równie ważny jak jej rzetelność i wiarygodność (zwłaszcza dla osób niepełnosprawnych ruchowo), forma (w przypadku osób niewidomych i słabowidzących informacja powinna być przygotowana na nośnikach audio, napisana alfabetem Braille'a lub większym drukiem) i kanał dystrybucji. Należy pamiętać o aktualizowaniu danych. Informowanie o obiektach uznanych za przystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych i opatrzenie ich międzynarodowymi symbolami dostępności powinno być po-

przedzone inspekcją lub pełnym audytem z udziałem osób niepełnosprawnych: nie zawsze to, co wydaje się dostępne usługodawcom, spełnia oczekiwania niepełnosprawnych klientów. Niewłaściwa informacja może wynikać z braku porozumienia między środowiskiem osób niepełnosprawnych a architektami i inwestorami już na etapie planowania i realizacji inwestycji.

Niektóre źródła informacji same w sobie są utrudnieniem. Bariera może być sama forma przekazywania informacji (mały druk, kontrast między tłem a tekstem, niewłaściwy *layout* strony, brak podpisów pod rysunkami i zdjęciami). Bywa, że wygląd miejsc wypoczynku przedstawianych na zdjęciach w broszurach różni się od rzeczywistości. Takie praktyki, często stosowane przez usługodawców w stosunku do wszystkich turystów, wobec klientów niepełnosprawnych są szczególnie naganne. Wybierając kanały przekazywania informacji należy pamiętać o tym, że osoby z odmiennymi rodzajami niesprawności w różnym stopniu korzystają z mediów: telewizji, Internetu, prasy codziennej czy periodyków środowiskowych.

Przygotowując informację dla osób niepełnosprawnych, należy zwrócić uwagę na kilka głównych zasad:

1. Informacja powinna być dostępna dla jak największego grona odbiorców. Stąd musi być łatwa w odbiorze, napisana prostym językiem, czytelna, zrozumiała i jednoznaczna. Powinna być dodatkowo uzupełniana (wyjaśniana) dźwiękiem, grafiką, animacją. Przydatne są również krótkie, proste streszczenia informacji. Ma to znaczenie nie tylko dla osób o niższym poziomie intelektualnym bądź mających trudności w czytaniu i uczeniu się, ale także dla osób używających języka migowego. Z kolei lepszemu odbiorowi informacji przez osoby niedowidzące i niewidome służą streszczenia (krótkie omówienia) kontekstu wizualnego.

2. Ważne jest, by obszerna informacja była podzielona na krótkie fragmenty, a odbiorcy mieli możliwość decydowania o czasie dostępu do niej (np. by informacja w Internecie nie zniknęła, zanim użytkownik zdąży się z nią zapoznać i na nią zareagować, z wyjątkiem sytuacji, gdy jest to niezbędne ze względu na specyfikę informacji).

3. Osobom niewidomym i niedowidzącym oraz osobom z dysfunkcją narządu słuchu należy zapewnić alternatywne sposoby przekazywania informacji. Jednak jej zakres powinien być taki sam jak dla pozostałych użytkowników.

4. Jeśli informacja przekazywana jest przez Internet, to niezbędny jest łatwy system nawigacji; z myślą o osobach niewidomych należy usunąć lub ograniczyć grafikę i animację bądź umożliwić łatwe jej omijanie, bądź też zastąpić ją odpowiednim tekstem (opisem). Stosowny system nawigacji umożliwi odbiorcy znalezienie tego, co jest mu w danej chwili potrzebne.

5. W prezentacjach multimedialnych dostępnych w Internecie wszystkie istotne informacje wizualne powinny być zaopatrzone w opis audio. Niezbędne jest zastosowanie odpowiednich technologii synchronizujących tekst z technikami multimedialnymi.

6. Należy się upewnić, że tekst i grafika użyte do przekazu informacji są równie czytelne i zawierają taką samą treść zarówno w wersji kolorowej, jak i czarno-białej. Do wyróżnienia jakiegoś typu informacji warto używać nie tylko odpowiedniego koloru, ale także np. odpowiedniego kroju lub wielkości czcionki. Należy ponadto zapewnić odpowiedni kontrast między tłem a tekstem, po to, by umożliwić dostęp do informacji osobom niedowidzącym i osobom mającym trudnościami z rozróżnianiem kolorów. W zakresie odpowiedniego kontrastowania tła i tekstu warto korzystać z porad specjalistów.

7. Odbiorcom informacji internetowych należy zapewnić możliwość zatrzymywania elementów błyszczących, poruszających się, migających, o gwałtownie zmieniającym się natężeniu światła. Warto zadbać o to, by strony (okna) nie znikwały lub nie zmieniały się nagle, automatycznie, bez wiedzy i decyzji użytkowników, bo to mogłoby doprowadzić do utraty kontroli, dezorientacji, dezinformacji, a w rezultacie – przerwania połączenia. Należy również odpowiednio przygotować system przekierowywania użytkowników do innych stron¹.

Specyficzną grupą odbiorców informacji turystycznej, wymagającą szczególnego przygotowania są osoby z dysfunkcją narządu słuchu. W trakcie trwania imprezy turystycznej (wycieczki) powinni móc korzystać z pomocy osób posługujących się językiem migowym. Należy wziąć pod uwagę, że na takie przekazywanie informacji potrzeba więcej czasu. Wynika to nie tylko z tego, że przekaz w języku migowym trwa dłużej, ale

¹ Szczegółowe wskazówki dotyczące projektowania stron internetowych dla osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności można znaleźć w: *Guide to accessibility* (2007), www.gencat.cat. (15.06.2011).

także z tego, że przekazywane informacje muszą być rozszerzone o wyjaśnienia nieznanym pojęć.

Ważnym elementem właściwej informacji są ogólnie akceptowane, choć nie zawsze rozpowszechnione, międzynarodowe symbole dostępności. W Polsce najbardziej popularny jest piktogram ilustrujący osobę siedzącą na wózku inwalidzkim, trudno natomiast spotkać oznaczenia wskazujące na dostępność dla osób niewidomych i niedowidzących, dostępny powiększony druk, dostępne tłumaczenie w języku migowym, dostępne urządzenia wspomagające słuch, urządzenia z systemem TTY², czy *Closed Captions*³. W literaturze przedmiotu coraz częściej wskazuje się na konieczność rozbudowania tych symboli, nadania im pewnej gradacji, pokazującej stopień dostępności usług (por. Darcy 2010).

Reasumując tę część opracowania, należy podkreślić, że jednostki działające na rynku turystycznym powinny – także we własnym interesie – zadbać o rozpowszechnianie informacji o swoich usługach w formie dostępnej i zrozumiałej dla wszystkich, przy użyciu takich środków, które umożliwią dotarcie do niej także osobom niepełnosprawnym. Szczególną uwagę należy zwrócić na potrzeby osób niewidomych i niedowidzących oraz osoby z niepełnosprawnością intelektualną.

4.3. Instytucje odpowiedzialne za informację

W warunkach polskich ważne jest, by przygotowywanie i przekazywanie informacji było wspierane finansowo ze środków publicznych, a nie tylko opierało się na formach komercyjnych, kiedy to informacja pełni równocześnie funkcję reklamy. Odpłatne bazy danych (np. zamieszczane w Internecie lub w formie katalogów), które są tworzone przez różne organizacje osób niepełnosprawnych, nie spełniają swojego zadania: nie wszyscy właściciele obiektów turystycznych chcą korzystać z płatnych baz danych i zamieszczać tam swoje informacje, nie widzą bowiem związku między tą formą reklamy a możliwością zwiększenia popytu.

² System TTY (*teletype writer*) jest używany przez osoby głuche i niedosłyszące do komunikacji przez pisanie i odczytywanie tekstu; najczęściej wykorzystuje się go w telefonach.

³ System *Closed Caption* polega na transkrypcji tekstu mówionego i wyświetlaniu go na ekranach telewizorów, nośnikach wideo, ekranach kin; zazwyczaj jest wykorzystywany przez osoby z dysfunkcją narządu słuchu.

Istotne jest, by informacją były objęte nie tylko poszczególne usługi i obiekty (za co odpowiadają przede wszystkim sami usługodawcy), ale także całe obszary recepcji turystycznej, najbardziej atrakcyjne, najczęściej odwiedzane miasta i regiony (czym z kolei powinny się zająć lokalne struktury samorządowe odpowiedzialne za promocję turystyki w danym regionie albo lokalne agendy Polskiej Organizacji Turystycznej). Ważna jest chociażby informacja o tym, czy na odwiedzanym obszarze zostały przygotowane i dostosowane do potrzeb osób poruszających się na wózkach ciągi komunikacyjne pozbawione barier. Warto tu postulować współpracę pomiędzy organizacjami reprezentującymi osoby z różnymi niesprawnościami i organizacjami turystycznymi.

Nie należy oczekiwać, że osoby niepełnosprawne i organizacje, które je reprezentują, same zajmą się przygotowaniem informacji o regionie. Informacje o całych obszarach recepcji turystycznej, przygotowywane z myślą o osobach niepełnosprawnych powinny się znaleźć w przewodnikach przeznaczonych dla ogółu turystów albo być publikowane – wzorem krajów Unii Europejskiej – w postaci odrębnych wydawnictw⁴. Przewodniki, oprócz ogólnych danych o krajach, powinny zawierać rekomendacje dotyczące wyspecjalizowanych touroperatorów i agentów turystycznych, informacje o dostępności transportu, miejsc zakwaterowania i atrakcji turystycznych, dane o funkcjonującym w danym kraju systemie IT, specjalistycznych ubezpieczeniach czy możliwości skorzystania z pomocy osobistej (asystentów) w podróży.

W Polsce jedną z pilniejszych potrzeb jest włączenie informacji o usługach dla osób z różnymi rodzajami niesprawności do ogólnopolskiego systemu IT, a także przygotowanie informatorów o dostępności usług w najatrakcyjniejszych regionach turystycznych. Tymczasem brakuje nie tylko opublikowanych informatorów na temat przystosowania obiektów turystycznych, ale także jakiegokolwiek bazy danych, która w pełni i obiektywnie odzwierciedlałaby stan rzeczy. Sytuacja ta nie zmieniła się zaraz po wprowadzeniu aktów prawnych systematyzujących wymagania doty-

⁴ Wydawnictwa te są przygotowano na zamówienie XXIII Dyrektoriatu Unii Europejskiej przez Mobility International (w ramach programu *Turystyka dla wszystkich*) i obejmują wszystkie kraje Unii Europejskiej oraz Lichtenstein, Norwegię i Islandię. Niezależnie od tego programu opublikowano przewodniki po wielkich miastach europejskich. Por. np. Couch, Forrester, Irwin (1993); Couch, Roberts (1993); *Accommodation and travelling in Finland...* (2000); *Accessible Helsinki...* (2000).

czące wyposażenia, kwalifikacji personelu i zakresu usług świadczonych w obiektach hotelarskich oraz porządkujących zasady kategoryzacji, gdyż wnioskowanie o nadanie kategorii jest dobrowolne, ponadto nie wszyscy gestorzy spełniają wymagania stawiane obiektom hotelarskim. Aby możliwe było stworzenie obiektywnej bazy danych, konieczne jest współdziałanie agend rządowych, przedstawicieli przemysłu turystycznego i osób niepełnosprawnych.

5. Podsumowanie

Głównym celem zapewnienia dostępności usług IT dla osób z niepełnosprawnością jest możliwie najłatwiejsze i maksymalnie samodzielne korzystanie z nich przez tę grupę klientów. Należy pamiętać, że dostępność usług informacji powinna być rozpatrywana nie tylko w kontekście osób trwale niepełnosprawnych, ale też starszych, czasowo chorych i czasowo niepełnosprawnych. Poszerzenie zakresu IT, która będzie dostępna dla osób z różnymi niesprawnościami, wymaga szkolenia pracowników odpowiedzialnych za tę informację. Na potrzebę takiego szkolenia wskazują także liczne zapisy przyjęte w wielu dokumentach rządowych i samorządowych, zarówno o znaczeniu krótko, jak i długofalowym.

Są to m.in.:

- na szczeblu ogólnopolskim *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 r.*, dokument rządowy, który zakłada, iż – w związku z organizacją EURO 2012 – powinno nastąpić lepsze dostosowanie informacji i sposobu jej przekazywania do oczekiwań poszczególnych grup odbiorców, w szczególności osób niepełnosprawnych;

- dla Warszawy i województwa mazowieckiego takie dokumenty, jak 1) Strategia rozwoju informacji turystycznej na terenie województwa mazowieckiego, przygotowana na zlecenie Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej; 2) Strategia rozwoju turystyki dla województwa mazowieckiego na lata 2007–2013 przyjęta przez Sejmik Województwa Mazowieckiego; w obydwu tych dokumentach w zakresie informacji turystycznej wśród słabych stron wskazuje się na małą liczbę punktów IT i jednostek świadczących usługi dostępne dla osób niepełnosprawnych, słabe przygotowanie personelu pracującego w informacji oraz mały

stopień przystosowania przestrzeni turystycznej do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Działania w tym zakresie powinny wyjść naprzeciw oczekiwaniom środowiska osób z niepełnosprawnością, pomóc w sformułowaniu obiektywnej diagnozy pokazującej rzeczywiste warunki świadczenia usług IT dla osób z niepełnosprawnością oraz uświadomić pracownikom punktów IT, że udostępnienie tego typu usług osobom z niepełnosprawnością służy zarówno wyrównywaniu szans ich uczestnictwa w życiu społecznym, jak i wzrostowi potencjału konkurencyjnego w tworzeniu wartości produktu turystycznego na szczeblu regionu recepcji turystycznej. Potrzeba tego typu działań jest na rynku turystycznym ogromna, świadomość specyfiki obsługi klienta z niepełnosprawnością niska, a zatem powinno się podejmować działania, które pozwolą uzmysłwić pracownikom IT oczekiwania osób z niepełnosprawnością oraz konieczność pewnej modyfikacji typowych zachowań personelu w kontakcie z klientem, jeśli jest nim osoba niepełnosprawna i/lub starsza. Powinno umożliwić zrozumienie różnorodności sposobów percepcji i komunikowania się z osobami z niepełnosprawnością.

W zakresie IT podejmowane działania należy kierować na: 1) ustalenie zakresu i warunków świadczenia usług IT dla osób z niepełnosprawnością i osób starszych, 2) identyfikację luk w zakresie świadczenia usług IT, 3) wzrost kompetencji pracowników IT poprzez wykształcenie umiejętności w zakresie realizacji szczególnych potrzeb, jakie związane są z korzystaniem przez osoby niepełnosprawne z informacji turystycznej, uwrażliwienie personelu na oczekiwania klientów niepełnosprawnych i starszych oraz przekazanie wskazówek praktycznych w zakresie umiejętności obsługi. W omawianym zakresie niezbędne jest opracowanie i wdrożenie programu szkolenia dla pracowników IT wraz z przygotowaniem poradnika. Pozwoli to poszerzyć i upowszechnić wiedzę o specyfice potrzeb osób z niepełnosprawnością, wzmocnić kompetencje i zmienić postawę pracowników IT, a w rezultacie przyczynić się do włączenia osób z niepełnosprawnością w główny nurt życia społecznego.

Zdaniem wielu ekspertów zajmujących się turystyką osób niepełnosprawnych, ale także zdaniem samych zainteresowanych, na rynku turystycznym brakuje odpowiedniego marketingu i informacji dotyczących dostępności istniejących urządzeń turystycznych. Osoby niepełnospraw-

ne i osoby starsze ciągle nie są postrzegane jako ważny segment tego rynku, stąd brak działań ukierunkowanych na tę grupę turystów. Zarządzający regionami turystycznymi nie analizują stopnia dostosowania swoich usług do potrzeb osób niepełnosprawnych, a jeśli nawet to robią, to analizy te dotyczą wyłącznie obiektów noclegowych. Dopóki branża turystyczna nie uzna, że usługi turystyczne pozbawione barier są wyznacznikiem jakości, siły marki i szansą na uzyskanie przewagi konkurencyjnej, nie przyciągnie znaczącej liczby niepełnosprawnych klientów i nie stanie się dla nich atrakcyjna.

Literatura

- Accessible Helsinki. Guide for disabled people*, 2000, Kirjapaino Tieto Oy, Helsinki.
- Accommodation and travelling in Finland for disabled person*, 2000, Rullaten ry, Finland Tourist Information.
- Bączyk M., Krukowski K., 2007, *Niewidzialna mapa Wrocławia*, Ośrodek Postaw Twórczych, Wrocław.
- Couch G., Forrester W., Irwin J., 1993, *Access in London. A guide for people who have problems getting around*, Quiller Press, London.
- Couch G., Roberts B., 1993, *Access in Paris. A guide for people who have problems getting around*, Quiller Press, London.
- Darcy S., 1998, *Tourism patterns and experiences of New South Wales people with a physical disability*, Tourism New South Wales, Sydney.
- Darcy S., 2010, *Inherent complexity: Disability, accessible tourism and accommodation information preferences*, Tourism Management, 31.
- Darcy S., Daruwalla P.S., 1999, *The trouble with travel: People with disabilities and tourism*, Social Alternatives, 18.
- Economic impulses on accessible tourism for all*, Nr. 526, 2004, Federal Ministry of Economics and Labour, Munster and Berlin.
- Guide to accessibility*, 2007, Generalitat de Catalunya: www.gencat.cat (15.06.2011).
- Kruczek Z., Walas B., 2004, *Promocja i informacja turystyczna*, Prokseknia, Kraków.
- Lisek-Lubaś E., 2008, *Sztuka bez barier – z doświadczeń Muzeum Regionalnego w Stalowej Woli*, [w:] Stasiak A. (red.), *Rola krajoznawstwa i turystyki w życiu osób niepełnosprawnych*, Wyd. PTTK Kraj, Warszawa.
- Making Europe accessible for tourists with disabilities. Handbook for the tourism*

industry, 1996, Office for Official Publications of the European Communities, Directorate General XXIII-Tourism Unit, Luxembourg.

Skalska T., 2004, *Turystyka osób niepełnosprawnych. Bariery i możliwości rozwoju*, WSHGiT, Warszawa.

Turco D.M., Stumbo N., 1998, *Tourism constraints for people with disabilities*, Parks and Recreation, 33 (9).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka,
Grzegorz Kwiatkowski*

PROBLEM AKTYWNOŚCI TURYSTYCZNEJ SENIORÓW

1. Wstęp

W ostatnich latach w Polsce problem zaangażowania starszej części populacji w uprawianie turystyki jest poruszany w licznych badaniach. Z jednej strony seniorzy postrzegani są jako coraz bardziej istotny segment rynku turystycznego, m.in. za sprawą postępującego procesu starzenia ludności (Śniadek 2007), czy dzięki temu, że mogą oni przyczyniać się do redukcji zjawiska sezonowości ruchu turystycznego (Mokras-Grabowska 2010, Górska 2010). Z drugiej strony ta kategoria konsumentów wymaga, zwłaszcza w polskich warunkach, większej aktywizacji (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010). Przekłada się to na opracowywane i wdrażane programy turystyki społecznej, jak np. program Calypso, czy będący jego częścią Europe Senior Tourism (Górska 2010, Mokras-Grabowska 2010, Śledzińska 2010). Wydaje się jednak, że podniesienie skuteczności wszelkich działań w tym zakresie wymaga przede wszystkim gruntownych badań nad zaangażowaniem seniorów w uprawianie turystyki.

Jako podstawowe problemy do rozpoznania rysują się dwie kwestie. Pierwsza to określenie faktycznych potrzeb tej grupy ludności, co jest tym trudniejsze, że część z nich może nie być w pełni uświadamiana. Drugi problem badawczy, bezpośrednio związany z poprzednim, to

* Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Instytut Geografii, 87-100 Toruń, ul. Ga-garina 9, e-mail: grzelak@umk.pl, b_holow@umk.pl, gregory.pl.kwiatkowski@gmail.com.

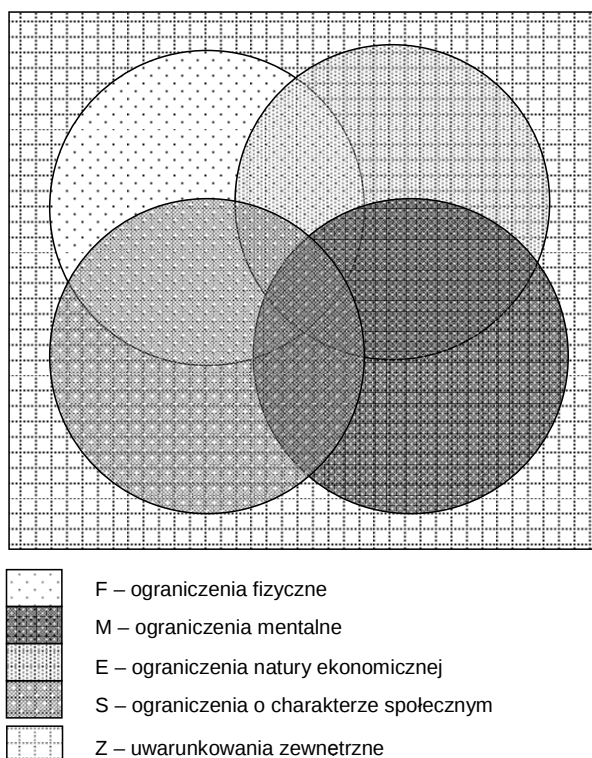
konieczność zdiagnozowania czynników ograniczających zarówno samą realizację podróży turystycznych, jak i odpowiedzialnych za negatywną postawę wobec uprawiania tej formy aktywności. Wśród nich najczęściej wymieniane są dwa ograniczenia, uważane w powszechnym ujęciu za najistotniejsze, tj. sytuacja ekonomiczna oraz stan zdrowia seniorów. Z pewnością jednak taka generalizacja byłaby zbyt daleko idącym uproszczeniem rozpatrywanych zagadnień.

Mając powyższe na uwadze, w niniejszym opracowaniu podjęto próbę określenia poziomu aktywności polskich seniorów, zestawiając ją z deklaracjami na ten temat ludności w wieku produkcyjnym. Porównania tego dokonano z pełną świadomością spodziewanych różnic na niekorzyść seniorów. Generalnie bowiem aktywność tej grupy jest w większym stopniu poddana fizycznym ograniczeniom wynikającym z wieku i stanu zdrowia. Celem jednak nie było samo udowodnienie tego faktu, ile określenie skali różnicy (w porównaniu z pozostałymi kategoriami wieku) i wytypowanie szerszej gamy czynników odpowiedzialnych za jej wielkość, zwłaszcza tych, które wybiegają poza spodziewane fizyczne utrudnienia.

Poszukując ogólnych prawidłowości, nie wolno zapominać, że w skali jednostkowej aktywność turystyczna może kształtować się bardzo różnie. Indywidualne cechy każdego człowieka, doświadczenia życiowe czy sytuacja materialna decydują bowiem o poziomie aktywności. Aby jednak dokonać swoistej diagnozy problemu dla całej populacji seniorów, należy spojrzeć na zagadnienie nieco szerzej. W związku z tym za tezę przyjęto, że każda kategoria ludności pozostaje pod wpływem licznych, często wzajemnie powiązanych i niejednokrotnie potęgujących swoje oddziaływanie czynników ograniczających aktywność turystyczną. Założono, że wiek jest cechą demograficzną, silnie wpływającą na skuteczność przezwyciężania tego typu trudności. Dlatego też ogólna mobilność seniorów, przekładająca się na uprawianie turystyki, bardzo istotnie różni się od aktywności pozostałych kategorii wiekowych i jest niższa niż wynikałoby to z czysto fizycznych (obiektywnych) ograniczeń. Jest to efektem skumulowania w przypadku osób starszych wielu niekorzystnych czynników. Obok ograniczeń zdrowotnych często występuje trudna sytuacja ekonomiczna, czemu towarzyszy słabsza motywacja i mniejsza zdolność do pokonywania barier za sprawą niższego poziomu wykształcenia. Brak chęci i wiary w sens czy słuszność podejmowanych działań zmierza-

jących do przezwyciężania barier wynika w dużej mierze z uwarunkowań psychologicznych (ograniczenia mentalne). Należy mieć także na uwadze, że w niektórych przypadkach indywidualne cechy badanych mogą sprzyjać pokonywaniu napotkanych trudności, jednakże celem analizy jest przede wszystkim próba wyjaśnienia, co sprawia, jak wskazują liczne badania, że ta kategoria ludności wykazuje się mniejszą niż pozostałe aktywnością i dlaczego w ten sposób kształtują się ogólne tendencje.

Przed przystąpieniem do testowania postawionej hipotezy za istotne uznano wytypowanie i usystematyzowanie czynników hamujących aktywność turystyczną. Dokonano ich uporządkowania poprzez zakwalifikowanie do jednej z czterech kategorii: ograniczeń natury fizycznej, ekonomicznej, wynikających z uwarunkowań społecznych oraz związanych z motywami osobistymi (rys. 1).



Rys. 1. Główne kategorie czynników ograniczających aktywność turystyczną
Źródło: opracowanie własne

Należy jednak wyjaśnić, że o wpływie danego elementu, oprócz stopnia jego istotności (np. bardzo zły stan zdrowia może wykluczać wszelkie formy aktywności turystycznej) na ogół decyduje wspomniane łączne oddziaływanie kilku zmiennych. Ponadto na indywidualne zachowanie turystyczne będzie rzutować kwestia indywidualnego postrzegania rangi czynnika lub czynników hamujących (blokujących) aktywność. Można tu przywołać podejście zastosowane przez E.S. Lee (1966) w jego koncepcji *push and pull factors*, odnoszącej się wprawdzie do próby opracowania modelu objaśniającego zachowania migracyjne, jednakże adekwatnej w kwestii objaśniającej indywidualny charakter podejmowanych decyzji i subiektywny sposób oceny.

Przedstawiony schemat (rys. 1) prezentujący główne płaszczyzny, w zakresie których można zidentyfikować bariery ograniczające lub blokujące aktywność turystyczną, ma charakter uniwersalny. Oznacza to, że każdy człowiek podejmujący świadomie decyzję o realizacji podróży turystycznej musi skutecznie przewyższać trudności natury ekonomicznej, społecznej, ograniczenia fizyczne czy mentalne, tkwiące w nim samym oraz sprostać zewnętrznym przeszkodom.

Niezależnie od cech społeczno-demograficznych jednostek, wymienione kategorie ograniczeń tworzą stały zestaw. W ramach niego dochodzi do zmiany hierarchii ważności poszczególnych czynników bądź ich wymiany (np. pod wpływem problemów wynikających z wieku). W części empirycznej dokonano wytypowania najczęściej wskazywanych przez seniorów ograniczeń.

Celem przeprowadzonego badania była nie tylko identyfikacja, ale przede wszystkim ocena roli typowanych czynników w kształtowaniu zachowań turystycznych seniorów. Z tego względu przyjęto adekwatną metodykę badań, jaką stanowiły wywiady kwestionariuszowe. Zbierając opinie respondentów na temat ich indywidualnych zachowań i poglądów posłużono się metodą badania ankietowego w technice PAPI – *Paper and Pencil Interview*.

Wywiady kwestionariuszowe przeprowadzono w kilku miastach różnej wielkości oraz na obszarach wiejskich województwa kujawsko-pomorskiego, które wytypowano jako poligon badawczy. Proporcjonalnie do wskaźnika urbanizacji na tym obszarze ok. 60% respondentów stanowili mieszkańcy miast (w tym 30% pochodziło z największych ośrodków liczących ponad 200 tys. mieszkańców, następnie 15% z miast z prze-

działu wielkościowego od 50 tys. do 200 tys. mieszkańców i pozostałe 15% z miast małych poniżej 50 tys.). Pozostałe 40% ankietowanych stanowili mieszkańcy wsi. Starano się o reprezentowanie w badaniu miast i wsi położonych w różnych częściach regionu, ze względu na jego zróżnicowaną przeszłość historyczną i spodziewane na tym tle różnice. Próbę celową, określoną na podstawie nielosowego schematu, stanowiły osoby pełnoletnie w różnym wieku, zarówno aktywne zawodowo, jak i seniorzy (włączenie do badania różnych kategorii wiekowych było zabiegiem pozwalającym na dokonanie stosownych porównań, co wskazano w celu pracy).

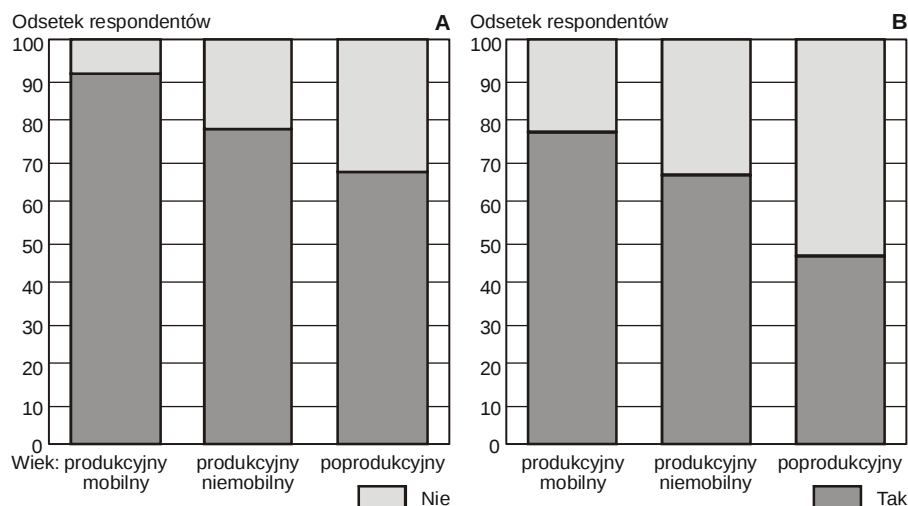
Przyjęta wielkość próby sięgała łącznie ponad 2000 ankiet, przy przyjętym 5% marginesie błędu i 90% poziomie ufności. Formularz ankiety skonstruowano w klasyczny sposób, posługując się w przeważającej większości pytaniami zamkniętymi z zastosowaniem skali dychotomicznej, nominalnej i zmodyfikowanej wersji skali Likerta. Ankietyzację prowadziło kilkunastu przeszkolonych ankietatorów, realizujących zadanie od 5 do 29 czerwca 2010 r. Badanie właściwe poprzedził pilotaż, który wskazał na konieczność przebudowania w dwóch przypadkach skali nominalnej. Łącznie, po weryfikacji, z 1972 ankiet zbudowano bazę danych w programie PASW Statistics, której zawartość poddano dalszej analizie statystycznej.

2. Aktywność turystyczna seniorów

Przed przystąpieniem do porównania poziomu aktywności turystycznej seniorów z osobami z innych grup wieku, warto przytoczyć wyniki badań dotyczących stosunku respondentów do kwestii uprawiania turystyki. Deklarowana aprobata (twierdząca odpowiedź na pytanie: czy lubi Pan/Pani podróżować w celach turystycznych) nie zawsze wykazuje zbieżność z realnymi działaniami podejmowanymi w tym zakresie (rys. 2).

Można jednak przyjąć, że stwierdzony fakt zamiłowania do podróżowania (przewyższający poziom aktywności) jest dobrym wskaźnikiem postawy seniorów wobec turystyki. Jak wynika z udzielonych przez respondentów odpowiedzi, zdecydowana większość w wieku powyżej 65 lat (67,3%) twierdziła, że lubi podróżować. Wraz z wiekiem ankietowanych udział ten wyraźnie spadał. Wśród młodszych grup wiekowych wartości

te były znacznie wyższe: nie lubiło podróżować tylko mniej niż 10% respondentów w wieku produkcyjnym mobilnym (18–44 lata) i co piąta osoba w wieku produkcyjnym niemobilnym (45–59 lat dla kobiet i 45–64 lata dla mężczyzn).



Rys. 2. Rozkład odpowiedzi na pytania: A) Czy lubi Pan/i podróżować w celach turystycznych? B) Czy podróżuje Pan/i w celach turystycznych?

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Wpływ poziomu wykształcenia na deklarowany pozytywny stosunek do podróżowania zaznaczał się dość wyraźnie, gdyż w gronie badanych z wykształceniem podstawowym dwa razy częściej udzielano negatywnych odpowiedzi niż wśród osób z wyższym wykształceniem (odpowiednio 28,1% i 14,3%). Obok wykształcenia potwierdza się też związek z dochodem – najlepiej sytuowani chętniej wskazywali, że lubią podróżować, niż mniej zamożni.

Jak udowodniono we wcześniejszych badaniach (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010), stosunek do podróżowania zmienia się też wraz ze stanem zdrowia ankietowanych. Charakterystyczne jest, że seniorzy oceniający go jako czynnik w pewnym stopniu (lub przejściowo) ograniczający aktywność i ci, którzy nie czują się w żaden sposób ograniczeni, wyrażają na ten temat zbieżną opinię.

Zasadnicza różnica pojawia się dopiero wśród respondentów, którzy deklarowali, że choroba całkowicie ograniczyła ich aktywność. W tym

wypadku zamiłowanie do podróżowania deklarował znacznie mniejszy odsetek badanych. Wydaje się to w pełni zrozumiałe, gdyż z jednej strony dla osób tych podróżowanie byłoby bardzo uciążliwe, z drugiej zaś łatwiej pogodzić się z brakiem możliwości realizacji potrzeby poprzez jej zanegowanie.

Ludność w wieku produkcyjnym nie tylko częściej wskazywała, że lubi podróżować, ale także na ogół realizowała swoje potrzeby w tym względzie. Wprawdzie wraz z wiekiem mobilność nieco spadała, ale zasadniczo od 3/4 ogółu (w wieku 18–44 lata) do 2/3 ogółu (w wieku 45–59 dla kobiet i 45–64 dla mężczyzn) odbywało tego typu podróże. W przypadku seniorów udział ten był znacznie mniejszy – nie więcej niż połowa respondentów potwierdziła, że wyjeżdżała w celach turystycznych.

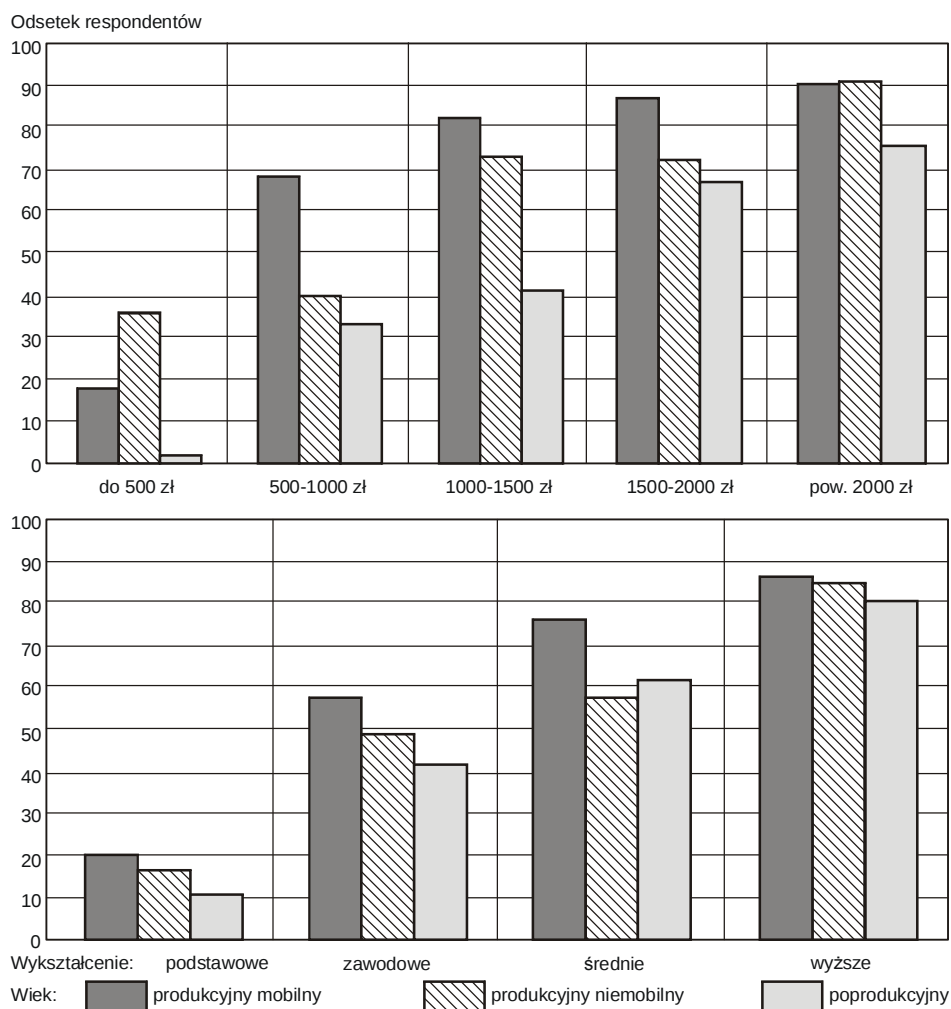
Uzyskane wyniki wskazują także na pewien istotny społecznie problem. Dość duży odsetek, zwłaszcza wśród osób starszych, mimo stwierdzenia, że lubi podróżować, nie uczestniczy w wyjazdach turystycznych. Część z nich być może nie postrzegała odbywanych podróży (np. w celu zdrowotnym) jako formy aktywności turystycznej, znaczna jednak liczba z różnych względów nie była w stanie ich zrealizować. Wśród seniorów był to aż co piąty badany.

Wykazana znacznie niższa od przeciętnej aktywność turystyczna ludności w wieku poprodukcyjnym wydaje się być w pełni zrozumiała i możliwa do objaśnienia niższym statusem ekonomicznym tej części społeczeństwa. Podobnie niekorzystnie działa niski w tym wypadku odsetek osób z wyższym wykształceniem. Aby jednak nie zawężyć się do tak uproszczonej interpretacji, w analizie zestawiono respondentów uczestniczących w podróżach turystycznych według wieku i wielkości dochodu oraz poziomu wykształcenia. Zestawienie takie dało możliwość weryfikacji, na ile poszczególne grupy zachowują się odmiennie.

Ponieważ aspekt finansowy jest zazwyczaj wskazywany jako główna bariera, warto zwrócić uwagę, że w każdej z pięciu przyjętych kategorii dochodu (rys. 3) aktywność seniorów była niższa, niż w przypadku pozostałych grup wiekowych należących do tego samego przedziału wielkościowego rozważanej cechy. Istotne jest, że największa różnica dotyczyła seniorów o dochodzie nie wyższym niż 1500 zł, powyżej tego progu dysproporcja nie była już tak dostrzegalna.

Z kolei porównując zachowania turystyczne ludności o różnym poziomie wykształcenia (rys. 3) można stwierdzić, że w grupie z wykształce-

niem podstawowym aktywna w badanym zakresie była co piąta osoba (20,4%) w wieku produkcyjnym mobilnym i tylko co dziesiąta (10,7%) w wieku poprodukcyjnym. Stwierdzona prawidłowość (mniejszy udział aktywnych wśród seniorów) potwierdza się w pozostałych kategoriach, choć wielkość różnicy spadała wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia.



Rys. 3. Cechy demograficzno-społeczne respondentów deklarujących odbywanie podróży w celach turystycznych (udział w ogólnej liczbie odpowiadających na pytanie czy uczestniczą w podróżach turystycznych)

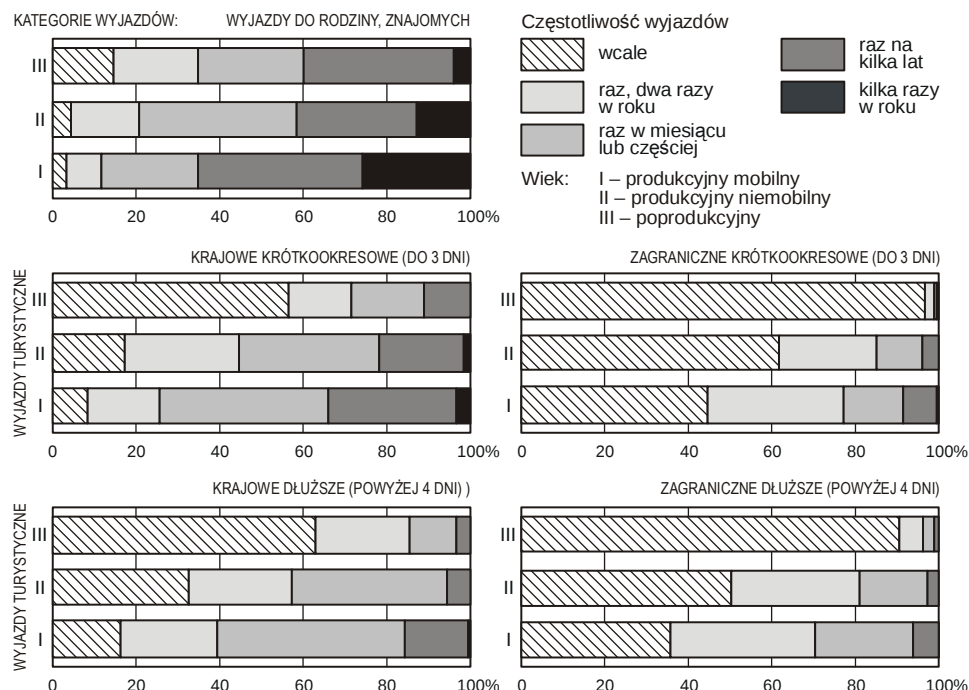
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Zwiększona mobilność osób lepiej wykształconych w dużym stopniu wiązała się z ich sytuacją materialną (lepiej u osób dobrze wykształconych). Z kolei poziom wykształcenia silnie korelował z wiekiem ankietowanych. Do kategorii osób lepiej wykształconych należeli częściej młodszy respondenci. Oni też mieli potencjalnie lepszy stan zdrowia i większe możliwości realizacji potrzeby podróżowania. Nie należy jednak zapominać o tym, że poziom wykształcenia przekładał się nie tylko na wyższe dochody i większe możliwości uczestniczenia w ruchu turystycznym, ale i na większą świadomość istnienia pewnych problemów lub zagadnień, co rodzi dążenie do ich poznawania (Nieżgoda, Zmysłony 2006). Korelacja między poziomem aktywności turystycznej a poziomem wykształcenia została już wielokrotnie udokumentowana w literaturze przedmiotu.

Powyższa analiza potwierdza, że grupa ludności w wieku poprodukcyjnym, niezależnie od sytuacji materialnej i poziomu wykształcenia osiągała w zestawieniach z ludnością młodszą wyraźnie niższe wyniki w zakresie ich aktywności turystycznej. Istotne znaczenie miał także stan zdrowia tej subpopulacji (nie był on bezpośrednio ustalany w wywiadzie, jednakże ankietowani mogli wskazać ten czynnik, jako przyczynę braku ich aktywności).

Powołując się na wcześniejsze wyniki badań autorów w tym zakresie (Grzelak-Kostulska, Hołowiecka, Michniewicz-Ankiersztajn 2010), można sądzić, że element ten miał determinujący wpływ w przypadku badanych deklarujących, że choroba całkowicie ograniczała ich aktywność, natomiast przejściowe lub częściowe ograniczenia nie miały aż tak dużego wpływu na zachowania (w podróżach turystycznych uczestniczył zbliżony odsetek obu wymienionych kategorii).

Interesujących spostrzeżeń na temat podróży seniorów dostarcza analiza częstotliwości wyjazdów różnego typu (rys. 4). Szczególną uwagę zwraca ich niewielkie zaangażowanie w wyjazdy zagraniczne (wykres C i E). W podróżach zagranicznych krótkookresowych – do trzech dni uczestniczyło zaledwie ok. 3%, w tym większość raz na kilka lat, w długookresowych – powyżej czterech dni – ok. 10% (połowa z nich rzadziej niż co roku). W porównywanych pozostałych kategoriach wiekowych wielkości te były znacznie wyższe. W wyjazdach krajowych osoby w wieku poprodukcyjnym uczestniczyły nieco częściej, przy czym większy odsetek realizował podróże krótsze. Wyjazdy do trzech dni wskazało łącznie ok. 43%, dłuższe – 37% ankietowanych.



Rys. 4. Częstotliwość wyjazdów według typów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Ponieważ wyjazd do rodziny nie zawsze kojarzony jest z podróżą turystyczną, wyróżniono odrębną kategorię dla tego typu wyjazdów. W tym wypadku seniorzy podali, że aż 85% z nich odwiedza rodzinę i znajomych mieszkających poza ich miejscem stałego zamieszkania. Z kolei 20% spośród nich robiło to tylko raz na kilka lat. Na tle porównywanych grup młodszych jest to znacznie niższy odsetek. Stwierdzone prawidłowości wydają się potwierdzać przyjętą hipotezę.

3. Czynniki ograniczające aktywność turystyczną seniorów

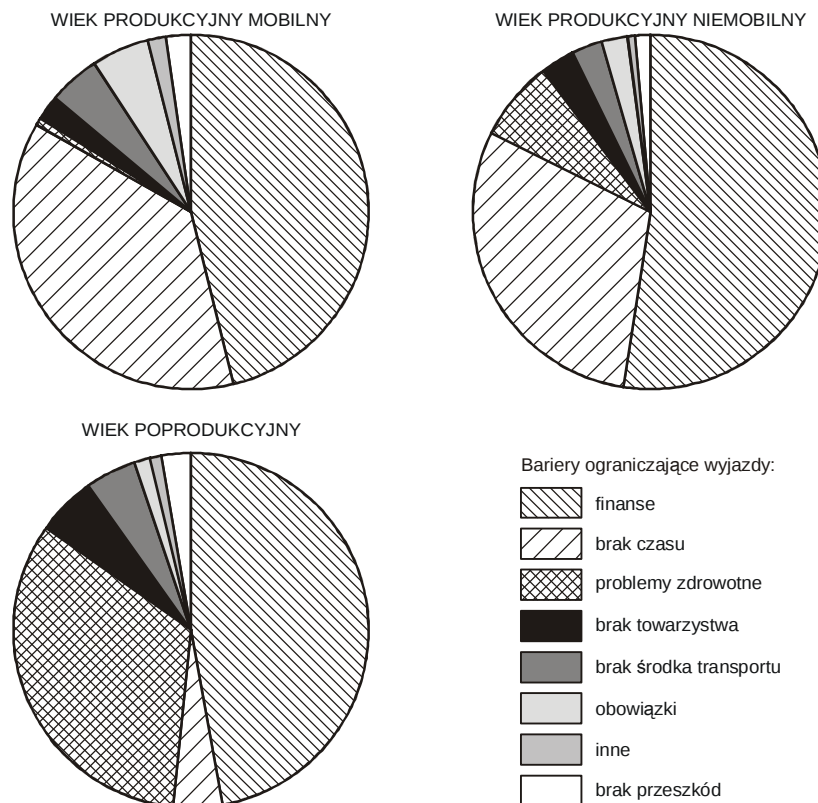
Jak wspomniano we wstępie, celem podjętego badania było nie tylko wykazanie różnicy między częstością podróżowania seniorów i osób w młodszej grupie wiekowej, ale także wytypowanie najczęściej występujących ograniczeń. W tabeli 1 umieszczono usystematyzowane odpowiedzi uży-

skane w drodze wywiadu od osób w wieku poprodukcyjnym. Zestawione odpowiedzi mają różną wagę, część z nich powtarzała się dość często, niektóre jednak występowały sporadycznie. Dlatego też konieczne było ustalenie hierarchii ważności typowanych barier. Najczęściej wymieniane odpowiedzi zestawiono na wykresach (rys. 5–6).

Tabela 1. Czynniki ograniczające aktywność turystyczną seniorów

Kategoria	Najczęściej wskazywane przyczyny ograniczeń aktywności turystycznej
F Ograniczenia fizyczne	Zły stan zdrowia (choroby przewlekłe, trudności w poruszaniu się, obawa przed pogorszeniem stanu zdrowia pod wpływem męczącej podróży, czy na skutek zmiany klimatu) Trudności związane z pokonaniem bariery odległości
E Ograniczenia natury ekonomicznej	Niski dochód, wydatki na ochronę zdrowia, leczenie, kumulowanie środków na cele postrzegane jako bardziej praktyczne, wspieranie finansowe dzieci, wnuków
S Ograniczenia o charakterze społecznym	Akceptacja tradycyjnych ról życiowych: opieka nad wnukami lub gotowość do pomocy w nagłych przypadkach Przywiązanie do stereotypów („jestem na to za stary”); Obowiązki – opieka nad chorym członkiem rodziny, praca w gospodarstwie rolnym, dbałość o ogród, zaangażowanie w pracę społeczną, praca zawodowa Trudności w posługiwaniu się nowymi technologiami Ogólna niska mobilność wynikająca z wychowania w systemie politycznym, który narzucał odgórnie ramy realizowanych podróży, nie sprzyjał realizacji podróży zagranicznych Niski poziom wykształcenia Brak wsparcia ze strony otoczenia, zarówno bliskich, jak i pomocy instytucjonalnej;
M Ograniczenia mentalne	Obawa przed znalezieniem się w nowym, nieznanym środowisku, w tym bariera językowa Pogodzenie się z ograniczeniami i postawa wycofania, mniejsza chęć poznawania świata Cechy osobowości – introwersja Doświadczenia życiowe – niska aktywność turystyczna w przeszłości Lęk przed podróżowaniem, zwłaszcza przed podróżami lotniczymi

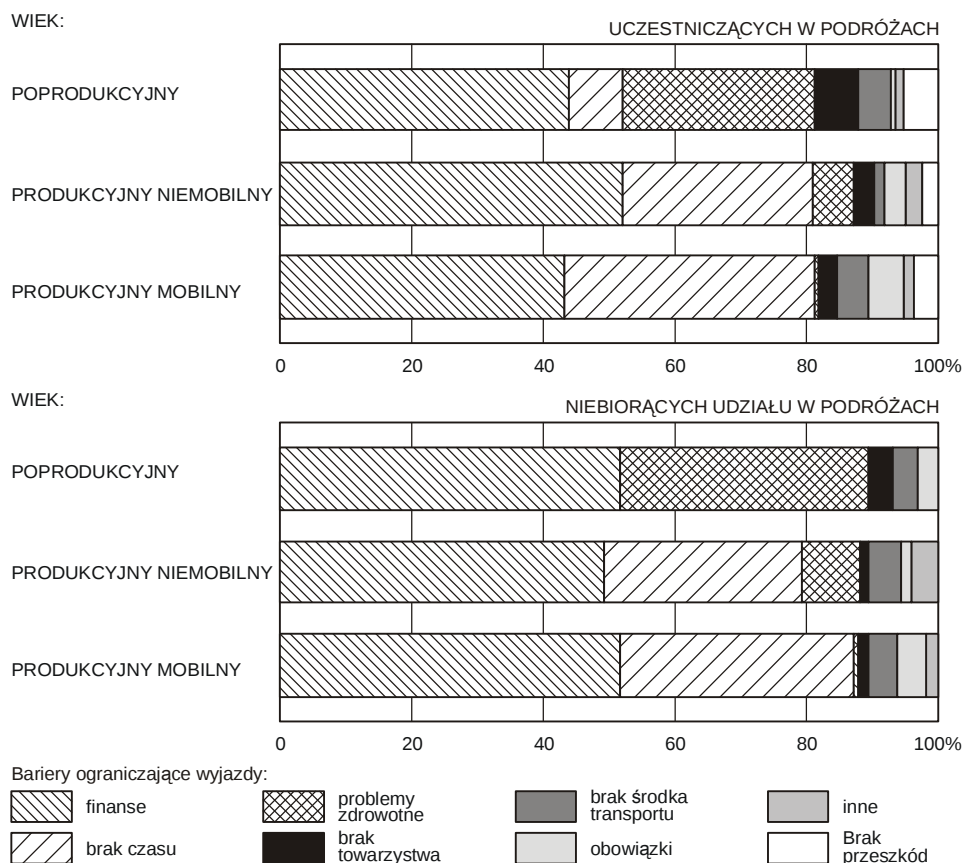
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.



Rys. 5. Bariery ograniczające wyjazdy turystyczne w opinii respondentów
 Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Niezależnie od rozważanej kategorii wiekowej najczęściej podnoszone są kwestie natury ekonomicznej. Udział tych odpowiedzi nie różni się zasadniczo w porównywanych grupach (nieco wyższy jest wśród osób w wieku produkcyjnym niemobilnym). Z kolei podawany przez młodszych respondentów problem braku czasu jest, co zrozumiale, wymieniany przez osoby starsze zdecydowanie rzadziej. W ich przypadku znaczenia nabiera kwestia ograniczeń wynikających ze złego stanu zdrowia. Pozostałe bariery wskazywało ok. 15% seniorów i po 17% osób w obu grupach wieku produkcyjnego. Dla starszych respondentów nieco częściej czynnikiem postrzeganym jako przeszkoda był też brak towarzystwa – 5% (dla pozostałych od 2% do 3%). O braku ograniczeń mówił tylko niewielki odsetek badanych, tj. 3% seniorów, 2% osób w wieku produkcyjnym mobilnym i 1% w wieku produkcyjnym niemobilnym.

Rozważając kwestię znaczenia postrzeganych ograniczeń dokonano także porównania opinii respondentów z podziałem na kategorię uczestniczących w podróżach i biernych w tym zakresie (rys. 6).



Rys. 6. Bariery ograniczające wyjazdy turystyczne w opinii respondentów:

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych

Zasadniczo uzyskane wyniki są dość zbieżne, choć wśród osób, które nie podróżują, niezależnie od wieku, nikt nie stwierdził braku przeszkód. Charakterystyczne jest również to, że w wymienionej grupie wśród seniorów znacznie częściej wskazywano na problemy zdrowotne, natomiast wśród uczestniczących w wyjazdach większym ograniczeniem był brak wolnego czasu. Uzyskany rozkład może w pewnym stopniu wynikać z kumulacji w obrębie grupy niepodróżujących, grupy starszych osób

w wieku poprodukcyjnym, cechujących się gorszym stanem zdrowia i mniej zaangażowanych w opiekę nad wnukami czy pracę zawodową.

Mimo bezsprzecznego faktu łącznego oddziaływania czynników ograniczających aktywność, należy także zwrócić uwagę na niejednoznaczność niektórych barier. I tak, np. trudności lokomocyjne mogą wynikać z braku indywidualnego środka transportu za sprawą przeszkód ekonomicznych lub mentalnych ograniczeń – nie mam samochodu, bo odczuwam lęk przed korzystaniem z niego. Jest to dodatkowa komplikacja, którą należy mieć na uwadze.

4. Podsumowanie

Reasumując analizę, należy raz jeszcze podkreślić rangę zagadnienia. Wydaje się bowiem, że uzyskane wyniki wskazują na skumulowanie w obrębie grupy seniorów wielu barier, które nie sprzyjają realizacji potrzeb turystycznych. Typowy dla tej subpopulacji brak poczucia bezpieczeństwa, niepewność, przekładają się w sferze zachowań turystycznych na większą inercję (Nowak 1995, Lawson 1999). Obok oczywistych ograniczeń biologicznych i kwestii ekonomicznych, trudnych do zredukowania, z pewnością pozostało sporo do zrobienia w innych płaszczyznach. Być może najczęściej wymieniane trudności można by łatwiej przezwyciężyć, ograniczając wpływ barier społecznych czy mentalnych.

Patrząc na problem perspektywicznie, warto zastanowić się także nad wpływem czynników aktywizujących zaangażowanie turystyczne seniorów. Jak wskazują globalne trendy, należy spodziewać się wzrostu poziomu ruchliwości tej kategorii ludności. Wynika to z jednej strony z wpływu ogólnej modernizacji społeczeństwa, co przejawia się coraz większą popularnością mody na aktywność w późnym wieku, czy renesansem organizacji, klubów i zrzeszeń skupiających seniorów. Wydaje się, że zmiany w sferze mentalnej osób starszych właśnie się dokonują.

Z drugiej strony kategoria ta jest częściej postrzegana jako obiecujący segment rynku turystycznego, za czym podążają oferty dostosowane do tej grupy konsumentów. Z pewnością pojawiają się także efekty wdrażanych programów społecznych, których adresatami są osoby starsze (coraz powszechniejsze także z racji przynoszonych przez nie innych korzyści). Istotne znaczenie dla kierunku zachodzących przemian może

też mieć aspekt demograficzny. Wkraczanie licznych roczników wieku produkcyjnego niemobilnego w wiek emerytalny odmłodzi tę kategorię, a konsekwencją tego może być większa ogólna aktywność seniorów.

W podejmowanych działaniach praktycznych w ramach turystyki społecznej na rzecz osób starszych warto z pewnością położyć akcent na wzmacnianie wymienionych pozytywnych czynników, co z pewnością może złagodzić negatywny wpływ rozważanych ograniczeń i zaowocuje korzystnymi zmianami dla społeczeństwa.

Literatura

- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, Acta Scientiarum Poloniarum, Oeconomia, 9 (4).
- Grzelak-Kostulska E., Hołowiecka B., Michniewicz-Ankiersztajn H., 2010, *Profil aktywności turystycznej seniorów*, [w:] Kałuża D., Szukalski P. (red.), *Jakość życia seniorów w XXI wieku: ku aktywności*, Wyd. Biblioteka, Łódź.
- Harwas-Napierała B., Trempała J. (red.), 2008, *Psychologia rozwoju człowieka, charakterystyka okresów życia człowieka*, t. 2, PWN, Warszawa.
- Niezgoda A., Zmyślony P., 2006, *Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. AE, Poznań.
- Nowak L., 1995, *Pozaeconomiczne determinanty zachowań nabywców*, Wyd. AE, Poznań.
- Lawson R., 1999, *Patterns of tourist expenditure and types of vacation cross the family life cycle*, [w:] Pizam A., Mansfeld Y. (red.), *Consumer behaviour in travel and tourism*, The Haworth Hospitality Press, Nowy York–London–Oksford.
- Lee E.S., 1966, *A theory of migration*, Demography, 3.
- Mokras-Grabowska J., 2010, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Straś-Romanowska M., 2008, *Późna dorosłość. Wiek starzenia się*, [w:] Harwas-Napierała B., Trempała J. (red.), *Psychologia rozwoju człowieka, charakterystyka okresów życia człowieka*, t. 2, PWN, Warszawa.
- Śledzińska J., 2010, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Śniadek J., 2007, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, Gerontologia Polska, 15 (1–2).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Aleksandra Spychała, Sylwia Graja-Zwolińska*

POZNAŃ – DESTYNACJA TURYSTYCZNA PRZYJAZNA SENIOROM?

„Ludzie nie dlatego przestają się bawić, że się starzeją,
lecz starzeją się, bo się przestają bawić”.
Mark Twain

1. Wprowadzenie

Ludzie starsi dla turystyki i rekreacji są dużym wyzwaniem – szczególnie w Polsce, ze względu na specyficzne cechy tego segmentu rynku: złożoność, zróżnicowane oczekiwania i wymagania klientów, ograniczone możliwości finansowe oraz niebywały przyrost liczebny tej grupy – statystycznie co sześć sekund ktoś na świecie staje się seniorem (Śniadek 2006).

Jak pisze J. Śniadek (2007): „Średnia wieku mieszkańca świata to aktualnie 26 lat, a spośród krajów najmłodszy jest Jemen, gdzie średnia ta wynosi 15 lat. Najstarsze jest społeczeństwo japońskie ze średnią wynoszącą 41 lat. Do 2050 roku światowa średnia wieku wzrośnie do 36 lat; najmłodszym społeczeństwem będą wówczas mieszkańcy Nigru ze średnią wynoszącą 20 lat, a najstarszym – Hiszpanie ze średnią na poziomie 55 lat”.

Ten demograficzny trend już teraz pociąga za sobą ewolucję ludzkich potrzeb i oczekiwań, głównie przeobrażenia stylu opieki nad ludźmi starszymi, przede wszystkim znacznie zdrowszymi niż ich rówieśnicy kilka-

* Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Zakład Agroturystyki, 61-693 Poznań, ul. Witosa 45, e-mail: spychala.a@wp.pl, sgraja@wp.pl.

dziesiąt lat temu, którzy staną się niebawem dominującą grupą w niektórych społeczeństwach – zwłaszcza tych rozwiniętych.

W języku angielskim pojawił się nawet nowy termin – *age-friendly* (Lovely, Buffum 2007) – robiący furorę w zasadzie w każdej dziedzinie życia, gdyż grupa seniorów dysponuje niejednokrotnie największą pulą wolnych środków pieniężnych i czasu wolnego, a przez to staje się pożądanym klientem, zwłaszcza na rynku turystycznym¹.

Polski rozwój turystyki „srebrnych głów” jest opóźniony w stosunku do europejskiego o ok. 20 lat, a i tak osoby po 50 roku życia stanowiły w 2009 r. mniej więcej 25% turystów zagranicznych (Borowik 2010). Na przykład w biurze turystycznym Neckermann seniorzy stanowili 10% klientów². Dlatego też touroperatorzy przygotowują coraz atrakcyjniejsze oferty, prześcigając się w oryginalnych pomysłach, mogących skusić turystów-seniorów (np. darmowe ubezpieczenie, opieka medyczna na miejscu). Coraz częściej elementem obowiązkowym staje się nie tylko obecność specjalnych ofert, ale nawet osobna, przeznaczona tylko dla seniorów, zakładka na stronach www (np. Travel Team z Poznania czy ogólnopolskie TravelHoliday.pl). Oczywiście istnieją też już przedsiębiorstwa zajmujące się organizacją wypraw tylko dla turystów starszych, np. Biuro Podróży dla Osób Starszych i Niepełnosprawnych³.

Wspomniano już, iż polscy seniorzy dopiero zbliżają się do poziomu aktywności turystycznej swoich europejskich rówieśników, o czym świadczyć chociażby założenia europejskiego programu Calypso mającego aktywizować turystycznie seniorów. Otóż polscy ewentualni uczestnicy zostali zaliczeni w poczet obywateli krajów najmniej rozwiniętych pod względem liczby wyjazdów osób starszych, wraz ze Słowakami, Węgrami i Czechami – dofinansowanie na osobę wynosi aż 150 euro. Trzeba zauważyć, że niektóre państwa zostały zupełnie wyłączone z tej oferty⁴. Jednak niedościgłym wzorcem dla organizatorów turystyki „srebrnych głów” jest amerykańska instytucja *non-profit* Elderhostel, istniejąca od

¹ <http://www.finance.senior.pl/98,0,Emeryt-8211-wazny-konsument,3751.html> (12.09.2011).

² http://m.wyborcza.biz/biznes/1,106501,10294383,Seniorze__jedz_na_urlop_na_gro_sze_Hiszpania_i_Cypr.html (15.09.2011).

³ www.accessibletour.pl.

⁴ <http://dziennikturystyczny.pl/2010/03/hiszpania-doplaca-do-polskich-seniorow/> (07.10.2011).

1975 r.! Organizuje turystykę edukacyjną nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale w zasadzie na całym świecie, obejmując swoim programem aż 150 krajów, które odwiedziło do tej pory ponad 5 mln osób w wieku powyżej 55 lat (Mills 1993). Te edukacyjne programy w liczbie ponad 7100 (Mills 1993) pozwalają poznawać mieszkańców odwiedzanych krajów, ich kulturę, środowisko przyrodnicze i historię, a jednocześnie rozwijać przyjaźnie i poczucie wspólnoty. Wszystko to oferowane jest w bardzo przystępnych cenach, gdyż noclegi udzielane są w tanich hotelach. W zależności od miejsca opłaty wynoszą od 500 do 1000 dolarów wraz z dodatkowymi wycieczkami, wyżywieniem i noclegami. Dojazd odbywa się najczęściej na własną rękę i koszt⁵.

Dlaczego aktywność turystyczna seniorów jest tak ważna, przede wszystkim jednak z punktu widzenia całego społeczeństwa? Otóż polscy seniorzy w okresie tzw. późnej dorosłości, jak eufemistycznie nazywa się starość, mają bardzo niski poziom samoakceptacji i zaspokajania swoich potrzeb przez instytucje państwowe i społeczne (Brzezińska, Stolarska, Zielińska 2001). Natomiast turystyka i szerzej rekreacja wpływają nie tylko na dobrostan fizyczny, ale i na samopoczucie, a co najważniejsze – rozwijają społecznie (Mazur 1997).

Podsumowując te rozważania, można stwierdzić, iż systematyczny udział osób w podeszłym wieku w różnych formach aktywności ruchowej nie zatrzyma procesu starzenia się, ale na pewno go spowolni (Szwarc, Wolańska, Łobożewicz 1988).

W niniejszym opracowaniu autorki chciały znaleźć odpowiedź na pytanie, czy jedno z największych polskich miast – Poznań – może stać się ciekawą, a co ważniejsze – przyjazną destynacją dla odwiedzających go seniorów, ale i mieszkańców? Polskich emerytów jeszcze nie stać w większości przypadków na wyjazdy zagraniczne – i odnosi się to zarówno do ich sytuacji materialnej, jak i psychicznej.

⁵ <http://www.dziennik.com/publicystyka/artukul/road-scholar-czyli-turystyka-dla-seniorow> (12.09.2011).

2. Komunikacja zewnętrzna, czyli dojazd do Poznania środkami komunikacji publicznej

Wielu turystów, uwzględniając koszty podróży oraz trudności w przemieszczaniu się po mieście własnym samochodem (zwłaszcza w dobie intensywnych przygotowań do Euro 2012), decyduje się na skorzystanie ze środków komunikacji publicznej. Stolica Wielkopolski, będąca ważnym węzłem komunikacyjnym zarówno w transporcie osobowym, jak i towarowym, jest łatwo dostępna dla gości korzystających z połączeń kolejowych oraz autobusowych (potwierdzają to dane zawarte w tabelach 1 i 2).

Tabela 1. Częstotliwość połączeń kolejowych wybranych polskich miast z Poznaniem (uwzględniono wszystkich przewoźników)

Cechy Wybrane miasta	Liczba bezpośrednich połączeń w dzień roboczy	Liczba bezpośrednich połączeń w weekend
Gdańsk	6	6
Kraków	11	11
Szczecin	16	15
Warszawa	18	15
Wrocław	23	23

Źródło: www.rozklad-pkp.pl (7.09.2011).

Tabela 2. Zniżki dla seniorów w komunikacji kolejowej

Osoby uprawnione	Rodzaj ulgi
Emeryci	37% (TLK, EIC, EC) – tylko w 2 klasie
Osoby, które ukończyły 60 lat	Karta Seniora
Bez ograniczeń wiekowych	tzew. bilet weekendowy, podróżnika

Źródło: www.intercity.pl, www.pkp.pl (06.09.2011).

Emeryci mogą nabyć również bilet z upustem 37%, bądź skorzystać z okresowych promocji przewoźników kolejowych (np. bilet weekendowy czy podróżnika).

Warto dodać, iż turyści seniorzy korzystający z kolei mogą wybrać różne warianty tańszego podróżowania, w zależności od częstotliwości przemieszczania się po Polsce (tab. 2). Największą ulgę (50% przy kup-

nie biletów w ciągu roku) proponuje Karta Seniora. Skierowana jest ona do osób często podróżujących powyżej 60 roku życia. Chcąc korzystać ze zniżki trzeba wykupić wspomnianą kartę za kwotę 150 zł.

Istnieje również możliwość dotarcia do Poznania z Warszawy samolotem – jedno regularne połączenie każdego dnia oraz kilka przypadających w różne dni tygodnia⁶.

Przytoczone dane potwierdzają łatwą zewnętrzną dostępność komunikacyjną stolicy Wielkopolski dla seniorów. Celem artykułu nie było wykazanie różnic między poszczególnymi miastami w tym względzie, a jedynie ukazanie dobrej dostępności zewnętrznej Poznania. Dobre skomunikowanie kolejowe i autobusowe z różnymi miastami Polski zachęcają do rezygnacji z podróżowania własnym autem na rzecz transportu publicznego.

3. Komunikacja miejska

W przypadku wyjazdów turystycznych niewielkich grup niezwykle rolę w organizacji zwiedzania odgrywa komunikacja miejska. Sprawnie funkcjonująca, z odpowiednim systemem informacji zapewnia turystom swobodne przemieszczanie się po mieście, bez konieczności poszukiwania miejsc parkingowych i płacenia za nie, co występuje w przypadku podróżowania własnym samochodem.

Dla wielu osób przesiadających się z auta do autobusu czy tramwaju ważnym argumentem są koszty transportu, zwłaszcza w kontekście rosnących cen paliw. Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne oferuje system zniżek zbliżony do przewoźników z innych miast. Na 50% ulgi mogą liczyć emeryci, a na darmowe przejazdy seniorzy powyżej 70 roku życia (tab. 3).

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż komunikacja miejska w Poznaniu wyróżnia się na tle innych miast wysokim udziałem taboru niskowejściowego i niskopodłogowego, co ma niebagatelne znaczenie szczególnie w podróżowaniu seniorów i osób niepełnosprawnych. Wszystkie autobusy są w całości lub w znacznej części niskopodłogowe, a w pełni

⁶ www.airport-poznan.com.pl (8.09.2011).

przystosowanych w tym względzie jest 25 tramwajów. W związku z organizacją EURO 2012 zakupiono kolejne 45 tego typu pojazdów.

Tabela 3. Uprawnienia do zwolnień i ulg w opłatach za przejazdy lokalnym transportem zbiorowym

Osoby uprawnione	Rodzaj ulgi
Emeryci	zniżka 50%
Osoby, które ukończyły 70 lat	zniżka 100% (przejazdy bezpłatne)

Źródło: www.ztm.poznan.pl (06.09.2011).

Istotnym ułatwieniem dla seniorów w komunikacji autobusowej są wyraźne i czytelne z daleka tablice elektroniczne, znajdujące się na czole pojazdu, wskazujące numer linii i przystanek końcowy. Niestety nieco gorszej jakości są analogiczne tablice w tramwajach.

Mniejszą dostępnością dla wzroku seniora charakteryzują się rozkłady jazdy oraz instrukcje umieszczane na przystankach.

Dodatkowym atutem są linie turystyczne obsługiwane przez historyczny już tabor (m.in. popularny „ogórek”), które umożliwiają zobaczenie wielu obiektów zarówno w dzień, jak i w nocy za niewielką kwotą (3–4 zł).

W chwili obecnej, w związku z przygotowaniami do EURO 2012, mankamentem w przypadku przemieszczania się środkami komunikacji publicznej jest znaczna ilość remontów i zmiany tras, co może dezorientować turystów, niezależnie od wieku. W takiej sytuacji, planując zwiedzanie Poznania za pośrednictwem komunikacji publicznej, wręcz konieczne jest wcześniejsze zapoznanie się z informacjami zawartymi na stronie internetowej przewoźnika.

4. Baza noclegowa

Statystyki dotyczące obłożenia hoteli w Europie wskazują, że coraz większą grupę gości obiektów noclegowych stanowią osoby starsze. Tego typu goście szukają hoteli, w których mogliby zostać na dłużej, skorzystać z bogatej oferty rekreacyjnej, ale przede wszystkim czuć się komfortowo w pokojach i łazienkach (Błądek 2003).

W centrum Poznania znajduje się wiele obiektów noclegowych, z wyraźną jednak dominacją hoteli o standardzie począwszy od trzygwiazd-

kowych wzwyż. Autorki opracowania, zainteresowane rosnącą w siłę turystyką „srebrnych głów”, postanowiły zweryfikować nastawienie wybranych poznańskich hoteli do obsługi ośmioosobowej grupy starszych turystów (w przedziale wiekowym 65–80 lat) w konkretnym wrześniowym terminie, obejmującym weekend i jeden dzień roboczy.

Weryfikacji poddano wszystkie obiekty usytuowane w centrum miasta, znajdujące się w pobliżu głównych atrakcji turystycznych i niezbędnych elementów infrastruktury – komunikacyjnej i gastronomicznej. Z analizy wykluczono coraz dynamiczniej rozwijające się w centrum Poznania hostele, gdyż ze względu na swoją specyfikę położenia (np. ostatnie piętra kamienicy, brak windy), jak i wyposażenia (m.in. piętrowe łóżka, wspólna łazienka) nie stanowią dogodnej bazy noclegowej dla przeciętnego turysty seniora.

Żaden z 10 hoteli, którym rozesłano zapytanie ofertowe, nie zaproponował obniżki ceny doby hotelowej ze względu na specyfikę grupy. Brak zainteresowania tłumaczyć należy zbyt małą liczebnością grupy oraz faktem rozpoczynającego się we wrześniu okresu targowego (trwającego praktycznie do czerwca). Najtańsza nadesłana oferta opiewała na kwotę 263 zł (za pokój dwuosobowy) w trzygwiazdkowym hotelu, a najdroższa w hotelu czterogwiazdkowym – ponad 600 zł. Rozpatrując uzyskane informacje trudno mówić o dostępności tego rodzaju bazy noclegowej dla „srebrnych głów”.

Warto w tym miejscu dodać, iż dla przykładu jeden z krakowskich hoteli trzygwiazdkowych proponuje seniorom powyżej 50 roku życia 15% zniżkę na nocleg i posiłki w hotelowej restauracji⁷.

Przeprowadzony sondaż niestety nie dostarcza dowodów wskazujących na otwarcie się Poznania na turystów-seniorów, chcących spędzić w stolicy Wielkopolski kilka dni. Potwierdza to również fakt, iż żaden z analizowanych hoteli nie promował się na portalu dla seniorów.

Najlepszą alternatywą dla rodzimych podróżujących „srebrnych głów” (i nie tylko...) wydaje się być poznawanie miasta w trakcie weekendu pod hasłem *Poznań za pół ceny*. Dzięki tej szczególnej kampanii, organizowanej w bieżącym roku już po raz czwarty, można pozwolić sobie na nocleg i wyżywienie w renomowanych obiektach, a także na inne oferty rekreacyjne i kulturowe, za zdecydowanie przystępniejszą kwotę, a nie-

⁷ www.hotel-logos.pl (5.09.2011).

kiedy nawet za darmo (np. *Weekend forteczny*) (Mazurczak, Olszewski, Zmyślony 2008). Choć być może dla niektórych starszych osób taka opcja będzie mniej atrakcyjna ze względu na rosnącą popularność wspomnianej akcji, czego konsekwencją jest większa liczba gości.

5. Baza gastronomiczna

Poznańska Starówka i jej najbliższe otoczenie obfituje w lokale gastronomiczne, oferujące różnego typu potrawy, klimat i... ceny. Analizując ich oferty pod kątem dostępności dla turysty seniora, nie spotyka się w tym względzie szczególnych wyróżnień, jak np. w przypadku komunikacji. Zwiedzający Poznań, uważnie wydający każdą złotówkę (mimo że podczas wyjazdów zmieniają się jednak zachowania na rynku i rośnie skłonność do konsumpcji, to w przypadku seniorów ta zasada nie zaznacza się tak, jak w przypadku młodszych turystów), mogą wziąć pod uwagę opcje typu *biznes lunch*, *happy hours*, specjalne propozycje weekendowe (głównie w gastronomii hotelowej) bądź skorzystać z występujących w centrum barów mlecznych.

Należy dodać, iż poznańscy gestorzy bazy gastronomicznej nie poszli jeszcze śladem swoich kolegów z Warszawy, Przemyśla czy Elbląga, którzy włączyli się w projekt pod hasłem „Kawa dla seniora”, oferując starszym mieszkańcom kawę bądź herbatę i niekiedy coś słodkiego za symboliczną kwotę, nie uszczuplającą budżetu starszej osoby.

Być może jesteśmy jednak świadkami historycznego otwarcia na ten specyficzny segment klientów – w październiku 2011 r. rusza mianowicie akcja pt. „Senior w kawiarni”, organizowana przez poznańską „Fundację dla seniora”. Głównym celem pomysłodawców jest wyciągnięcie ludzi starszych z domów, w których to spędzają aż 3/4 swojego czasu wolnego. Przedsięwzięcie polegać będzie na rozdaniu seniorom kuponów, za które w wybranych kawiarniach za symboliczną złotówkę będzie można napić się kawy (Koziołek 2011). Oczywiście jest to oferta skierowana do mieszkańców, ale być może właściciele obiektów gastronomicznych dzięki tej akcji zaczną postrzegać osoby starsze jako pełnowartościowych klientów, których należy zachęcić – w różny sposób – do korzystania z takich lokali.

Tego typu inicjatywa niesie ze sobą również inną ważną korzyść – ma

bowiem zachęcić do aktywnego wypoczynku poza miejscem codziennego zamieszkania.

6. Baza towarzysząca

Baza towarzysząca miasta Poznania jest niezwykle bogata i zróżnicowana. Pozwala na ciekawe zagospodarowanie czasu wolnego, w zależności od preferencji i upodobań, wieku oraz kondycji fizycznej.

Jednocześnie warto zwrócić uwagę, iż oferta placówek należących do tej formy infrastruktury turystycznej wyróżnia się szczególną otwartością na seniorów (tab. 4). W wielu miejscach koszt biletów kształtuje się na poziomie zaledwie kilku złotych, a wysokość zniżki waha się od 10 do 50%.

Tabela 4. Ceny biletów oraz wysokość zniżki dla seniorów w wybranych obiektach bazy towarzyszącej

Obiekt	Cena biletu dla seniora (w zł)	Zniżka w %
Muzea		
Muzeum Archeologiczne (Pałac Górków)	4,00	50,0
Galeria Malarstwa i Rzeźby, Muzeum Narodowe	8,00	33,3
Muzeum Etnograficzne, Oddział Muzeum Narodowego	5,00	28,6
Muzeum Historii Miasta Poznania, Oddział Muzeum Narodowego	5,00	28,6
Muzeum Instrumentów Muzycznych, Oddział Muzeum Narodowego	3,50	36,4
Muzeum Sztuk Użytkowych, Oddział Muzeum Narodowego	5,00	28,6
Wielkopolskie Muzeum Wojskowe, Oddział Muzeum Narodowego	5,00	28,6
Wielkopolskie Muzeum Walk Niepodległościowych w Poznaniu	2,00	50,0
Muzeum Literackie Henryka Sienkiewicza, Oddział Biblioteki Raczyńskich	2,00	33,3
Muzeum Motoryzacji Automobilklubu Wielkopolski	3,50	12,5
Salon Muzyczny Feliksa Nowowiejskiego	4,00	20,0
Muzeum Komunikacji Miejskiej MPK Poznań	1,50	25,4

Teatry		
Teatr Muzyczny	35,00–43,00	10,4
Teatr Wielki	18,00–40,00	12,5–20
Teatr Nowy	25,00–30,00	22,2–44,4
Teatr Polski	20,00–40,00	20,0
Kina		
Cinema City	15,00–22,00	27,9
Multikino	13,00–21,00	34,8
Kinopolis	15,00–21,00	34,8
Apollo	15,00	16,7
Muza	15,00	16,7
Rialto	13,00	23,5
Inne		
Filharmonia Poznańska	15,00–50,00	12,5–25,0
Palmiarnia	5,00	28,6
Ogród Zoologiczny	8,00–10,00	46,7–50,0
Centrum Wycieczkowe Kompanii Piwowarskiej	6,00	50,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji uzyskanych ze stron internetowych przedstawionych obiektów.

Warto tu przede wszystkim wspomnieć o przedsięwzięciach kinowych. Przykładowo, kino studyjne Rialto prowadzi Filmowy Klub Seniora, w ramach którego co tydzień odbywają się pokazy oraz spotkania poproekcyjne przy filiżance kawy. Jednorazowe spotkanie to koszt 10 zł, można również nabyć karnet na trzy pokazy w cenie 24 zł. Z kolei kino Muza organizuje sobotnie „Poranki rodzinne”, w ramach których dziecko wraz z dziadkami może uczestniczyć w ok. 50-minutowym pokazie „kultowych” bajek oraz warsztatach artystycznych w cenie 10 zł za osobę.

Jak widać z załączonej tabeli 4 seniorzy mają możliwość skorzystania z bogatej oferty kulturalnej miasta, rozrywki, jak i różnych form aktywnego wypoczynku. Niestety brak stosownych porównywalnych danych ze wskazanych obiektów uniemożliwia określenie odsetka osób starszych faktycznie uczestniczących z tego typu propozycji.

7. Oferta rekreacyjna

Na terenie Poznania działa wiele ośrodków rekreacyjnych oferujących bogaty wachlarz usług. Zajęcia i sekcje ruchowe prowadzą wszystkie uniwersytety trzeciego wieku oraz działające lokalnie Kluby Seniora i Dienne Domy Pomocy Społecznej, a także organizacje pozarządowe⁸. Zniżki dla seniorów sięgają 30%.

Przykładowo, Wielkopolskie Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej organizuje specjalne zajęcia gimnastyczne i na siłowni, jogę, *bowling*, tenis stołowy. Z kolei jeden z poznańskich klubów fitnessu przygotował miesięczny karnet Senior 55+, w ramach którego można codziennie do godziny 15.00 skorzystać z siłowni. Jedna z poznańskich pływalni oferuje zaś zajęcia FIT 50+, czyli do wyboru: gimnastyka przy muzyce na sali bądź basenie lub *nordic walking*. W Poznaniu senior powyżej 60 roku życia może także skorzystać ze specjalnie przygotowanej oferty aż na dwóch kortach tenisowych od poniedziałku do piątku w godzinach od 6.00 i 11.00 do 15.00.

Poznańscy seniorzy to także zapaleni tancerze – przy jednej ze szkół tańca działa Klub Miłośników Tańca dla Dorosłych i Seniorów, w którym pasjonaci spotykają się na nauce tańca raz albo dwa w tygodniu.

Bardzo wiele inicjatyw uruchamianych jest na okres wakacji; jedną z nader popularnych i bezpłatnych akcji w lipcu i sierpniu 2011 r. było przedsięwzięcie pt. „Ruszał śmiało swoje ciało! Joga na Cytadeli”.

W 2010 r. otwarto też w Poznaniu place rekreacji dla seniorów. Znajdują się one m.in. na terenie Żurawica, przy parku przy os. Bolesława Chrobrego, w parku im. J. Kasprowicza oraz na os. Czecha. Na placach tych znajdują się rozmaite przyrządy gimnastyczne (m.in.: wioślacz, prasa nożna, twister i wahadło), na których seniorzy mogą bezpłatnie ćwiczyć⁹. Rady następnych osiedli planują już tworzenie kolejnych takich placów na terenie całego miasta.

⁸ <http://www.centrumis.pl/ofertarekreacyjna.html> (11.09.2011).

⁹ <http://www.intersenior.pl/index.php?det=777> (13.09.2011).

8. Podsumowanie

Analizując poszczególne komponenty infrastruktury turystycznej pod kątem przystosowania do obsługi seniorów, można wyciągnąć następujące wnioski:

1. Największą otwartością na starszych turystów, oferując bogaty system zniżek i udogodnień, charakteryzuje się transport publiczny (w ramach komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej) oraz baza towarzysząca Poznania.

2. Najmniej otwarta na potrzeby turysty seniora jest baza hotelowa zlokalizowana w centrum miasta, brakuje bowiem specjalnej oferty dla tej grupy. Wynika to z nastawienia na turystów biznesowych, z dużym udziałem gości zagranicznych. Koncentracja imprez targowych niweluje zjawisko sezonowości, a zarazem zmniejsza potrzebę walki o inne segmenty klientów.

3. W odniesieniu do bazy gastronomicznej można mówić o pewnego rodzaju obojętności w stosunku do turysty seniora. Jest on traktowany jak każdy inny gość, co może być konsekwencją masowego ruchu odwiedzających w punktach żywieniowych położonych w pobliżu głównych atrakcji miasta.

Na tle przedstawionych konkluzji rysuje się wizerunek Poznania jako miasta raczej przyjaznego turystom – seniorom; jednak by pokusić się o konkretne wnioski, należałoby przeprowadzić szczegółowe badania, zwłaszcza włączając w to inne polskie miasta.

Według H. Borne (2001), to właśnie niski poziom zamożności seniorów był głównym powodem ich nieuczestniczenia w ruchu turystycznym – stwierdziło tak ok. 50% respondentów. Autorki artykułu sądzą, że ta konstatacja jest nadal aktualna. Podczas przeprowadzonych przez H. Borne badań emeryci podawali też inne przyczyny pozostawania w domu, m.in.: choroba, podeszły wiek, brak ochoty, brak możliwości pozostawienia domu i rodziny bez opieki. Te czynniki sprawcze można jednak zlikwidować, konstruując choćby odpowiednią ofertę, a przede wszystkim – zmieniając mentalność seniora...

Takim właśnie pozytywnym przykładem dbałości o rozwój społeczności senioralnych jest działające w Poznaniu Centrum Inicjatyw Senioralnych (powołane uchwałą Rady Miasta Poznania z 8 grudnia 2009 r.), pomagające tej grupie społecznej w podniesieniu jakości życia, twórczej

i towarzyskiej aktywizacji oraz we włączaniu starszych osób w życie miasta.

Instytucja ta organizuje wiele imprez, np. „Aktywni 50+”, pierwsze targi senioralne w Polsce, czy też „Senioralia” – wydarzenie o charakterze kulturalno-edukacyjnym, skierowane do mieszkańców Poznania i okolic, odpowiednik studenckich „Juwenaliów”, łącznie z symbolicznym przekazaniem kluczy do miasta seniorom przez prezydenta Ryszarda Grobelnego. Najważniejszym elementem tego wydarzenia ma być inauguracja akcji „Miejsca przyjazne seniorom”, czyli promocja miejsc działających na terenie Poznania, odpowiadających na potrzeby starszych mieszkańców poprzez oferowanie atrakcyjnych produktów i usług, stosowanie zniżek czy dostosowanie swojej architektury¹⁰.

Jeszcze wcześniej, bo uchwałą Rady Miasta Poznania nr XXIV/228/V/2007 z 25 października 2007 r., powołano Miejską Radę Seniorów, czyli 15-osobowy organ doradczy, opiniotwórczy i inicjatywny w strukturze władz miejskich, wybierany na czas trwania kadencji Rady Miasta Poznania. Inicjatywy władz lokalnych zostały zauważone na szczeblu ogólnopolskim – otrzymały wyróżnienie i tytuł „Samorządu przyjaznego seniorom”.

Przedstawiając powyższe idee, przede wszystkim te dotyczące aktywności turystycznej, autorki mają nadzieję, że coraz większej liczbie polskich seniorów dane będzie przejść tzw. pomyślnie starzenie się (*successful ageing*), czyli utrzymanie na jak najwyższym poziomie tężyzny fizycznej, pogody ducha w doborowym towarzystwie, co zapewni osobom starszym czynne uczestnictwo w życiu społecznym, bez dyskryminacji ze względu na wiek, a tym samym pozwoli na czerpanie radości z dobrej jakości niezależnego życia (Kozdroń 2004).

Literatura

- Błądek Z., 2003, *Hotele bez barier – przystosowanie dla potrzeb osób niepełnosprawnych*, Albus, Poznań.
- Borne H., 2001, *Aktywność turystyczna emerytów i rencistów w 2000 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Borowik M., 2010, *Seniorzy częstymi klientami biur podróży*, TTG Polska, 8.

¹⁰ <http://www.centrumis.pl/o-centrum.html> (13.09.2011).

- Brzezińska A., Stolarska M., Zielińska J., 2001, *Poczucie jakości życia w okresie dorosłości*, [w:] Appelt K., Wojciechowska J. (red.), *Zadania i role społeczne w okresie dorosłości*, Wyd. Fundacji Humaniora, Poznań.
- Kisiel B., 2010, *Wnuczek w piaskownicy, a babcia ćwiczy na „wioślarzu”*, Głos Wielkopolski, 220.
- Kozdroń E., 2004, *Program rekreacji ruchowej osób starszych*, AWF, Warszawa.
- Koziołek K., 2011, „Fundacja dla seniora” czyli kawa za złotówkę, Głos Wielkopolski, 207.
- Lovely S., Buffum A.G., 2007, *Generations at school: Building an age-friendly learning community*, Corwin Press, Thousand Oaks.
- Mazur M., 1997, *Turystyka a dobrostan zdrowia człowieka*, Folia Turistica, 7.
- Mazurczak J., Olszewski M., Zmyślony P., 2008, *Poznań za pół ceny: przykład promocji sprzedaży produktu turystycznego miasta*, [w:] Florek M., Janiszewska K. (red.), *Marketing terytorialny. Studia przypadków*, Wyd. AE, Poznań.
- Mills E.S., 1993, *The story of Elderhostel*, University Press of New England, Hanover.
- Szwarc H., Wolańska T., Łobożewicz T., 1988, *Rekreacja i turystyka ludzi w starszym wieku*, IWZZ, Warszawa.
- Śniadek J., 2006, *Age of seniors – a challenge for tourism and leisure industry*, Studies in Physical Culture and Tourism, 13, Supplement.
- Śniadek J., 2007, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, Gerontologia Polska, 15 (1–2).

Strony internetowe

- http://m.wyborcza.biz/biznes/1,106501,10294383,Seniorze__jedz_na_urlop_za_grosze__Hiszpania_i_Cypr.html (15.09.2011).
- <http://www.airport-poznan.com.pl> (08.09.2011).
- <http://www.centrumis.pl/o-centrum.html> (13.09.2011).
- <http://www.centrumis.pl/ofertarekreacyjna.html> (12.09.2011).
- <http://www.dziennik.com/publicystyka/artykul/road-scholar-czyli-turystyka-dla-seniorow> (13.09.2011).
- <http://www.finance.senior.pl> (12.09.2011).
- <http://www.hotel-logos.pl> (05.09.2011).
- <http://www.intercity.pl> (06.09.2011).
- <http://www.intersenior.pl> (13.09.2011).
- <http://www.pkp.pl> (06.09.2011).
- <http://www.rozklad-pkp.pl> (07.09.2011).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Jakub Grabowski*

EUROPE SENIOR TOURISM – TURYSTYKA SPOŁECZNA CZY TURYSTYKA GRUPY SPOŁECZNEJ?

1. Wprowadzenie

Współczesne społeczeństwa, zwłaszcza w krajach wysoko rozwiniętych, stoją obecnie przed faktem zachodzenia niepokojących przemian demograficznych polegających na starzeniu się społeczeństw. Jest ono efektem szeroko rozumianego postępu medycznego, rosnącej świadomości prozdrowotnych zachowań, ale również zmian społeczno-kulturowych w zakresie planowania rodziny. Taki stan rzeczy będzie miał w przyszłości swoje ekonomiczne i społeczne konsekwencje, obecnie jednak rosnąca liczba seniorów stanowi dla specjalistów od marketingu powiększający się segment rynkowy. Pozostaje oczywiście rzeczą w pewnym sensie problematyczną określenie, kim jest senior. Zmiany we współczesnym stylu życia powodują bowiem, że proces starzenia się, zarówno w sensie mentalnym, jak i fizycznym, nie postępuje tak szybko jak niegdyś. Skutkiem tego jest pewna dowolność w wyznaczaniu cezur wiekowej. I tak seniorem można być w wieku 55 lat dla pomysłodawców programu Europe Senior Tourism, w wieku 60 lub 65 lat uwzględniając aspekty prawno-ekonomiczne (przyjęty w Polsce wiek przejścia na emeryturę odpowiednio: kobiet i mężczyzn) lub też – jak przyjęto w literaturze marketingowej – w wieku 60 lat (Śniadek 2007).

* Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, 93-192 Łódź, ul. Senatorska 11, e-mail: jakub.grabowski@wsth.edu.pl.

Tak czy inaczej, wyznaczając cezurę wiekową, pisząc o seniorach, należy pamiętać o specyficznych uwarunkowaniach ich preferencji nabywczych. Rynek seniorski jest bowiem specyficznie determinowany takimi wydarzeniami, jak: moment wyprowadzenia się dzieci, zostanie dziadkiem lub babcią czy śmierć współmałżonka. Rynek ten wyróżnia się przy tym szybko rosnącymi rozmiarami, zwiększającym się udziałem kobiet (m.in. z przyczyn biologicznych) czy silną heterogenicznością wynikającą z różnorodności doświadczeń życiowych (por. Śniadek 2007). Seniorzy, choć statystycznie uchodzą za mniej zamożnych, dysponują do tego względnie stałymi dochodami, ich potrzeby zaś coraz częściej wykraczają poza zakup farmaceutyków i dotyczą sfery zagospodarowania czasu wolnego, gdzie turystyka odgrywa ważną rolę. Te właśnie potrzeby zostały dostrzeżone przez branżę turystyczną, czego efektem jest między innymi skierowany do osób w wieku 55+ hiszpański program Europe Senior Tourism.

2. Program Europe Senior Tourism w kontekście założeń turystyki społecznej

Świadomość ograniczeń uczestnictwa różnych grup społecznych w turystyce, będącej efektem ich niekorzystnej sytuacji życiowej (np. w wymiarze finansowym), nie jest wynalazkiem czasów współczesnych. Dość wspomnieć, że w samej tylko Polsce już od wczesnych lat powojennych podejmowano działania, zarówno systemowe, jak i polegające na wsparciu finansowym, które doprowadziły do znaczącego wzrostu udziału Polaków w turystyce. Działalność Funduszu Wczasów Pracowniczych czy szerokie wsparcie organizacyjne i finansowe wychodzące z działających w zakładach pracy działów socjalnych było skutecznym narzędziem stymulowania uczestnictwa w turystyce.

Obecnie na skutek wspomnianych we wstępie tendencji demograficznych i społecznych, na powrót zaczęto dostrzegać potrzebę podjęcia działań przeciwdziałających tej formie wykluczenia społecznego, jakim jest niemożność uczestnictwa w turystyce. Na poziomie europejskim takim narzędziem upowszechniania idei turystyki społecznej jest projekt Calypso. Jego celem – oprócz upowszechniania dobrych praktyk oraz określania trudności dotyczących podróży turystycznych osób należą-

cych do czterech grup docelowych (dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych oraz ich opiekunów, rodzin w trudnej sytuacji życiowej, osób starszych, por. Śledzińska 2010) – jest również zaproponowanie mechanizmów, które umożliwiłyby wspomnianym osobom podróżowanie poza sezonem turystycznym do innych krajów w ramach odpowiednio przystosowanych programów i ofert (Górska 2010). Dzięki takim programom idea turystyka społecznej zaczyna ponownie zataczać coraz szersze kręgi znajdując uznanie i naśladowców w coraz to nowych grupach podmiotów.

Próbując zrozumieć istotę turystyki społecznej, należy przy tym uwzględnić dwa podejścia do jej określania. Pierwsze z nich (wąskie) definiuje turystykę społeczną głównie poprzez specyfikę jej uczestników, których sytuacja życiowa (finansowa, niepełnosprawność, wiek) całkowicie lub częściowo uniemożliwia uczestnictwo w turystyce. Celem likwidacji barier dostępu do turystyki określone podmioty (państwo, samorządy, instytucje i in.) podejmują działania ułatwiające zainteresowanym osobom realizację aktywności turystycznej. Wsparcie może przybierać formę dotowania podróży turystycznych i/lub pomocy w organizacji pobytów. Efektem udziału w tak organizowanych lub wspieranych podróżach turystycznych powinno być osiągnięcie ważnych z punktu widzenia ich uczestników celów społecznych (Włodarczyk 2010).

W szerokim ujęciu rozumienie turystyki społecznej, obok kwestii związanych z koniecznością likwidacji barier udziału w turystyce określonych grup społecznych, uwzględnia się również efekty, jakie na skutek uprawiania turystyki społecznej zachodzą w otoczeniu społeczno-ekonomicznym, szczególnie w obszarach recepcyjnych (np. łagodzenie negatywnych skutków sezonowości) czy (w mniejszym stopniu) generujących ruch turystyczny.

Obydwa te podejścia mają swoje słabe strony. W pierwszym, wąskim ujęciu, dokonywane jest pewne uproszczenie będące pochodną obserwacji statystycznych. Zgodnie z nim sam fakt skierowania oferty turystycznej do określonej grupy społecznej (np. seniorów) uprawnia do określenia jej mianem turystyki społecznej. Pomija się przy tym to, na ile poszczególne z osób będących beneficjentami określonych działań (dofinansowania, wsparcia organizacyjnego) rzeczywiście byłyby bez nich pozbawione możliwości uczestnictwa w turystyce.

W szerokim ujęciu turystyki społecznej mamy natomiast do czynienia

z możliwością nadinterpretacji. Jednym z jej wyznaczników jest tu bowiem wspomniane już pozytywne oddziaływanie na otoczenie społeczno-ekonomiczne obszarów recepcyjnych. Z podobnym efektem mamy jednak do czynienia również przy każdym innym rodzaju turystyki, choć natężenie i stopień oddziaływania będzie zapewne niejednakowy w poszczególnych przypadkach.

Wskazane wyżej niejasności w określaniu istoty turystyki społecznej powodują niebezpieczeństwo swoistego nadwyreżenia jej idei. W pierwszym, wąskim ujęciu, w przypadku nieprecyzyjnego określenia zasad przyznawania wsparcia w zakresie udziału w turystyce, beneficjentami pomocy mogą być osoby, których sytuacja życiowa (np. finansowa) w rzeczywistości umożliwia im samodzielną organizację swoich podróży turystycznych. Dla tego rodzaju konsumentów uzyskanie dofinansowania wyjazdu będzie jedynie rynkową okazją do zaoszczędzenia, skądinąd zrozumiałą.

Patrząc natomiast na problem turystyki społecznej z perspektywy ujęcia szerokiego, należy wskazać, że istnieje tu z kolei możliwość wykorzystywania hasła turystyki społecznej jako narzędzia osiągania przewagi konkurencyjnej (Włodarczyk 2010). Region turystyczny może bowiem w sposób planowy stymulować rozwój swojej gospodarki turystycznej, traktując dofinansowanie do podróży jako inwestycję. Ten sam aspekt pojawia się zresztą w nieco innej postaci w ujęciu wąskim. Zachodzi on wówczas, gdy przedsiębiorstwa turystyczne, oprócz pakietów sprzedawanych w ramach programu Europe Senior Tourism, kierują do seniorów komercyjną ofertę wykorzystując niejako korzystną tendencję (modę?) rynkową¹.

Opisane niejasności mogą również dotyczyć hiszpańskiego programu Europe Senior Tourism (EST) skierowanego do osób w wieku powyżej 55 lat. Program ten jest zresztą kolejną odsłoną działań podejmowanych przez władze hiszpańskie na rzecz zwiększenia intensywności podróży do Hiszpanii osób starszych lub niepełnosprawnych. Tego rodzaju programy były już bowiem realizowane od początku lat 90. XX w. przez narodowy Instytut IMSERSO oraz Narodowy Instytut ds. Migracji i Usług Społecznych (Górska 2010).

Program EST jest natomiast inicjatywą organizacji publicznej SEGI-

¹ Por. www.neckermann.pl.

TUR, która zleciła opracowanie stosownej oferty Instytutowi Turystyki w Hiszpanii. Pierwsza edycja programu odbyła się od października 2009 r. do kwietnia 2010 r. Oferta skierowana była do osób starszych i obejmowała pakiety turystyczne dofinansowywane przez rząd hiszpański w kwocie 100 lub 150 euro w zależności kraju pochodzenia beneficjenta. Pakiety obejmowały pobyty turystyczne w wybranych regionach turystycznych Hiszpanii (Andaluzja, Baleary, Walencja). Uczestnikom w ramach ceny pakietu gwarantowano się przelot w obie strony, transfer do i z miejsca noclegu, pobyt w hotelach czterogwiazdkowych, śniadania i obiadokolacje, codzienny program animacyjny, jedną wycieczkę po okolicy, przewodnika turystycznego na miejscu (mówiącego w języku grupy), opiekę zdrowotną oraz ubezpieczenie turystyczne² (Mokras-Grabowska 2010).

EST jest częścią programu Calypso, wpisując się w jego założenia odwołujące się do ułatwień w podejmowaniu podróży turystycznych określonym grupom społecznym. Warto jednak zwrócić uwagę na dwa aspekty towarzyszące projektowi. Pierwszy to kryteria dostępu, którymi są jedynie wiek i miejsce zamieszkania w konkretnym kraju Unii Europejskiej. Inicjatorzy programu nie wprowadzają ograniczeń finansowych po stronie konsumentów (poziom dochodów), co oznacza, że można zostać beneficjentem promocyjnego wypoczynku, będąc osobą wystarczająco zamożną do dokonania samodzielnego zakupu pełnopłatnego pakietu turystycznego. Można nawet skorzystać z oferty nie będąc seniorem, pod warunkiem, że jest się opiekunem głównego beneficjenta. Zrozumiałe w przypadku seniorów założenie, że mogą wymagać stałej opieki bądź co najmniej wsparcia, rodzi jednak możliwość podobną do opisanej wcześniej. Oczywiście jeśli młodszemu turyście odpowiada podróż poza sezonem.

Drugi aspekt odnosi się do oceny skutków realizacji projektu. Jak się okazuje, główną uwagę zwraca się na efekty programu właściwie jedynie w odniesieniu do obszaru recepcyjnego: łagodzenie skutków sezonowości, nowe miejsca pracy, zmniejszenie bezrobocia, zwiększenie wpływów z podatków itp. (por. Evaluation of the Profitability and Economic Impact Generated by the Europe Senior Tourism Programme). Określa się więc główny cel programu jako oddziaływanie na społeczno-ekonomiczne otoczenie poszczególnych regionów uczestniczących w pro-

² www.europeseniortourism.pl.

gramie, podczas gdy korzyści, które zgodnie z ideą turystyki społecznej powinni odnosić beneficjenci (seniorzy), nie są określone. Powinny być to przy tym, co oczywiste, korzyści społeczne.

Dokonana analiza skłania zatem do postawienia zasadniczego pytania: na ile program EST jest działaniem wpisującym się w ideę turystyki społecznej, na ile zaś należy go traktować jedynie jako narzędzie stymulacji rozwoju turystyki w obszarze recepcyjnym?

3. Europe Senior Tourism – przejaw turystyki społecznej, działanie społecznie użyteczne czy program stymulacji gospodarczej regionów?

Jak wynika z tytułu opracowania, zasadniczą kwestią do rozważenia jest to, czy EST w pełni zasługuje na podporządkowanie pod ideę turystyki społecznej. Może raczej jest ofertą skierowaną do członków konkretnej grupy społecznej, których podróże poza tzw. ścisłym sezonem mają być impulsem prorozwojowym dla wybranych regionów turystycznych Hiszpanii. Idąc dalej, można dążyć do rozstrzygnięcia, czy turysta-senior jest w realizowanym projekcie podmiotem i głównym aktorem, czy też jedynie narzędziem do osiągnięcia określonych celów po stronie inicjatora projektu (nawet przy założeniu, że są to efekty społeczne, w postaci zapobiegania skutkom rosnącego poza sezonem, bezrobocia). Należy w tym miejscu wyraźnie podkreślić, że celem prowadzonych tu rozważań nie jest, co powinno być poniekąd oczywiste, dyskredytacja idei turystyki społecznej, a jedynie wskazanie pewnych niedoskonałości w sposobie jej urzeczywistniania. Dla uporządkowania wyводу poszczególne kwestie budzące z punktu widzenia autora wątpliwości lub niejasności zostaną ujęte w oddzielne punkty.

3.1. Cele i efekty projektu

Pojęcie turystyki społecznej, zwłaszcza w wąskim ujęciu, implikuje realizację w jej wyniku określonych celów po stronie beneficjentów tejże. Mogą nimi być cele edukacyjno-wychowawcze, wychowanie do turystyki czy przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu. Może to być również aktywizacja środowiska seniorów (powstanie blogów czy portali spo-

łecznościowych), pomyślnie starzenie się czy rozbudzenie aktywności poznawczej (por. Stasiak 2010, Kowalczyk-Anioł 2011). I takie lub inne społeczne efekty zapewne zostają osiągnięte. Problematyczny jest jedynie fakt, że korzyści takie są bądź mogą być zgłaszane niejako *ex post*, nie zaś w uzasadnieniu do realizacji programu EST. W oficjalnych materiałach informujących o projekcie, jak również w materiałach ewaluacyjnych, główny nacisk położony jest jednak w pierwszej kolejności na osiągnięcie efektów ekonomicznych po stronie obszaru recepcyjnego (darczyńcy). Może zatem mamy tu raczej do czynienia z turystyką quasi-społeczną (Stasiak 2010)?

Można by ponadto zastanowić się, czy na miano turystyki społecznej w większym stopniu nie zasługuje pełnopłatny, sezonowy ruch turystyczny kierujący się do Hiszpanii. To on bowiem kreuje znaczną część miejsc pracy w hiszpańskiej gospodarce, ma istotny wkład w tworzenia produktu krajowego czy, poprzez wspomniane instrumenty ekonomiczne, przyczynia się do kształtowania podstaw społecznej egzystencji tamtejszego społeczeństwa.

3.2. Kryteria dostępu do projektu

Wspomniane wcześniej dwa kryteria dostępu (wiek i miejsce zamieszkania w danym kraju UE) są warunkami na tyle miękkimi, że stwarzają duże prawdopodobieństwo skorzystania z projektu przez osoby dotychczas aktywne turystycznie, podczas gdy rzeczywiście wymagające przedmiotowego wsparcia osoby pozostaną poza marginesem. Dla osób z pierwszej grupy udział w programie będzie kolejną okazją do atrakcyjnej podróży przy jednoczesnych ekonomicznych korzyściach. Trudno oczywiście eliminować potencjalnych beneficjentów tylko z tego powodu, że wcześniej dużo podróżowali, niemniej jednak kryterium finansowe udziału w projekcie (dla osób dysponujących dochodem poniżej określonego pułapu) mogłoby w znacznej mierze ukierunkować popyt na ofertę programu EST w taki sposób, że trafiłaby ona do osób rzeczywiście potrzebujących takiego wsparcia.

Powstaje jednak wątpliwość, czy wówczas program miałby szansę na realizację. I nie chodzi tu jedynie o to, czy znalazłaby się wystarczająca liczba osób, które przy odpowiednio niskich dochodach mogłyby sobie pozwolić na zakup pakietu turystycznego. Znaczna część korzyści osią-

ganych przez inicjatorów (darczyńców) jest efektem wydatków turystów już podczas pobytu w miejscu docelowym (konsumpcja, pamiątki, dodatkowe wycieczki itp.) sięgającego nawet 75% wartości pakietu (Mokras-Grabowska 2010). Jest to zatem znaczące zwiększenie kosztu wyczynku. Ograniczenie dostępu poprzez wprowadzenie kryterium finansowego w znacznie mierze mogłoby natomiast pozbawić obszar recepcyjny tego rodzaju znaczących przychodów.

3.3. Ceny pakietów a substytucyjność popytu turystycznego

Poruszana kwestia ma w zasadzie charakter rozłączny z ofertą programu EST. Ma przy tym związek nie tylko z kondycją finansową beneficjentów, ale w znacznej mierze ze strukturą ich potrzeb oraz miejscem, jakie wśród nich zajmują potrzeby turystyczne. Należy bowiem zastanowić się, czy koszt konieczny do poniesienia na zakup pakietu turystycznego w wysokości ok. 1700 zł za 8-dniowy pobyt jednej osoby³ nie pozwoliłby na zaspokojenie potrzeby wyjazdu turystycznego w kraju? Oczywiście miałyby on zupełnie inny charakter i należy mieć tutaj na uwadze kwestię subiektywnie postrzeganej relacji cena-jakość, niemniej jednak pytanie pozostaje uzasadnione w kontekście istnienia (bądź nie) potrzeb turystycznych. Jeżeli bowiem takowe są, pojawia się zazwyczaj wola ich realizacji niezależnie od istniejącego dofinansowania, oczywiście przy założeniu istnienia po stronie beneficjenta określonego dochodu do rozporządzania. Można więc przyjąć, że decyzje konsumentów przystępujących do programu EST są w dużej mierze efektem kalkulacji rynkowej i chęci skorzystania z atrakcyjnej oferty turystycznej po przystępnej cenie.

4. Badania uczestników programu Europe Senior Tourism

Z przeprowadzonej analizy wynika krytyczne podejście do formy realizacji idei turystyki społecznej, przy czym sama jej koncepcja, z ewiden-

³ Całkowity koszt 8-dniowego pakietu turystycznego dla jednej osoby na Costa del Sol w ofercie *last minute* w biurze podróży Euro 90 Travel – www.wakacjedlaseniorow.pl (25.09.2011).

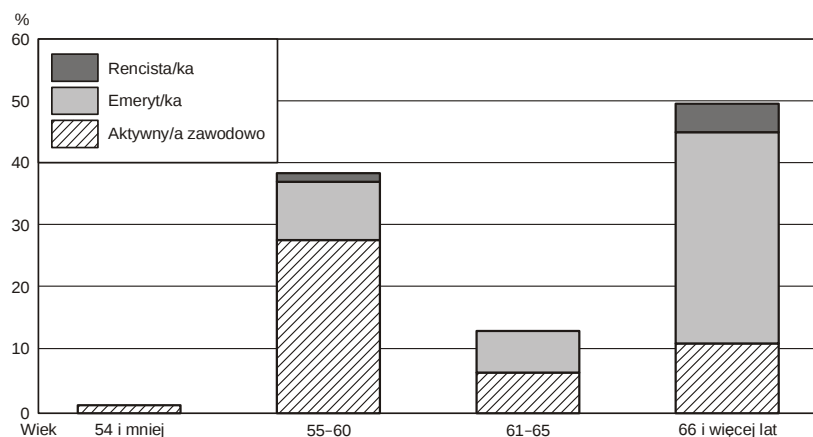
tnych względów, zasługuje na rozwój. Zasygnalizowane zagadnienia prowokują jednak do postawienia kilku pytań, odwołujących się zarówno do sposobu realizacji programu, jak i zachowań turystycznych jego beneficjentów:

- jak funkcjonowałby projekt, gdyby wprowadzić kryterium finansowe dostępu do ofert promocyjnych?
- ilu byłoby ostatecznych beneficjentów w sytuacji istnienia wymogu wykazania konieczności podróży opiekuna osoby niepełnosprawnej na tych samych zasadach promocyjnych?
- czy i, jeśli tak, to jakie zachowania turystyczne zrealizowaliby beneficjenci w sytuacji, gdyby nie było możliwości skorzystania z promocyjnej oferty wypoczynku dla seniorów (skorzystaliby z innej oferty turystycznej, samodzielnie zorganizowali sobie pobyt, wypoczywali w kraju czy za granicą itp.)?
- czy uczestnicy projektu poprzestają jedynie na zakupie pakietu, czy też są gotowi do podejmowania dalszych wydatków już na miejscu?

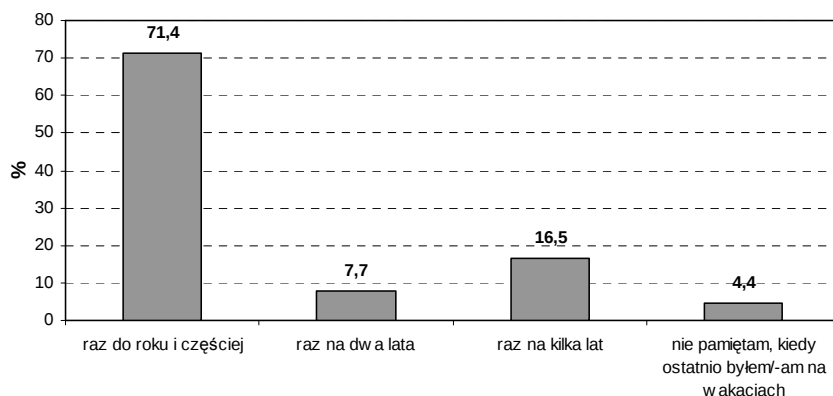
Uzyskaniu odpowiedzi na część spośród tych pytań miały dostarczyć badania przeprowadzone wśród uczestników programu Europe Senior Tourism, którzy zakupili pakiety turystyczne za pośrednictwem Biura Podróży Rainbow Tours. Badanie zostało przeprowadzone na podstawie zestandaryzowanego kwestionariusza ankiety zawierającego pięć pytań odwołujących się do zachowań turystycznych oraz decyzji nabywczych respondentów. Respondenci zostali poproszeni o wypełnienie ankiety przed odlotem do Hiszpanii z lotniska w Katowicach (3.10.2011 r.) oraz do Warszawy (10.10.2011 r.). Ogółem wypełnione zostały 92 ankiety.

Praktycznie wszyscy respondenci (poza jednym wyjątkiem) należeli do grupy wiekowej preferowanej przez inicjatorów programu EST (55+). Blisko połowa respondentów (46,2%) to osoby aktywne zawodowo, nawet jeżeli przekroczyły ustawowy wiek emerytalny (rys. 1).

Jak pokazują uzyskane wyniki respondenci są w wyraźnej większości osobami aktywnymi turystycznie (rys. 2). Jedynie ok. 20% spośród ankietowanych odbywało podróże turystyczne na tyle rzadko (odpowiedzi: „raz na kilka lat” oraz „nie pamiętam, kiedy ostatnio byłem/-am na wakacjach”), że można wobec nich uznać za spełnioną rolę projektu w postaci aktywizacji turystycznej. W pozostałych przypadkach beneficjentami projektu były osoby z wyraźnie ukształtowanymi zwyczajami turystycznymi, realizowanymi najczęściej raz w roku lub częściej.

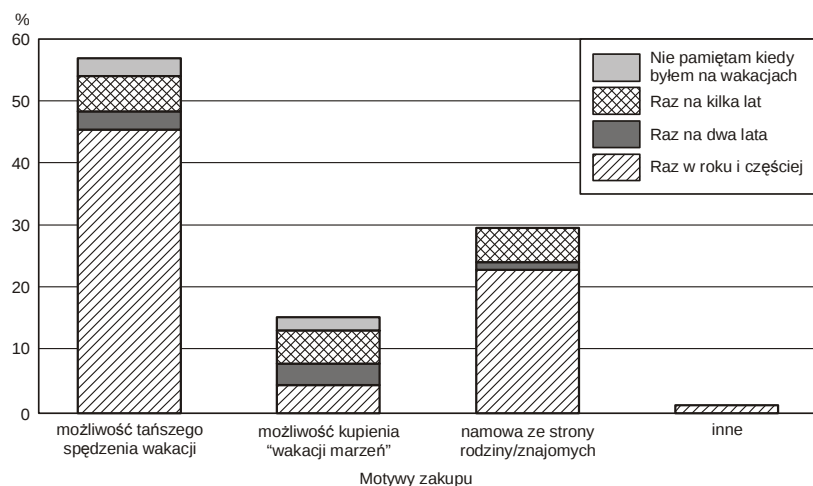


Rys. 1. Wiek oraz status zawodowy uczestników programu Europe Senior Tourism
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

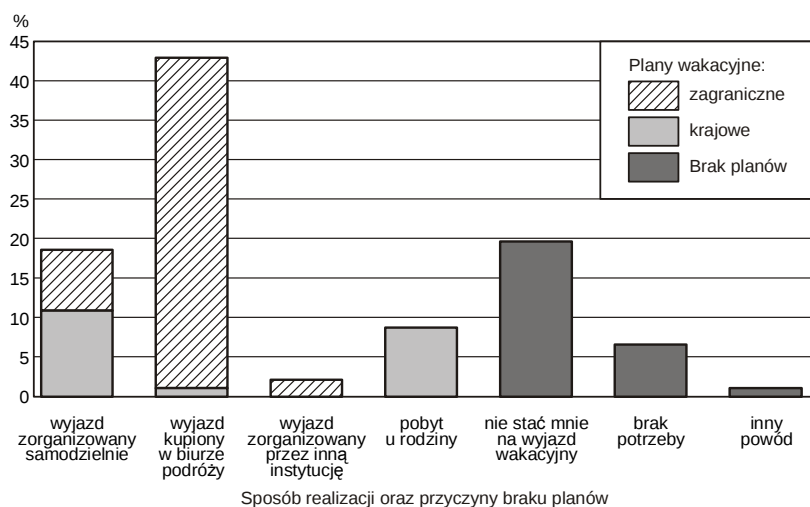


Rys. 2. Częstotliwość dotychczasowych wyjazdów turystycznych uczestników programu Europe Senior Tourism
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Pochodną takiego stanu są motywy skorzystania z promocyjnej oferty zakupu pakietów turystycznych (rys. 3). Jak widać, dla większości respondentów była to rynkowa okazja do tańszego wypoczynku, przy czym dotyczy to w podobnym stopniu osób wykazujących dotychczas różną częstotliwość zachowań turystycznych. Te informacje nabierają jednak zupełnie innego wymiaru, kiedy odniesiemy je do deklarowanych przez respondentów zamiarów w odniesieniu do planów wakacyjnych, które zrealizowaliby nie korzystając z promocyjnej oferty pobytu w Hiszpanii (rys. 4).



Rys. 3. Motywy zakupu pakietów turystycznych zadeklarowane przez uczestników programu Europe Senior Tourism
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań



Rys. 4. Sposób realizacji oraz przyczyny braku planów wyjazdów wakacyjnych respondentów w sytuacji nieskorzystania z oferty programu Europe Senior Tourism
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

Niemal 3/4 eksponentów (72,5%) zadeklarowało posiadanie innych planów wakacyjnych, które zrealizowałiby, nie kupując pakietu turystycznego w ramach programu EST. Ponad połowa skorzystałaby przy tym z usług biura podróży. Podobny odsetek respondentów zadeklarował pla-

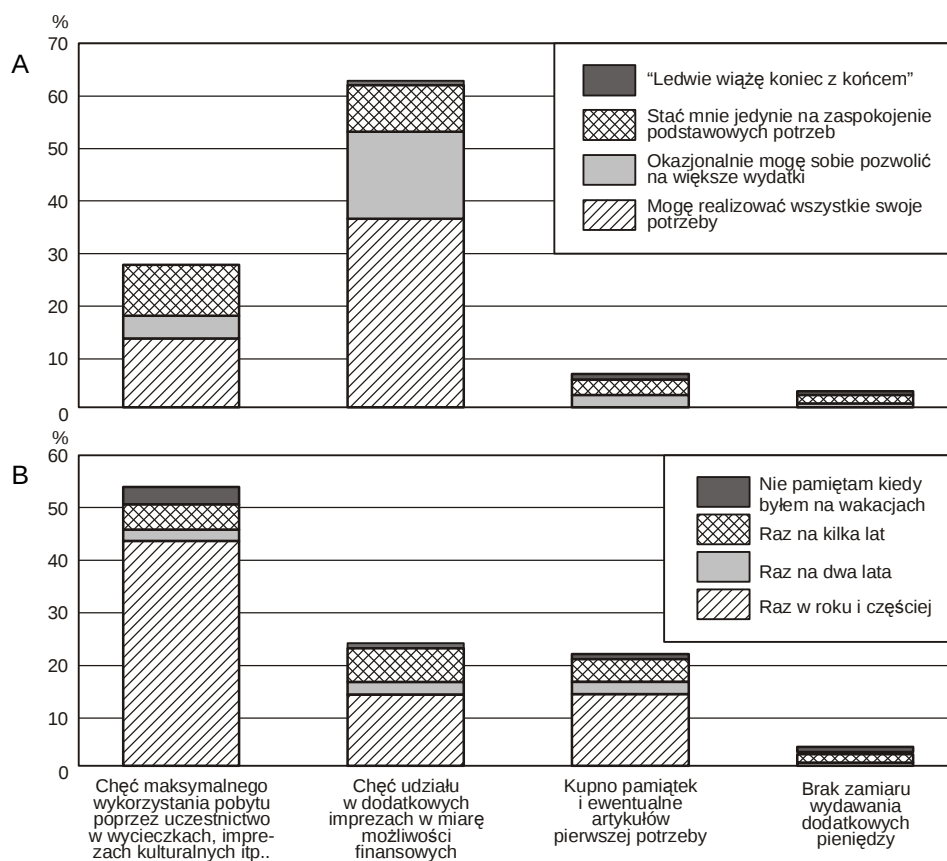
ny wyjazdu zagranicznego. Na uwagę zasługuje również znaczny odsetek osób samodzielnie organizujących swoje wyjazdy wakacyjne, w tym zagraniczne, co świadczy pozytywnie o operatywności tych osób, jak również o tym, że udział w projekcie nie jest dla nich *conditio sine qua non* realizacji planów wakacyjnych.

Kierując się obiektywizmem badawczym, należy jednak podkreślić potencjalnie pozytywne oddziaływanie programu EST na zachowania turystyczne osób, dla których oferta EST była jedyną możliwością realizacji wyjazdu wakacyjnego (27,5% respondentów). Wątpliwości budzi tutaj jedynie fakt, że spośród osób deklarujących problemy finansowe znaczną część (61,1%) stanowili respondenci deklarujący coroczne wyjazdy turystyczne. Jedynie ok. 11% spośród nich nie było w stanie określić, kiedy odbyły ostatnie wyjazdy wakacyjne.

Ciekawych informacji na temat uczestników programu EST dostarcza również analiza deklaracji gotowości do ponoszenia dodatkowych wydatków podczas pobytu w Hiszpanii (rys. 5). Jedynie niewielki odsetek respondentów (4,4%) zamierzał poprzestać tylko na zakupie pakietu i wynikających z tego korzyściach. Pozostałe osoby w większości zamierzały maksymalnie wykorzystać pobyt, uczestnicząc w wycieczkach, imprezach kulturalnych itp. Jest to w oczywisty sposób pochodną sytuacji materialnej respondentów. Deklaracje największych wydatków złożyły bowiem osoby, które mogą w miarę swobodnie zaspokajać swoje potrzeby w życiu codziennym (rys. 5A). Podobną zależność można również dostrzec pomiędzy gotowością do ponoszenia większych wydatków a częstotliwością dotychczasowych zachowań turystycznych (rys. 5B).

Podstawową konkluzją, jaka wynika z dokonanej analizy, jest to, że wśród poddanych badaniu uczestników programu EST mamy do czynienia z konsumentami usług turystycznych o ukształtowanych w tym względzie zwyczajach. Były one w dodatku raczej bez przeszkód realizowane w przeszłości, co w dużej mierze jest skutkiem zadowalającej sytuacji materialnej respondentów oraz, co nie mniej ważne, istnieniem potrzeb wyjazdów turystycznych i gotowością ich realizacji.

Jedynie o relatywnie niewielkiej części respondentów można bezsprzecznie powiedzieć, że wsparcie uzyskane w ramach programu EST umożliwiło udział w wyjazdach wakacyjnych (efekt bezpośredni) oraz, w ramach oddziaływania długofalowego, stało się pierwszym krokiem do wykształcenia u nich potrzeb i zwyczajów turystycznych.



Rys. 5. Gotowość do ponoszenia dodatkowych wydatków podczas pobytu wakacyjnego w ramach programu Europe Senior Tourism w zależności od oceny własnej sytuacji materialnej (A) i częstotliwości dotychczasowych zachowań turystycznych (B)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań

5. Podsumowanie

Uzyskane wyniki badań częściowo potwierdzają wątpliwości zgłoszone w teoretycznej podbudowie artykułu. Częściowo, gdyż badanie nie objęło szeregu aspektów poruszanych, zwłaszcza tych odnoszących się do charakteru i zasad funkcjonowania programu. W ocenie autora dokonana analiza dowodzi dwóch rzeczy. Po pierwsze jest potwierdzeniem atrakcyjności i skuteczności EST jako programu marketingowego skier-

rowanego do seniorów. Specyfika tej grupy docelowej powoduje, że pobyty poza sezonem w żaden sposób nie tracą na atrakcyjności, a można nawet powiedzieć, że nabierają przez to waloru. Po drugie natomiast, nabyta wiedza uprawnia do postulatu, aby dokładniej przyrzeć się koncepcji turystyki społecznej i, być może, choć w części zmienić sposób klasyfikowania jako jej przejaw określonych działań będących w mniejszym lub większym stopniu jedynie programami promocyjnymi.

Literatura

- Evaluation of the Profitability and Economic Impact Generated by the Europe Senior Tourism Programme: www.europeseniortourism.eu/pl/ (25.09.2011)
- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, 9 (4).
- Kowalczyk-Anioł J., 2011, *Turystyka polskich seniorów – efekty projektu Calypso*, [w:] Krakowiak B., Latosińska J., *Turystyka polska w latach 1989–2009*, Wyd. UŁ, Łódź.
- Mokras-Grabowska J., 2010, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Śledzińska J., 2010, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Śniadek J., 2007, *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, Gerontologia Polska, 15 (1–2), za M. Walker, 2004, *Marketing to seniors*, 1st Book Library, Bloomington.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

Strony internetowe

- www.europeseniortourism.pl (25.09.2011).
- www.neckermann.pl (25.09.2011).

5.

**Rola i znaczenie turystyki
społecznej w Polsce**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Janusz Reichel*

PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNE W TURYSTYCE

1. Ekonomia społeczna i przedsiębiorstwa społeczne

Ekonomia społeczna (gospodarka społeczna)¹ to pewien obszar praktyki gospodarowania, który z punktu widzenia sektora publicznego można zdefiniować jako: „narzędzie mobilizacji ekonomicznej i społecznej zaniedbanych społeczności lokalnych/obszarów” oraz formuła „zwiększania uczestnictwa ich członków/mieszkańców w wymianie gospodarczej i życiu publicznym” (Kaźmierczak, Rymsza 2007). Jest to także pewien obszar refleksji teoretycznej nad tak rozumianą gospodarką społeczną. Brak ciągłości rozwoju spowodowany II wojną światową, a potem okresem komunizmu, spowodował, że rozwijająca się wcześniej na naszych terenach gospodarka społeczna zniknęła faktycznie z mapy gospodarczej kraju, mimo iż w czasach komunizmu jedna z jej form (spółdzielczość) została wyniesiona do miana jednego z głównych rozwiązań ustrojowych dotyczących własności.

Po roku 1989 systematycznie powraca dyskusja na temat ekonomii społecznej i wracają do łask jej typowe podmioty (w tym autentyczna spółdzielczość). Nie bez znaczenia jest wstąpienie Polski do Unii Europejskiej, gdzie ciągłość rozwoju w krajach starej Unii doprowadziła do fenomenalnego rozwoju ekonomii społecznej (np. we Włoszech czy Wiel-

* Uniwersytet Łódzki, Wydział Zarządzania, 90-237 Łódź, ul. Matejki 22/26, e-mail: jreichel@uni.lodz.pl.

¹ Gospodarka społeczna – tak należałoby dosłownie tłumaczyć angielski termin *Social Economy*.

kiej Brytanii). Powrót ekonomii społecznej w Polsce odbywa się już w innych kontekście społecznym, niż w XIX w. czy przed II wojną światową – jest to jednak dyskusja na osobny temat (patrz m.in.: Kaźmierczak, Rymsza 2007). Rozwój ekonomii społecznej spowodował, że w jej kontekście coraz częściej mówi się o tzw. przedsiębiorstwach społecznych. Nie oznacza to, że mamy do czynienia z pojawieniem się nowych w sensie formalnym podmiotów prowadzących działalność o charakterze przedsiębiorczym. W poczet przedsiębiorstw społecznych, oprócz ewidentnie nowych form, takich jak spółdzielnia socjalna, zaliczane są bowiem także dotychczas istniejące spółdzielnie oraz organizacje pozarządowe, np. fundacje i stowarzyszenia, które prowadzą działalność gospodarczą. Ale też niektóre przedsiębiorstwa społeczne korzystają ze zwykłych dla prowadzenia działalności gospodarczej form prawnych, np. takich jak spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Co zatem powoduje, że te tak różne od siebie formy instytucjonalne obejmujemy wspólną nazwą przedsiębiorstw społecznych?

Przedsiębiorstwo społeczne jest przede wszystkim instytucją prowadzącą działalność gospodarczą – musi istnieć czynnik przedsiębiorczości. Jednak nie jest to każda działalność gospodarcza, a taka, która wyznacza sobie cele ściśle społeczne i która inwestuje wypracowane nadwyżki zależnie od wyznaczonych sobie celów we własną działalność lub we wspólnotę, zamiast kierować się potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku na rzecz właścicieli (udziałowców) (Branco 2007).

Często przytaczanym opisem przedsiębiorstwa społecznego jest ujęcie wypracowane w ramach projektu europejskiej sieci badawczej EMES. Przedsiębiorstwo społeczne według tego podejścia spełnia dziewięć następujących kryteriów:

- 1) ciągła aktywność ekonomiczna polegająca na odpłatnym dostarczaniu określonych produktów – dóbr lub usług;
- 2) autonomia – podmiot tworzony i kontrolowany przez grupę ludzi, a nie administrację publiczną czy inne organizacje (np. federacje, firmy);
- 3) znaczący poziom ryzyka ekonomicznego – zależność między poziomem sprzedaży swoich produktów/usług a własną kondycją;
- 4) zatrudnianie płatnego personelu – obok pracy społecznej;
- 5) wyraźna orientacja na cele społeczne – nie tylko „społeczne zarządzanie”, ale także „społeczna wrażliwość” (prymat celów społecznych nad ekonomicznymi);

6) oddolny, obywatelski charakter – wynik współdziałania istotnej dla przedsięwzięcia grupy ludzi, nie zaś owoc odgórnych decyzji administracji publicznej czy biznesu;

7) udział w decyzjach nieoparty na wielkości udziałów – „jeden człowiek = jeden głos”;

8) partycypacyjna natura – wyrażająca się we włączaniu w zarządzanie przedsiębiorstwem jego środowiska społecznego; „zanurzenie się” w lokalnych społecznościach, w których działa przedsiębiorstwo;

9) ograniczona dystrybucja zysków – inwestowane np. w działalność lub we wspólnotę.

Cztery pierwsze kryteria mają charakter ekonomiczny, a pozostałe społeczny².

Gospodarka społeczna i funkcjonowanie przedsiębiorstw społecznych zaczyna być przedmiotem zainteresowania podmiotów prowadzących politykę rozwojową (państwo, samorządy i inne organizacje), co wspólnie prowadzi do stymulowania jej rozwoju i powstawania aktów prawnych regulujących funkcjonowanie przedsiębiorstw społecznych (jest to też zagadnienie na osobne rozważania, zostały ono częściowo podjęte w artykule: Reichel 2010).

2. Przedsiębiorczość społeczna w turystyce

Poszukując działań z zakresu przedsiębiorczości społecznej w branży turystycznej należy w miarę możliwości dość precyzyjnie oddzielić dwa odrębne nurty: turystykę społeczną oraz przedsiębiorczość społeczną w branży turystycznej.

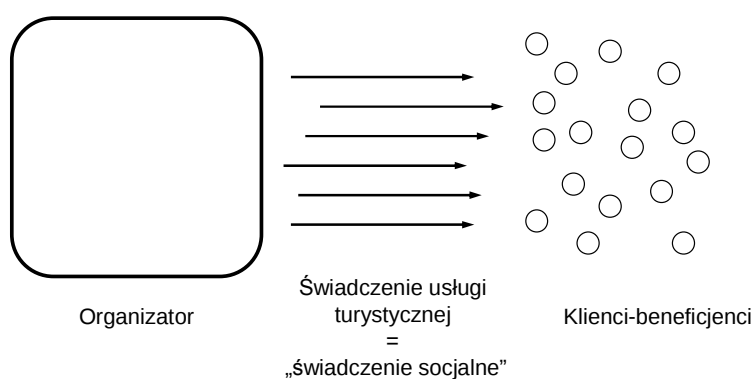
Turystyka społeczna (turystyka socjalna) to turystyka „na rzecz grup społecznych o ograniczonych możliwościach podróżowania (ze względów ekonomicznych, społecznych, zawodowych, organizacyjnych itp.)”. Turystyka społeczna to zatem „działania zmierzające do włączenia [...] osób nie uczestniczących w ruchu turystycznym”, m.in. z wymienionych względów (*Analiza rozwoju turystyki...* 2007, s. 3).

O sformułowanie definicji turystyki społecznej obejmującej jej różne aspekty pokusił się w swoim artykule B. Włodarczyk (2010) – w jego ujęciu: „Turystyka społeczna to rodzaj (forma) całkowicie lub częściowo

² www.ekonomiaspoleczna.pl/x/433225 (26.11.2010).

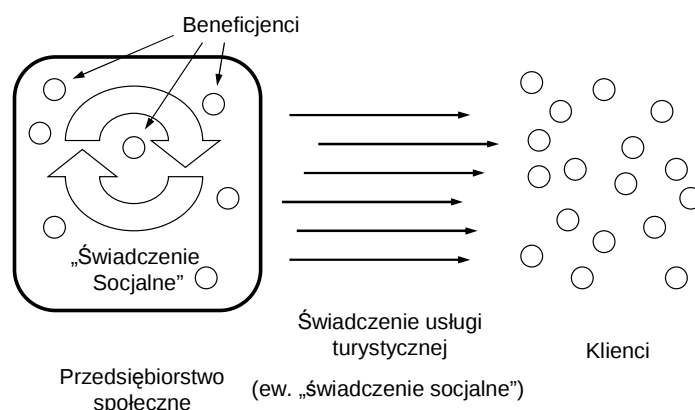
finansowanej (dotowanej) zewnętrznie lub organizowanej na zasadach wolontariatu aktywności, mającej na celu realizację prawa powszechnego dostępu do turystyki, będącej także narzędziem do osiągania innych, ważnych z punktu widzenia jej beneficjentów celów o charakterze społecznym (patriotycznych, wychowawczych, edukacyjnych, poprawy jakości życia itp.).”.

Istota relacji związanych z turystyką społeczną zilustrowana jest na rysunku 1.



Rys. 1. Turystyka społeczna i charakterystyczne dla niej świadczenie socjalne na rzecz klientów-beneficjentów
Źródło: opracowanie własne

Natomiast przedsiębiorczość społeczna w branży turystycznej obejmowałaby „typowe” przedsięwzięcia z zakresu gospodarki społecznej, z tym że realizowane w branży turystycznej, dzięki którym następowaloby włączanie wykluczonych grup społecznych do życia społecznego i gospodarczego w szerszym sensie niż tylko w zakresie możliwości korzystania z turystyki. Turystyka społeczna może być uważana za szczególny przypadek przedsiębiorczości społecznej w branży turystycznej, w której dodatkowo następuje włączanie osób wykluczonych z możliwości korzystania z turystyki. Ponieważ tematem publikacji jest turystyka społeczna i temat ten będzie rozwijany przez innych autorów, to niniejsze opracowanie skoncentruje się na tych przykładach przedsiębiorczości społecznej, które realizują się w branży turystycznej, ale turystyką społeczną nie są. Relacje typowe dla przedsiębiorstw społecznych z branży turystycznej przedstawia rysunek 2.



Rys. 2. Przedsiębiorstwo społeczne i charakterystyczne dla niego świadczenie socjalne na rzecz pracowników-beneficjentów
Źródło: opracowanie własne

Można sobie wyobrazić, że w turystycznym przedsiębiorstwie społecznym chodzi o dowolną działalność gospodarczą prowadzoną w branży turystycznej, która dodatkowo ma cele społeczne, zgodnie z tym, co o przedsiębiorstwie społecznym do tej pory zostało powiedziane. Zatem może to być działalność polegająca na włączaniu grup marginalizowanych, np. poprzez pracę w turystycznym przedsiębiorstwie społecznym lub prowadzenie działalności gospodarczej w branży turystycznej w celu przeznaczania zysków na inne cele społeczne o charakterze statutowym dla organizatora tej działalności. W szczególnym przypadku do repertuaru działań turystycznego przedsiębiorstwa społecznego może też należeć organizowanie turystyki społecznej, ale to nie ona jest wówczas elementem decydującym o tym, że mamy do czynienia z przedsiębiorstwem społecznym.

Ilustracją pierwszego przypadku może być np. przedsiębiorstwo hotelarskie, w którym realizuje się (jako cel społeczny) przygotowanie do wykonywania zawodów związanych z prowadzeniem obiektu hotelowego osób, które z jakichś względów były do tej pory wykluczone z rynku pracy (np. osób z niepełnosprawnościami czy długotrwale bezrobotnych). Dzieje się tak np. w ośrodku wypoczynkowym „Kłós” funkcjonującym w regionie łódzkim (Jedlicze k. Zgierza) jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Przedsiębiorstwo to powstało w ramach jednego z projektów pilotażowych Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL, który był realizowany w latach 2004–2008. Partnerstwo, które realizowało projekt, prowadzone

było przez Towarzystwo Przyjaciół Niepełnosprawnych. Obiekt świadczy usługi hotelarskie, jednak jego podstawowym celem działania jest readaptacja zawodowa osób długotrwale bezrobotnych i chorych psychicznie (Doherty i in. 2009, Reichel 2010, Materiały Koalicji Łamania Oporów Społecznych... 2011).

3. Organizacje pozarządowe a sport i turystyka

Z przedsiębiorczością społeczną kojarzona jest często forma organizacyjno-prawna spółdzielni, a przede wszystkim spółdzielni socjalnej. Przedsiębiorstwa społeczne mogą jednak przyjmować każdą formę prawną właściwą dla prowadzenia działalności gospodarczej. Możliwość prowadzenia działalności gospodarczej mają również organizacje pozarządowe (np. stowarzyszenia i fundacje). Ze względu na fakt, iż w wielu przypadkach prowadzona przez nie aktywność gospodarcza ma, omówione wcześniej, znamiona typowe dla przedsiębiorstw społecznych, zwykło się upatrywać przykładów przedsiębiorczości społecznej właśnie w sektorze organizacji pozarządowych. Jest to tym bardziej uzasadnione w Polsce, gdyż od II wojny światowej do upadku komunizmu mieliśmy do czynienia z zanikiem lub powolną atrofią wielu form przedsiębiorczości społecznej, które bujnie rozkwiwały we wcześniejszym okresie. Erupcja sektora pozarządowego po okresie transformacji spowodowała, że to właśnie on jest obecnie zalążkiem rozwoju przedsiębiorczości społecznej i w jego stronę kierują się pełne nadziei na jej ponowny rozkwit spojrzenia.

W kontekście opracowania warto zauważyć, że „Ponad 1/3 całego sektora pozarządowego stanowią organizacje zajmujące się sportem i turystyką. Większość z nich to nieduże stowarzyszenia i kluby sportowe z małych miejscowości”³. Jest to zatem dość duży potencjał (ok. 20 tys. organizacji oraz kolejne 10 tys., dla których jest to dodatkowe pole aktywności). Są one jednak skupione bardziej na działalności sportowej niż turystycznej (organizowanie zawodów lub prowadzenie obiektów sportowych – 85%). „Aktywność związana z turystyką i rekreacją najczęściej jest prowadzona równoległe do sportowej i deklaruje ją 53%” wspomnianych organizacji. Większość z nich ma formę stowarzyszeń i działa na

³ wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/679949.html (7.09.2011) – dalsze dane i cytaty również na tej podstawie.

wsiach, w małych miasteczkach, prowadząc działania o charakterze lokalnym.

Jednak, co warto podkreślić, organizacje te rzadko mają płatnych pracowników: „22% zatrudnia na stałe płatny personel, kolejne 19% podpisuje jednorazowe umowy zlecenia czy o dzieło”. To pokazuje, że spora część z nich nie spełnia jednego z kryteriów EMES (wymienionych na początku opracowania) kwalifikujących organizację do grupy przedsiębiorstw społecznych. Obrazu dopełnia fakt, iż większość z nich nie spełnia także kolejnych kryteriów przedsiębiorczości społecznej, ponieważ faktycznie nie prowadzą działalności gospodarczej i nie podejmują związanego z tym ryzyka – ich głównym źródłem finansowania są bowiem środki publiczne (samorządowe i rządowe). Zatem mimo dużego – w sensie ilościowym – potencjału, najprawdopodobniej do kategorii turystycznych przedsiębiorstw społecznych można zaliczyć tylko nieznaczne z omawianych organizacji.

4. Przykłady przedsiębiorstw społecznych w branży turystycznej

Do przedstawienia opisu przypadków wybrano dwie inicjatywy. Pierwszą z nich jest przykład przedstawiony w publikowanym w Internecie *Atlasie dobrych praktyk ekonomii społecznej*⁴, a drugą przykład spółdzielni socjalnej. Studia przypadków z *Atlasu* pokazują inicjatywy o co najmniej dwuletnim okresie działania⁵. Wśród 15 przykładów znajdują się dwa z branży turystycznej: prowadzone od 2002 r. działania Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Bałt” (m.in. atrakcja turystyczna w postaci parku jurajskiego) oraz inicjatywa dwóch krakowskich stowarzyszeń realizowana od 2003 r. (pensjonat „U Pana Cogito”).

Z tych dwóch przykładów do szczegółowej analizy wybrano Pensjonat i w ten sposób w opracowaniu znajdują się opisy przedsięwzięć o dość zbliżonym profilu, jeśli chodzi o branżę turystyczną, gdyż wszystkie dotyczą obiektów noclegowych (wspomniany wcześniej ośrodek wypoczynkowy „Kłós” oraz opisane dalej przykłady pensjonatu „U Pana Cogito” oraz hostelu „Emma”).

⁴ www.ekonomiaspoleczna.pl/x/671387 (29.09.2011).

⁵ www.ekonomiaspoleczna.pl/wiadomosc/685558.html (29.09.2011).

4.1. Pensjonat „U Pana Cogito”⁶

Pensjonat „U Pana Cogito” powstał w 2003 r. dzięki dwóm stowarzyszeniom z Krakowa: Stowarzyszeniu Rodzin Zdrowie Psychiczne oraz Stowarzyszeniu na rzecz Rozwoju Psychiatrii i Opieki Środowiskowej. Przy wsparciu m.in. gminy Kraków, która „nieodpłatnie użyczyła zrujnowany zabytkowy budynek z przeznaczeniem na zakład aktywności zawodowej (ZAZ)” i warsztaty terapii zajęciowej. Znalazły w nim pracę osoby chorujące psychicznie. Na remont budynku i uruchomienie pensjonatu udało się pozyskać liczne darowizny, grant loterii brytyjskiej oraz wsparcie PFRON.

Celem przedsięwzięcia jest „aktywizacja społeczna i zawodowa osób chorujących psychicznie poprzez pracę”. Obecnie w samym pensjonacie pracuje 30 osób, w tym 21 po kryzysach psychicznych i dziewięć osób zdrowych. Osoby zdrowe sprawują dyskretną opiekę na osobami chorującymi, które często miewają problemy w kontaktach z innymi oraz „cierpią z powodu obniżonego poczucia własnej wartości”.

W 2005 r. powstało przedsiębiorstwo społeczne Laboratorium Cogito (w formie spółki z o.o.). Obsługa gości hotelowych należy do ZAZ, natomiast wynajem pokoi oraz sal konferencyjnych do Laboratorium Cogito sp. z o.o. Jest też wypożyczalnia rowerów i Catering Cogito. Sam pensjonat ma standard trzygwiazdkowy. W recepcji pracuje pięć osób chorujących psychicznie. Restauracja jest przeznaczona dla 40 gości – tu pracują trzy osoby zdrowe i 10 osób chorujących. W pensjonacie jest sześć pokoi, które sprząta i obsługuje pięć pokojówek (wszystkie są osobami chorującymi) pod opieką zastępcy kierownika pensjonatu. W obiekcie znajdują się też wydzielone pomieszczenia rehabilitacyjne dla personelu (ok. 35% powierzchni pensjonatu). „Każdemu pracownikowi, w ramach czasu pracy, przysługuje dziennie minimum godzina rehabilitacji”. Wszyscy pracownicy ZAZ są zatrudnieni na umowy o pracę. „Zyski z działalności hotelarskiej przekazywane są w całości na zakładowy fundusz aktywności (ZFA) i mogą być wykorzystane wyłącznie na działalność rehabilitacyjną, w tym na opiekę medyczną, turnusy, obozy, wycieczki”. Spółka Laboratorium Cogito ma siedzibę w budynku obok pensjonatu, gdzie znajduje się sala konferencyjna, zaplecze cateringowe

⁶ Opis na podstawie *Atlasu dobrych praktyk ekonomii społecznej* www.ekonomiaspoeczna.pl/x/671711 (29.09.2011).

oraz 15 miejsc w pokojach gościnnych. Część dywidendy jest przekazywana na cele statutowe Stowarzyszenia na rzecz Rozwoju Psychiatrii i Opieki Środowiskowej a część „inaczej niż w przypadku ZAZ – może pozostać w spółce, jeśli jest to konieczne dla zapewnienia jej płynności finansowej.”

Do zalet pensjonatu „U Pana Cogito” należą m.in.: jego położenie, łatwy dojazd i niewielki dystans do centrum miasta, przytulne pokoje, wysoki standard wyposażenia, sala konferencyjna, bezpieczne miejsca parkingowe oraz smaczna i niedroga kuchnia. Główne społeczne rezultaty działalności pensjonatu wiążą się ze zmianą stosunku do osób chorujących psychicznie oraz efektami w zakresie ich zatrudnienia. Zatrudnionych jest łącznie 41 osób chorujących w ZAZ, w Laboratorium Cogito i w obu stowarzyszeniach. W warsztatach terapii zajęciowej bierze udział rocznie 75 osób, a w programie „Profesjonalny pracownik hotelu” w latach 2008–2010 przeszkolono 50 osób.

4.2. Hostel „Emma”⁷

Hostel „Emma” funkcjonuje od początku 2011 r. i został założony przez Spółdzielnię Socjalną „Warszawa”. Znajduje się w zabytkowej kamienicy w centrum Warszawy w dogodnej odległości od stacji metra Centrum i Dworca Centralnego. Posiada zarówno pokoje wieloosobowe, jak i prywatne pokoje dwuosobowe.

Spółdzielcy zadbali o specyfikę i klimat miejsca, w którym mocno podkreślono spokojny domowy charakter oraz ideę spółdzielczości (m.in. nazwa hostelu pochodzi od imienia Emmy Goldman, działaczki społeczno-politycznej z przełomu XIX i XX w.). Stąd oferta kierowana jest do szczególnej grupy turystów: „aktywistów i działaczy nieformalnych grup i kolektywów, pracowników i wolontariuszy organizacji pozarządowych”, ale także „dla osób starszych, uczelni i organizatorów festiwali.” Zaproszenie kierowane jest również do rodzin: „jest kącik oraz przewijak dla dzieci”. Spółdzielcy mocno podkreślają prośrodowiskowy charakter hostelu i jego zaangażowanie społeczne, m.in. wykorzystanie produktów ze sprawiedliwego handlu. Posiłki są głównie wegańskie i „oparte na produktach rolnych i przetworach pochodzących z bio- i ekologicznego gos-

⁷ Opis na podstawie strony internetowej: www.emmahostel.pl (29.09.2011).

podarstwa agroturystycznego w Węgajtach na Warmii”. W obiekcie zapewniono dostęp do Internetu (stanowisko komputerowe oparte na oprogramowaniu *open-source* w salonie oraz bezprzewodowy *hot-spot*). Można też skorzystać z gier planszowych i biblioteki.

5. Podsumowanie

Warto przyglądać się tego typu podmiotom, gdyż ich charakter powoduje, że oprócz walorów typowo turystycznych, dzięki działaniom prowadzonym na rzecz wykluczonych, mają one dodatkowy atut, który zwiększa zainteresowanie nimi potencjalnych klientów i który dodatkowo przyczynia się do promocji regionu. Podmioty takie bywają czasem po prostu dodatkową ciekawostką na mapie turystycznej lub żelaznym punktem podróży, który należy – w ramach wsparcia – odwiedzić.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse, zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Branco D., 2007, *Analiza potrzeb ekonomicznych, szkoleniowych i edukacyjnych w sektorze ekonomii społecznej i przedsiębiorczości społecznej dla Słowenii, Włoch, Wlk. Brytanii i Polski. Raport zbiorczy opracowany w ramach projektu EU TESES*: www.teses.eu (15.06.2009).
- Doherty i in., 2009, *Management for social enterprise*, SAGE, Los Angeles.
- Kaźmierczak T., Rymsza M. (red.), 2007, *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*, ISP, Warszawa.
- Materiały Koalicji Łamania Oporów Społecznych – „Kłós”, 2011.
- Reichel J., 2010, *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

Strony internetowe

- wiadomosci.ngo.pl (7.09.2011).
- www.ekonomiaspoleczna.pl (29.09.2011).
- www.emmahostel.pl 9.09.2011).

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Joanna Kosmaczewska*

PRZEDSIĘBIORSTWO SPOŁECZNE SZANSĄ NA ROZWÓJ OBSZARÓW WIEJSKICH NA PRZYKŁADZIE GMINY BAŁTÓW

1. Wstęp

Na potrzeby opracowania zdefiniowano pojęcie ekonomii społecznej, a także wyjaśniono szereg pojęć z nią związanych, w tym takich jak: przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne, przedsiębiorstwo społeczne, proces partycypacji społecznej, czy też ekonomizacji. Dla przebiegu dalszych rozważań, zwłaszcza w kontekście rozwoju obszarów wiejskich, przytoczono definicje kapitału społecznego i potencjału społeczności lokalnej, które tworzą niezbędne podwaliny do rozwoju lokalnego.

Ekonomia społeczna jest pojęciem bardzo często definiowanym przez pryzmat cech, które charakteryzują i w pewnym stopniu regulują relacje na linii podmioty ekonomii a społeczeństwo.

J. Hausner (2007, s. 15) proponuje, by ekonomię społeczną traktować jako „sektor gospodarki, w którym organizacje są zorientowane na społeczną użyteczność, a wypracowywana przez nie nadwyżka służy realizacji celu społecznego”. Osiągnięcie przytoczonego celu przez organizację ekonomii społecznej ma być możliwe dzięki autonomicznemu zarządzaniu, demokratycznemu głosowaniu i lokalnemu zakorzenieniu, rozumianemu jako działanie dla lokalnej wspólnoty, przy wykorzystaniu jej potencjału.

* Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy, Instytut Gospodarki Turystycznej i Geografii, 85-229 Bydgoszcz, ul. Garbary 2, e-mail: joanna.kosmaczewska@byd.pl.

Zatem ekonomię społeczną różni od gospodarki prywatnej ukierunkowanie na cel inny niż zysk, a od gospodarki publicznej odmienny mechanizm kontroli działalności i świadczenie dóbr i usług na rzecz grup defaworyzowanych. Ekonomia społeczna najczęściej łączona jest z działalnością tzw. trzeciego sektora (organizacjami społeczeństwa obywatelskiego), lecz jednocześnie mieszczą się w niej określone działania sektora publicznego, jak choćby dotyczące polityki zatrudnienia czy polityki integracji społecznej, a także w określonym wymiarze dotyczy sektora prywatnego, np. w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu (Rymsza 2005).

Jak podaje B. Rok (2007, s.160) „odpowiedzialny biznes to podejście strategiczne i długofalowe, oparte na zasadach dialogu społecznego i poszukiwaniu rozwiązań korzystnych dla wszystkich”. Większość definicji odpowiedzialnego biznesu koncentruje się wokół sposobu osiągania zysku i zwiększania wartości firmy, zakładając, że cele te będą realizowane przez pryzmat wspomagania rozwoju społecznego. Zatem podstawowe zadanie podmiotu gospodarczego, jakim jest zysk, nie zostaje pominięte w przypadku przedsiębiorstwa społecznie odpowiedzialnego, a jedynie uzupełnione o inne elementy towarzyszące, pomocne w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku.

Przedsiębiorstwo społecznie odpowiedzialne to zatem takie, które w swojej strategii w równym stopniu kładzie nacisk na wymiar ekonomiczny (*Profit*), ekologiczny (*Planet*) i społeczny (*People*), co w literaturze tematu określane jest mianem koncepcji „potrójnej linii przewodniej” (Elkington 1998), zwanej także „P3”.

Jednak odpowiedzialność za losy lokalnych społeczności nie może być przerzucana całkowicie na podmioty gospodarcze. W roli „aktorów” rozwoju lokalnego powinien występować przede wszystkim samorząd terytorialny i mieszkańcy analizowanego obszaru. Ich inicjatywy podejmowane na rzecz wspólnego dobra określane są mianem partycypacji społecznej, w przypadku działań podejmowanych z inicjatywy mieszkańców lub partycypacji publicznej definiującej w znacznej mierze (choć nie tylko) działania władz lokalnych. Tak istotna bowiem w rozwoju lokalnym inicjatywa oddolna mieszkańców powinna się przejawiać inicjowaniem i uczestnictwem w działaniach zbiorowych podejmowanych na rzecz miejscowych społeczności (Lewenstein i in. 2010).

Zjawiskiem, które bez wątpienia dotyczy także zagadnień rozważa-

nych w ramach ekonomii społecznej, jest ekonomizacja. Można ją rozumieć jako podejmowanie przez organizacje *non profit* działań o charakterze ekonomicznym. Jak podaje J. Wygnański (2008), proces ekonomizacji w odniesieniu do organizacji pozarządowych nie musi mieć charakteru komercyjnego, a przychód wygenerowany na podstawie sprzedaży (bezpośredniej lub pośredniej) dóbr i usług może zostać wykorzystany jako swoiste „narzędzie” do osiągnięcia niezależności. Ponadto świadczenie usług na zasadach rynkowych stwarza zwykle możliwość większego zatrudnienia, przy założeniu społecznych celów organizacji – skierowanego do grup defaworyzowanych.

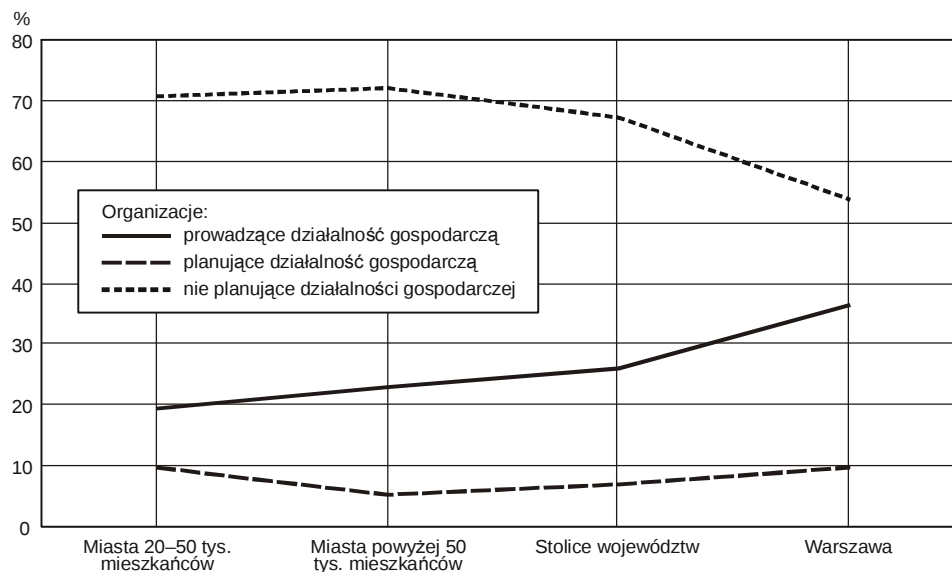
Podejmowanie działalności ekonomicznej przez podmioty reprezentujące tzw. trzeci sektor jest praktykowane w wielu krajach. Jak wskazują wyniki badań przeprowadzone w 35 krajach (w tym także w Polsce) przez Johns Hopkins University, a cytowane przez J. Wygnańskiego (2008) dochody ze sprzedaży usług w sektorze *non profit* pełnią funkcję dominującą i stanowią ok. 43% całkowitych źródeł finansowania.

Natomiast badania przeprowadzone przez Stowarzyszenie Klon/Jawor wykazały, że zaangażowanie w działalność gospodarczą lub odpłatną rodzimych organizacji *non profit* jest silnie zróżnicowane ze względu na wielkość miejscowości, w której działa dana organizacja. Jak wskazują dane prezentowane na rysunku 1, liczba organizacji *non profit* prowadzących działalność gospodarczą rośnie wraz z liczbą mieszkańców danego obszaru. Oznacza to zatem, że statystycznie częściej działalność zarobkową prowadzą organizacje trzeciego sektora zlokalizowane w miastach niż na obszarach wiejskich.

Większe zaangażowanie w ekonomizację ze strony organizacji działających w dużych miastach można tłumaczyć m.in. lepszym wykształceniem mieszkańców miast (w tym można założyć, że także działaczy i liderów miejscowych organizacji), ale również większym popytem na dobra i usługi, które potencjalnie mogłaby świadczyć organizacja.

Obserwowanym na rynku pomysłem na zrównoważenie działalności filantropijnej z ekonomizacją są przedsiębiorstwa społeczne, których powstanie często bywa inicjowane przez stowarzyszenia lub fundacje o ugruntowanej już pozycji. Jednak w chwili obecnej ze względu na brak ustawowej definicji przedsiębiorstwa społecznego, działalność takiego podmiotu oznacza konieczność ciągłego instytucjonalnego oscylowania między różnymi porządkami działań. Brak stosownych regulacji określa-

jących ramy funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych rodzi zatem szereg poważnych wyzwań dla samego podmiotu, ale także dla jego otoczenia, w tym np. służb podatkowych, środowisk biznesu czy tradycyjnie pojmowanej filantropii.



Rys. 1. Zaangażowanie w działalność gospodarczą lub odpłatną ze względu na wielkość miejscowości, w której działa organizacja
Źródło: J. Wygnański (2008)

Jednak po wstępnych konsultacjach jest już projekt ustawy o przedsiębiorczości społecznej i przedsiębiorstwie społecznym, który nie tylko będzie regulował statut przedsiębiorstwa społecznego, określał przynależne mu ulgi i zwolnienia (zwolnienie z podatku dochodowego od osób prawnych, niższy podatek od nieruchomości), ale wprowadzi także nadzór nad gospodarnością i rzetelnością przedsiębiorstw społecznych realizowany przez Izbę Przedsiębiorców Społecznych.

Przygotowywana ustawa ma także nakładać obowiązek przekazywania co najmniej 10% dochodu na realizację zadań pożytku publicznego dedykowanych społeczności lokalnej w miejscu prowadzenia działalności. Choć pomysł ten budzi pewne kontrowersje, to ma na celu wytworzenie silnych relacji między przedsiębiorstwem społecznym a lokalną społecznością, stawiając tym samym mieszkańców w roli głównych beneficjentów działalności przedsiębiorstwa. Jak wskazują badania prze-

prowadzone przez Zespół Pracowni Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” na próbie 111 osób ponad 61 respondentów (55%) uważa, że zapis dotyczący ograniczonego dysponowania zyskiem przedsiębiorstwa społecznego jest właściwy¹.

Problem ze zdefiniowaniem przedsiębiorstwa społecznego istnieje nie tylko na kanwie uregulowań prawnych, ale dotyczy także literatury przedmiotu. Pojawiają się co prawda definicje przedsiębiorstwa społecznego, jednak najczęściej jest ono charakteryzowane przez zbiór cech, które określają sposób i zakres jego działania. Szczegółowo problematyką tą zajęli się w swojej ekspertyzie J. Hausner i N. Laurisz (2007), tworząc zestaw cech, które powinny charakteryzować działalność przedsiębiorstwa społecznego. Ich zdaniem są to:

- „wytworzenie produktów lub usług wiążące się z ryzykiem gospodarczym i ekonomiczną weryfikacją efektów tej działalności,
- ukierunkowanie działalności na integrację społeczną w skali danej społeczności lokalnej,
- podporządkowanie stosunków własnościowych interesom interesariuszy,
- kultura zarządzania osadzona na partnerstwie i partycypacji,
- demokratyczna kontrola ze strony interesariuszy”.

Równie często przytaczaną definicją jest ta sformułowana przez sieć badawczą EMES, która za przedsiębiorstwo społeczne uznaje podmiot, którego zyski z działalności są reinwestowane w samo przedsiębiorstwo lub wykorzystywane na cele społeczne, z korzyścią dla określonej wspólnoty. EMES definiuje także kryteria społeczne i ekonomiczne, którymi powinny charakteryzować się inicjatywy podejmowane w ramach ekonomii społecznej (tab. 1).

Jednak jak podają B. Worek i S. Krupnik (2007), przyjmując powyższe kryteria ekonomiczne oraz społeczne i dopasowując je do polskich NGO, „próbę ekonomii społecznej” pomyślnie przechodzi niespełna 10% organizacji. Taki stan rzeczy może wynikać z ograniczonej przedsiębiorczości

¹ Badanie wykonano w ramach projektu „Partnerstwo na rzecz instytucjonalizacji ekonomii społecznej”, realizowanego przez Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego wykonany w 2011 r. przez Zespół Pracowni Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia”. Badanie nie miało charakteru reprezentatywnego. Dobór respondentów miał charakter mieszany (celowo-samoselekcyjny).

podmiotów działających w ramach tzw. trzeciego sektora, ale z pewnością jest także konsekwencją braku ustawowej definicji przedsiębiorstwa społecznego.

Tabela 1. Kryteria ekonomiczne i społeczne definiujące działalność w ramach ekonomii społecznej

Kryteria ekonomiczne	Kryteria społeczne
Prowadzenie w sposób względnie ciągły, regularny działalności opierającej się na instrumentach ekonomicznych	Wyraźna orientacja na społecznie użyteczny cel przedsięwzięcia
Niezależność, suwerenność instytucji w stosunku do instytucji publicznych	Oddolny, obywatelski charakter inicjatywy
Ponoszenie ryzyka ekonomicznego	Specyficzny, możliwie demokratyczny system zarządzania
Istnienie choćby nielicznego płatnego personelu	Możliwie wspólnotowy charakter działania
	Ograniczona dystrybucja zysków

Źródło: J. Defourny, M. Nyssens (2007).

Zdecydowanie większa zgodność dotyczy celów, do jakich powołuje się przedsiębiorstwo społeczne. Wśród podstawowych celów wymienia się zatem działalność na rzecz lokalnej społeczności w obszarze (Górska 2010, Stasiak 2011):

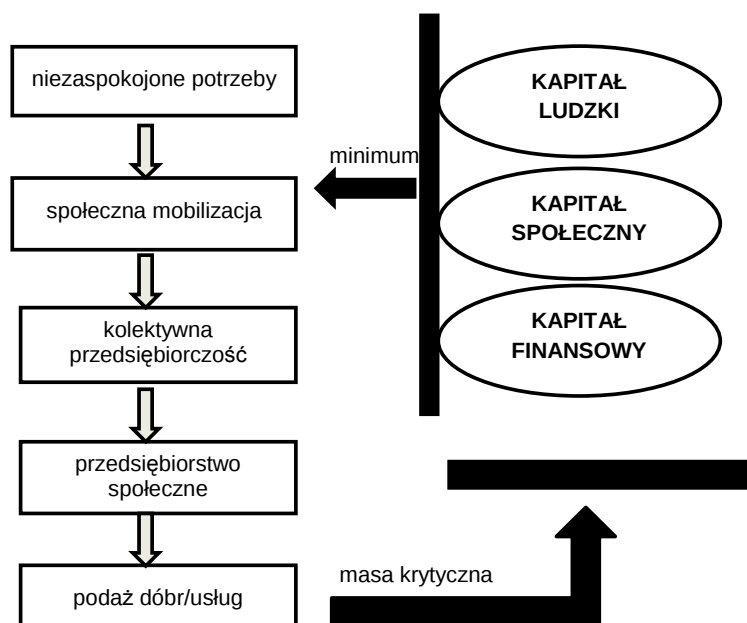
- walki z długotrwałym bezrobociem,
- walki z wykluczeniem społecznym wywołanym patologiami,
- tworzenia społeczeństwa obywatelskiego,
- poprawy jakości życia.

Należy przyjąć, że rozwój lokalny zainicjowany działalnością przedsiębiorstwa społecznego, jak i samo powstanie takiego podmiotu jest możliwe, jeśli występuje odpowiedni kapitał społeczny. Choć jest on zagadnieniem definiowanym na wiele czasami sprzecznych sposobów, to ma także wspólny mianownik, którym pozostaje zaufanie oraz istotne znaczenie powiązań międzyludzkich, a także podzielenie wspólnych wartości i norm (Putnam 1995). Jak podaje T. Kaźmierczak (2007), obecne w literaturze przedmiotu definicje kapitału społecznego sprowadzają się do trzech podejść, tj. podkreślających funkcję ról i powiązań sieci społecznych, ogniskujących się na wartościach, zaufaniu i podzielanym normach oraz tzw. definicje mieszane łączące dwa wcześniej wspomniane podejścia.

Można założyć, że o roli kapitału społecznego w rozwoju lokalnym

decydować będzie jego komplementarność lub substytucyjność wobec innych postaci kapitału. Jakikolwiek rozwój, a zwłaszcza rozwój przedsiębiorstw społecznych na obszarach wiejskich, jest mocno ograniczony, jeśli kapitał społeczny pozostaje jedynie w dyspozycji osób i grup społecznych posiadających dostęp do innych kapitałów, np. takich jak kapitał ludzki czy finansowy. W takiej sytuacji kapitał społeczny może być odzwierciedleniem polaryzacji społeczności lokalnej, co z kolei stanowi barierę w rozwoju analizowanego obszaru (Kosmaczewska 2009).

Jednak występowanie na danym obszarze niezbędnego minimum kapitałów stwarza nie tylko podstawy do funkcjonowania przedsiębiorstwa społecznego, ale także do ich pomnożenia i osiągnięcia wystarczającej „masy krytycznej” stymulującej długotrwały i wielofunkcyjny rozwój (rys. 2).



Rys. 2. Kapitał a przedsiębiorstwo społeczne – analiza powiązań

Źródło: opracowanie własne

Powyższe rozważania wskazują zatem na bardzo istotne zadanie dla ekonomii społecznej, w tym przedsiębiorstw społecznych, które polega na wyrównywaniu dostępu do potencjałów endogennych, takich jak choćby: kapitał ludzki, społeczny, kulturowy czy finansowy. Choć zazna-

czyć w tym miejscu należy, że do powstania podmiotu ekonomii społecznej i realizacji wspomnianych zadań niezbędny jest określony, jednak bardzo trudno mierzalny potencjał społeczności lokalnej.

Porównując dość szeroki wachlarz definicji, można uznać, że na potencjał społeczności lokalnej składają się takie elementy, jak:

- zasoby, rozumiane bardzo szeroko, jako umiejętności, ale także prezentowanie przedsiębiorczych postaw przez mieszkańców, jednostki samorządu terytorialnego i organizacje pozarządowe,

- sieci relacji,

- przywództwo,

- chęć do współdziałania, rozumiana jako wsparcie dla angażowania się członków lokalnej społeczności we wspólne działania i rozwiązywanie problemów (Kaźmierczak 2007).

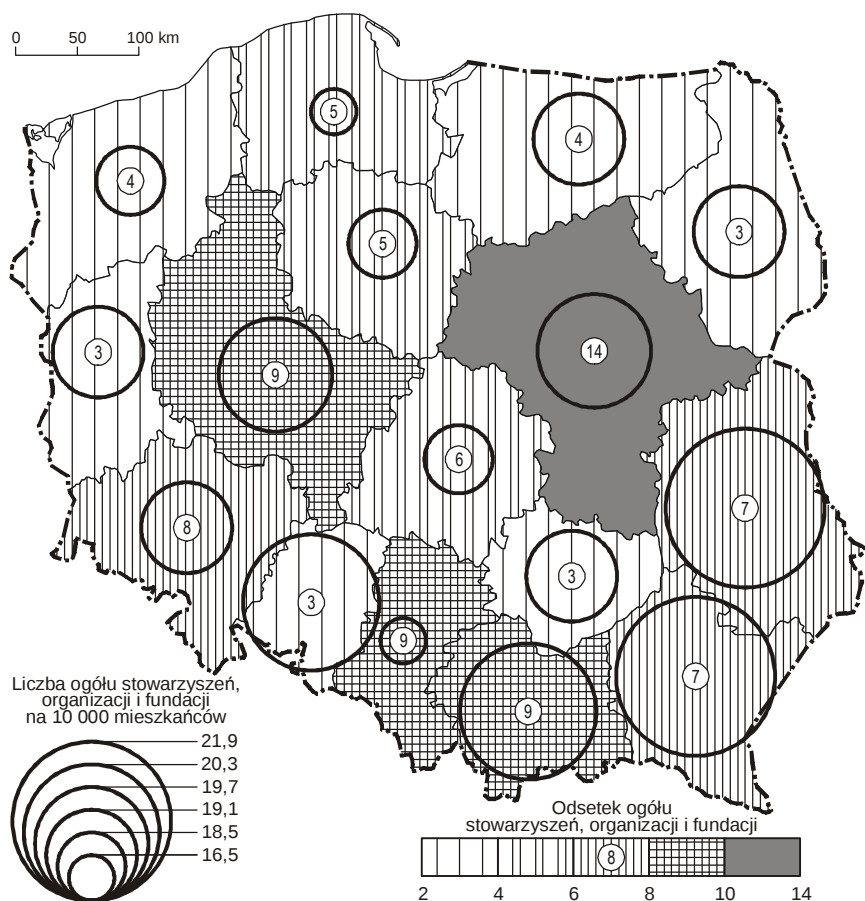
Podkreślić w tym miejscu należy, że rola potencjału społeczności lokalnej i kapitału społecznego w powstawaniu i funkcjonowaniu przedsiębiorstwa społecznego w znacznej mierze opiera się na oddolnej mobilizacji i kolektywnej przedsiębiorczości.

Reasumując dotychczasowe rozważania, można stwierdzić, że rozwój zainicjowany działaniami przedsiębiorstw społecznych jest możliwy tylko na tych obszarach wiejskich, na których potencjalni beneficjenci planowanych lub już realizowanych celów społecznych będą potrafili poprzez współdziałanie oparte na zaufaniu zwiększać dostęp do poszczególnych zasobów dla wszystkich mieszkańców lokalnej społeczności. Działanie takie rokuje bowiem wzrostem zarówno kapitału społecznego, jak i potencjału społeczności lokalnej, co stanowi podstawę do rozwijania kolejnych inicjatyw z zakresu ekonomii społecznej lub większej ekonomizacji podmiotów i organizacji już istniejących.

2. Ekonomia społeczna w Polsce – zarys zjawiska

Według danych Departamentu Badań Społecznych GUS o stowarzyszeniach, fundacjach i społecznych podmiotach wyznaniowych w Polsce w 2008 r. aktywnych było 71 tys. podmiotów, z czego 69,4 tys. stanowiły stowarzyszenia i inne organizacje społeczne (w tym m.in. związki sportowe, ochotnicze straże pożarne i koła łowieckie), a 5,9 tys. fundacje (*Podstawowe dane...* 2010). Jak podaje GUS, na 10 tys. osób przy-

padało 18,6 wspomnianych organizacji. Ich rozmieszczenie jest jednak dość nierównomierne w podziale na województwa, a silnie zróżnicowane w podziale na miasto i wieś. Bowiem 64% stowarzyszeń, organizacji i fundacji zlokalizowanych było na terenie gmin miejskich, 19% na terenie gmin miejsko-wiejskich i zaledwie 14% posiadało swoją siedzibę na terenie gmin wiejskich (*Podstawowe dane...* 2010). Rozmieszczenie liczby analizowanych jednostek w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców oraz ich procentowy udział z podziałem na województwa prezentuje rysunek 3.



Rys. 3. Liczba i udział (%) stowarzyszeń, organizacji i fundacji na 10 tys. mieszkańców według województw
Źródło: *Podstawowe dane...* (2010, s. 4)

Strukturę rodzajową podmiotów gospodarki społecznej w Polsce tworzą:

- stowarzyszenia,
- fundacje,
- spółdzielnie,
- zakłady aktywności zawodowej dla osób niepełnosprawnych,
- kluby integracji społecznej dla grup długotrwale wykluczonych z rynku pracy,
- centra integracji społecznej dla grup długotrwale wykluczonych z rynku pracy,
- warsztaty terapii zajęciowej,
- partnerstwa lokalne,
- sieci firm społecznych,
- spółki z o.o. (Leś 2008).

Przedsiębiorstwo społeczne to stosunkowo nowa forma aktywności w Polsce, która może być realizowana zarówno w ramach tradycyjnych form prawnych, takich jak np. stowarzyszenie czy fundacja, jak i nowych struktur organizacyjnych, takich jak spółdzielnie socjalne czy spółki z o.o. Bardzo szeroki jest także zakres działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa społeczne, jednak najczęściej oscyluje on wokół następujących zadań:

- działalność na rynku pracy na rzecz grup defaworyzowanych,
- dostarczanie usług publicznych, w tym społecznych, np. w zakresie edukacji, i technicznych, np. komunalnych,
- świadczenie usług o charakterze wzajemnym,
- świadczenie usług na otwartym rynku (np. związanych z obsługą ruchu turystycznego),
- działalność handlowa i produkcyjna, w tym rękodzielnicza.

Jak podaje GUS, łączna kwota przychodów wykazana w 2008 r. przez wszystkie aktywne stowarzyszenia i organizacje społeczne wyniosła 12,7 mld zł, co daje ok. 179 tys. zł przychodu na jeden „aktywny podmiot” rocznie. Analiza struktury przychodów sektora typowych stowarzyszeń² i organizacji społecznych wskazuje jednak na niską i niestety wykazującą tendencję malejącą ekonomizację.

² Pojęcie typowych stowarzyszeń wprowadza GUS, definiując je jako zbiorowość stowarzyszeń i organizacji społecznych, które nie są stowarzyszeniami kultury fizycznej, związkami sportowymi, ochotniczymi strażami pożarnymi ani kołami łowieckimi.

W 2008 r. zmniejszyły się o 12% przychody stowarzyszeń, organizacji społecznych i fundacji pozyskane z działalności gospodarczej i odpłatnej działalności statutowej, a więc tej części funkcjonowania wspomnianych jednostek, która może być wyznacznikiem finansowej zaradności i przedsiębiorczości. W analizowanym roku zwiększyły się natomiast znacznie, bo aż o 6% przychody uzyskane od administracji rządowej.

Zestawienie źródeł finansowania działalności charakteryzowanych „jednostek” w latach 2005 i 2008 prezentuje tabela 2.

Tabela 2. Zestawienie struktury przychodów stowarzyszeń, organizacji społecznych i fundacji za lata 2005 i 2008

Kategorie przychodów	Odsetek przychodów	
	2005	2008
Działalność gospodarcza	24	19
Odpłatna działalność statutowa	22	15
Odsetki i dywidendy	2	2
Źródła publiczne:	27	39
administracja samorządowa	12	13
administracja rządowa	9	15
źródła zagraniczne, w tym UE	6	8
1% z PIT, nawiązki sądowe	1	3
Darowizny, zbiórki publiczne i inne przekazane środki	14	13
Składki członkowskie	6	5
Inne	3	7
Razem	100	100

Źródło: Podstawowe dane... (2010, s. 8).

Przytoczone wyniki dość klarownie wskazują na nieznaczne zainteresowanie podmiotów działających w sektorze *non-profit* działalnością zarobkową (lub mnogość barier hamujących taką aktywność), co jednak może ulec korzystnej poprawie wraz z doprecyzowaniem stosownych przepisów prawa. Organizacje gospodarki społecznej działające bowiem przy dużym zaangażowaniu przychodów o charakterze rynkowym, mają większe możliwości korzystania z pracy płaconej realizowanej na podstawie zatrudnienia etatowego, stając się tym samym istotnym i pożądanym pracodawcą.

Jak wskazuje GUS, pod koniec 2008 r. w analizowanych „jednostkach” na podstawie umów o pracę zatrudnionych było ponad 58 tys. osób, co daje 0,43% zatrudnienia w całej gospodarce narodowej. Nadmienić w tym miejscu jednak należy, że organizacje pozarządowe bardzo często korzystają także z pozaetatowej pracy realizowanej na podstawie umów cywilno-prawnych, które zdaniem GUS generują dodatkowe 38 tys. etatów przeliczeniowych (*Podstawowe dane...* 2010). Rozważania te wskazują zatem jednoznacznie, że przedsiębiorstwo społeczne może być także postrzegane przez lokalną społeczność jako jeden z pracodawców i dzięki utworzonym miejscom pracy stać się bodźcem do rozwoju.

3. Gospodarka społeczna na Bursztynowym Szlaku

Przedmiotem rozważań zostały przedsiębiorstwa społeczne, które powstały w ramach projektu „Gospodarka Społeczna na Bursztynowym Szlaku” realizowanego w latach 2004–2008. Budżet projektu wyniósł 9 270 000 zł i był utworzony z udziałem środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL³. Na potrzeby tego projektu przedsiębiorstwo społeczne zostało zdefiniowane jako „przedsiębiorstwo, które działając w oparciu o reguły gry rynkowej, jednocześnie wykonuje zadania ważne dla lokalnej społeczności” (patrz przyp. 3).

Administratorem projektu została Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, wspierana przez pięć organizacji pozarządowych pełniących funkcję lokalnych jednostek wdrożeniowych oraz firmy sektora prywatnego. Beneficjenci projektu zostali określani jako bezrobotne kobiety i młodzież.

Jednym z podstawowych zadań było stworzenie miejsc pracy, wykorzystując przy tym przyrodnicze i kulturowe zasoby regionu. W tym celu przeprowadzono cykl szkoleń, którego rezultatem było przygotowanie beneficjentów do wykonywania nowego zawodu w zakresie:

- organizator turystyki dziedzictwa,
- handlowiec usług dziedzictwa kulturowego,
- konserwator krajobrazu kulturowego,
- zarządcą przedsiębiorstwa społecznego.

³ www.equalszlakbursztynowy.pl.

Cechą charakterystyczną wszystkich pięciu przedsiębiorstw jest charakter działalności gospodarczej, która ogniskuje się wokół turystyki kulturowej opartej na walorach dziedzictwa kulturowego zlokalizowanych w obrębie Bursztynowego Szlaku Greenways i Szlaku Zielony Rower. Wszystkie prezentowane w tabeli 3 przedsiębiorstwa społeczne powstały przy lokalnych organizacjach pozarządowych: Fundacji Bieszczadzkiej Partnerstwo dla Środowiska, Stowarzyszenia Ekologiczno-Kulturalnego „Na Bursztynowym Szlaku”, Stowarzyszenia na Rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Bałt”, Babiogórskiego Stowarzyszenia „Zielona Linia” oraz Gorlickiego Stowarzyszenia Wspierania Przedsiębiorczości.

Tabela 3. Charakterystyka analizowanych przedsiębiorstw społecznych

Przedsiębiorstwo społeczne	Gmina	Zakres działalności
Green Traveller Turystyka Dziedzictwa Kulturowego	Sucha Beskidzka	tematyczne wycieczki warsztaty malowania na szkle warsztaty wytwarzania orawskich zabawek szmacianych wyrób drewnianych zabawek
Horyzonty ITD	Lanckorona	sklep produktu lokalnego „Galeria pod Gontem” (30 artystów i rzemieślników dostarcza towary z LGD Gościniec 4 żywiołów) kawiarnia „Pensjonat” biuro turystyczne
„Allozaur”	Bałtów	obsługa ruchu turystycznego utrzymanie infrastruktury (zlecenia od stowarzyszeń „Bałt” i „Delta” na utrzymanie zieleni, parkingów) wyrób pamiątek
Karpackie Centrum Turystyki Aktywnej „Zielony Rower”	Lesko	obsługa ruchu turystycznego warsztaty artystyczne
Dolina Ropy	Gorlice	sprzedaż imprez turystycznych sprzedaż pamiątek

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.equalszlakbursztynowy.pl.

Cztery z pięciu przedsiębiorstw społecznych funkcjonują jako działalność gospodarcza prowadzona w ramach NGO. Przedsiębiorstwo społeczne „Allozaur” istnieje jako spółka z o.o. powołana przez Stowarzy-

szenie „Delta” i osobę fizyczną, która zrzekła się zysków z tytułu działalności gospodarczej prowadzonej przez firmę. Ponadto zgodnie ze statutem przedsiębiorstwa nadwyżka finansowa wypracowana przez firmę jest w części przeznaczana na cele społeczne. Należy w tym miejscu nadmienić, że oprócz analizowanego w niniejszym opracowaniu przedsiębiorstwa „Allozaur” na terenie gminy Bałtów (województwo świętokrzyskie) działają także inne podmioty ekonomii społecznej:

- Stowarzyszenie na rzecz rozwoju gminy Bałtów – stowarzyszenie prowadzące działalność gospodarczą, organizacja pożytku publicznego,
- Stowarzyszenie „Delta” – prowadzi działalność gospodarczą, nie posiada statusu organizacji pożytku publicznego,
- Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Krzemienny Krąg” – zarządza dotacją z PROW przeznaczoną m.in. na: odnowę wsi, tworzenie mikroprzedsiębiorstw, różnicowanie działalności na obszarach wiejskich.

Powołanie do życia przedsiębiorstwa społecznego „Allozaur” nastąpiło w wyniku rozwijającej się na terenie gminy turystyki, na skutek podejmowanych działań (spływ tratwami, pierwsze modele dinozaurów) przez dwa pierwsze wspomniane stowarzyszenia.

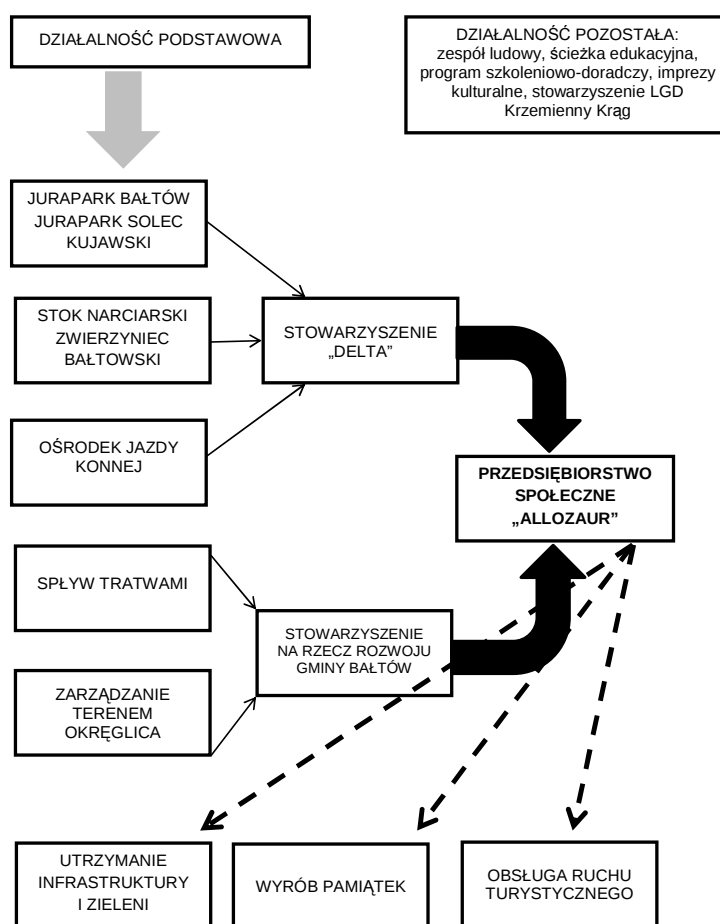
Tabela 4. Wybrane atrakcje gminy Bałtów

Atrakcja turystyczna	Rok powstania	Inicjator	Koszt uruchomienia w zł
Spływ tratwami po rzece Kamiennej	2003	„Bałt”	83 000
JuraPark Bałtów	2004	„Delta”	900 000
Ośrodek jazdy konnej Kraina Koni	2005	„Delta”	bd.
Zwierzyniec Bałtowski	2007	„Delta”	bd.
Stok narciarski Szwajcaria Bałtowska	2007	„Delta”	bd.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Atlasu dobrych praktyk” dostępnego na portalu www.ekonomiaspoleczna.pl.

W opracowaniu zostanie bliżej przedstawiona działalność przedsiębiorstwa „Allozaur” (ze względu na dość rzadko spotykaną formę), choć autorka pragnie w tym miejscu wyraźnie podkreślić, że prezentowane efekty w sferze ekonomicznej i społecznej wynikają z działalności wszy-

stkich wspomnianych podmiotów ekonomii społecznej. Inicjatorami większości powstałych atrakcji turystycznych były stowarzyszenia „Bałt” i „Delta”, natomiast przedsiębiorstwo społeczne „Allozaur” powstało głównie w celu utrzymania porządku w Bałtowskim Parku Jurajskim. Znaczna część jego działalności polega na świadczeniu usług turystycznych, w tym związanych z obsługą turystów oraz wyrobem i sprzedażą pamiątek, ale także usług komunalnych na rzecz stowarzyszeń „Bałt” i „Delta”. Charakterystykę wybranych inwestycji turystycznych poczynionych na terenie gminy Bałtów przedstawia tabela 4.



Rys. 4. Zakres działalności przedsiębiorstwa społecznego „Allozaur” Sp. z o.o.
Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji pozyskanych z przedsiębiorstwa

Szczegółowy zakres działalności wspomnianego przedsiębiorstwa oraz schemat powiązań z lokalnymi stowarzyszeniami przedstawia rysunek 4.

4. Przedsiębiorstwo społeczne „Allozaur” Sp. z o.o. – charakterystyka działalności i oddziaływania⁴

Przedsiębiorstwo społeczne „Allozaur”, działając w szeroko pojętej branży turystycznej (ale także budowlanej), sprzedaje oferty oparte na lokalnych zasobach przyrodniczych i kulturowych, a także stanowi zaplecze świadczące usługi techniczne na rzecz stowarzyszeń działających na terenie gminy Bałtów.

Przedsiębiorstwo powstało w 2006 r., a koszt jego uruchomienia wyniósł ok. 293 tys. zł. Źródła finansowania uruchomienia przedsiębiorstwa pochodziły z:

- kapitału założycielskiego spółki (w całości wniesiony aportem),
- programu IW EQUAL w wysokości 172,5 tys. zł,
- dotacji z PUP Ostrowiec oraz Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (2,6 tys. zł),
- przychodów ze sprzedaży usług (117,3 tys. zł).

Przedsiębiorstwo zatrudnia obecnie 55 osób na podstawie umowy o pracę, w tym z terenu gminy 40 osób. Aktualnie zatem koszty utworzenia jednego miejsca pracy w tej firmie wynoszą ok. 5 tys. zł. Jednak działalność przedsiębiorstwa społecznego „Allozaur” była impulsem do tworzenia nowych miejsc pracy w firmach kooperujących. Można tym samym uznać, że rzeczywisty koszt stworzenia jednego miejsca pracy był zdecydowanie niższy.

Od momentu założenia przedsiębiorstwa, a więc od 2006 r., liczba pracowników wzrosła o 43 osoby. Biorąc zatem pod uwagę średnią płacę netto w tymże przedsiębiorstwie, można wyliczyć, że rocznie mieszkańcy gminy zatrudnieni w tym przedsiębiorstwie osiągają dochody w wysokości 576 000 zł.

Jak podaje GUS, udział wydatków w dochodach dla grupy pracowników wyniósł w 2010 r. 81,6% (*Sytuacja gospodarstw domowych...* 2010),

⁴ Dane prezentowane w podrozdziale pochodzą bezpośrednio z przedsiębiorstwa „Allozaur” (jeśli nie podano inaczej) i zostały pozyskane w drodze badania ankietowego.

co w analizowanym przypadku pozwala szacować, że zatrudnieni w przedsiębiorstwie społecznym „Allozaur” pracownicy wydatkują ok. 470 000 zł rocznie. Oczywiście część tych pieniędzy w postaci tzw. wycieku „wypływa” z terenu gminy. By dokładnie oszacować, ile pieniędzy pozostaje na terenie gminy, należałoby dokonać badań ankietowych określających strukturę konsumpcji wspomnianych pracowników.

W niniejszych rozważaniach, opierając się na danych wtórnych udostępnianych przez GUS, można założyć, że 24,8% wydatków całkowitych przeznaczane jest na żywność i napoje bezalkoholowe, a więc wydatki dokonywane najczęściej w miejscu zamieszkania. Przyjmując zatem bardzo ostrożne założenie, można oszacować, że pracownicy analizowanego przedsiębiorstwa łącznie wydają na rzecz lokalnych firm nieco ponad 116 000 zł. W rzeczywistości jednak kwota ta powinna być znacznie wyższa, gdyż znaczna część wydatków na: napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie czy edukację może być realizowana także lub głównie w obrębie gminy.

Na dynamiczny rozwój przedsiębiorstwa społecznego Allozaur i wysokie zainteresowanie turystów gminą Bałtów wskazuje nie tylko rosnąca liczba odwiedzających, ale także zatrudnianie dwóch sezonowych pracowników oraz ciągle tworzenie dodatkowych atrakcji wydłużających sezon turystyczny.

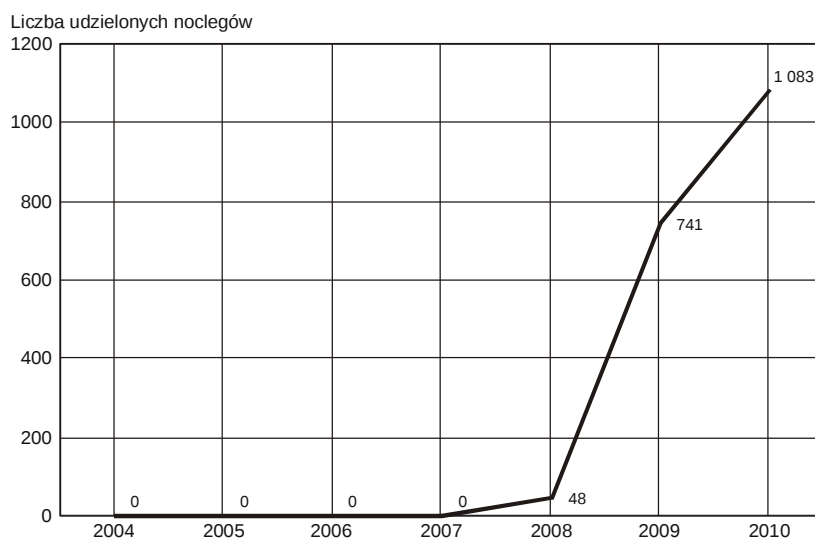
Przedsiębiorstwo społeczne może oddziaływać na rozwój obszaru, na którym funkcjonuje nie tylko tworząc miejsca pracy, ale także kupując dobra i usługi od innych lokalnych dostawców. Jeśli dobór tychże dostawców bazuje na lokalnych podmiotach, wówczas może stanowić znaczące źródło przychodów tych firm, a także istotny czynnik proinwestycyjny. Niestety, przedsiębiorstwo „Allozaur” w większości przypadków korzysta z usług firm spoza terenu gminy Bałtów, co jest w dużej mierze podyktowane brakiem niektórych działalności na terenie gminy. Przedsiębiorstwo korzysta z 22 dostawców, z czego tylko dwa to podmioty gospodarcze zlokalizowane w Bałtowie. Usługi transportowe, prawne i informatyczne na rzecz przedsiębiorstwa świadczą podmioty spoza gminy. Jedynie reklamą i promocją zajmuje się lokalny podmiot gospodarczy.

Roczne koszty funkcjonowania przedsiębiorstwa oscylują w granicach 1,66 mln zł. Przedsiębiorstwo charakteryzuje się 100-procentową samowystarczalnością ekonomiczną (liczoną jako stosunek sumy przychodów ze sprzedaży usług do sumy kosztów całkowitych bieżącej działalności).

W 2009 r. zysk wyniósł ok. 38 000 zł. Na przestrzeni ostatnich trzech lat zysk przedsiębiorstwa wykazywał tendencję rosnącą (o ok. 10%) i w 2010 r. wyniósł 42 000 zł, z czego na cele społeczne przeznaczono 5000 zł.

Wkład przedsiębiorstwa społecznego „Allozaur” w umacnianie lokalnego rynku usług i pracy przejawia się nie tylko w bezpośrednim zatrudnianiu mieszkańców gminy, ale także w kooperacji z partnerami lokalnymi, takimi jak: Urząd Gminy Bałtów, Urząd Gminy Chęciny, Świętokrzyski Związek Pszczelarstwa, Lokalna Grupa Działania „Krzemienny Krąg”.

Z danych pozyskanych w przedsiębiorstwie społecznym „Allozaur” wynika, że w 2010 r. z usług tego podmiotu skorzystało ok. 50 000 osób. Podstawowy zakres udzielonych usług na rzecz turystów to organizacja imprez turystycznych dla klientów grupowych. Także dane dostępne w Banku Danych Lokalnych GUS wyraźnie wskazują, że rozwój turystyki na terenie gminy Bałtów dynamicznie rozwija się zaledwie od kilku lat, co z pewnością należy wiązać z działalnością wcześniej wspomnianych stowarzyszeń oraz działalnością uzupełniającą w stosunku do nich samego przedsiębiorstwa społecznego „Allozaur” (rys. 5).



Rys. 5. Liczba udzielonych noclegów na terenie gminy Bałtów w latach 2004–2010
Źródło: dane Banku Danych Lokalnych GUS

Przyjmując szacunkowy koszt noclegu na poziomie 30 zł za dobę, można obliczyć, że 731 osób korzystających z 1083 noclegów wydało na terenie gminy Bałtów w 2010 r. co najmniej 32 490 zł w bazie zbiorowego zakwaterowania, choć założyć należy, że kwota ta jest raczej niedoszacowana. Można bowiem przyjąć, że wydatki na zakwaterowanie zostały w większości przypadków zwiększone wydatkami ponoszonymi na wyżywienie, skorzystanie z miejscowych atrakcji, czy też zakup pamiątek. Ponadto bazę noclegową zbiorowego zakwaterowania uzupełnia 25 gospodarstw agroturystycznych, w przypadku których statystyczna sprawozdawczość nie zawsze jest kompletna.

Ponadto źródłem dochodów dla lokalnej społeczności są także odwiedzający jednodniowi, których jakkolwiek „rejestracja” nie jest prowadzona. Jednak działające na terenie gminy stowarzyszenia na podstawie sprzedaży biletów do lokalnych atrakcji szacują, że w 2010 r. gminę Bałtów odwiedziło ok. 500 000 osób. Zakładając zatem, że każda z osób skorzystała z co najmniej jednej atrakcji (średnia cena biletu ok. 17 zł) daje to łączną kwotę wydatków poniesioną przez odwiedzających na poziomie blisko 8 mln zł⁵.

Porównanie dynamiki liczby udzielonych noclegów na terenie gmin, w których w latach 2004–2008 realizowany był program stymulujący powstawanie przedsiębiorstw społecznych („Gospodarka Społeczna na Bursztynowym Szlaku”) wskazuje jednoznacznie, że gmina Bałtów odniosła w tym zakresie największy sukces.

Dynamikę zmian (na podstawie indeksów łańcuchowych) obliczono korzystając z poniższego wzoru (Ostasiewicz, Rusnak, Siedlecka 1999):

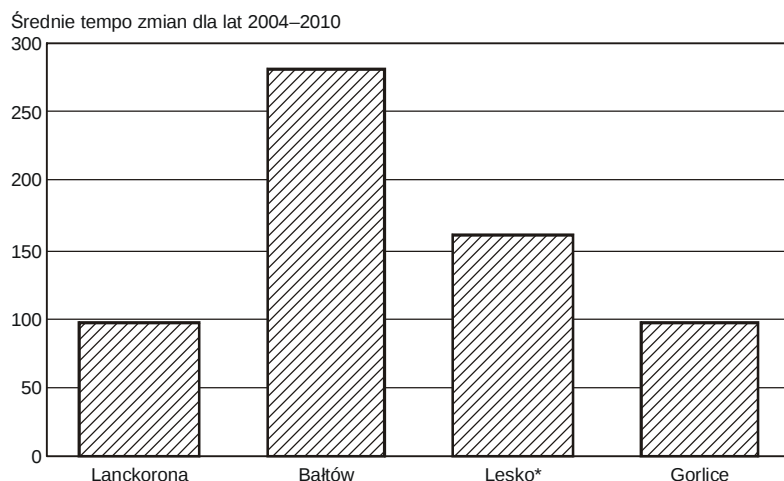
$$I_{n/n-1} = \frac{y_n}{y_{n-1}} \times 100$$

gdzie: y_n – poziom zjawiska w okresie badanym,

y_{n-1} – poziom zjawiska w okresie poprzedzającym.

Następnie dysponując poszczególnymi indeksami łańcuchowymi, przy wykorzystaniu średniej arytmetycznej obliczono średnie tempo zmian (rys. 6).

⁵ Szacując poniższą kwotę, od liczby 50 000 odwiedzających odjęto 731 osób korzystających z noclegów – gdyż dla tej grupy odbiorców szacunków zostały dokonane wcześniej.



* Dane tylko dla obszarów wiejskich.

** Rozważania dotyczą obszarów wiejskich, dlatego pominięto miasto Sucha Beskidzka (przedsiębiorstwo Green Traveler).

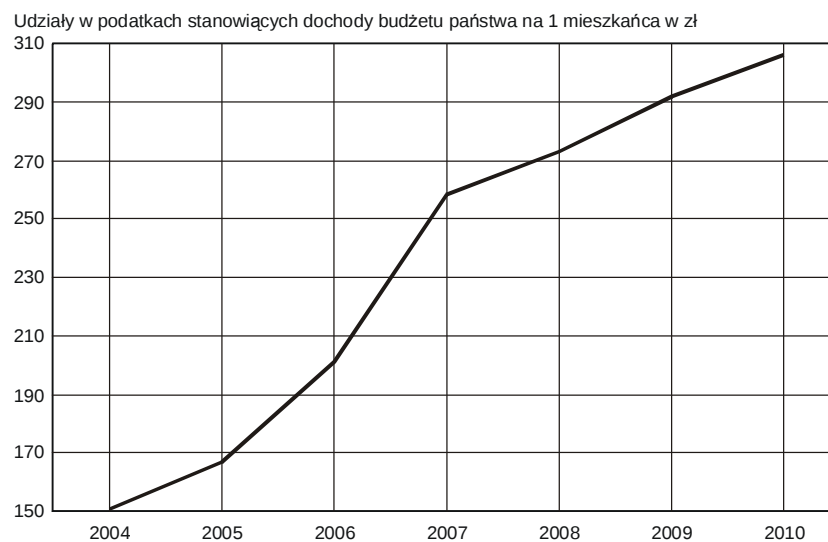
Rys. 6. Dynamika zmian liczby udzielonych noclegów na terenie gmin objętych projektem „Gospodarka Społeczna na Bursztynowym Szlaku” w latach 2004–2010**

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Spektakularna jest nie tylko liczba turystów i odwiedzających jednostkowych przyjeżdżających do Bałtowa, ale także ekonomiczne i społeczne rezultaty całego przedsięwzięcia.

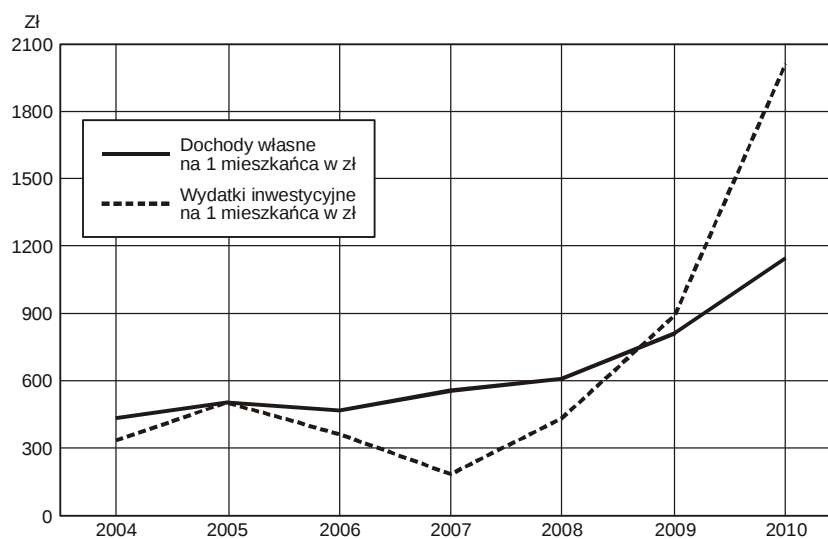
Wartość udziałów w podatkach stanowiących dochody budżetu państwa świadczy pośrednio o zasobności mieszkańców gminy, o ich dochodach i kondycji funkcjonujących na jej terenie podmiotów gospodarczych. Analiza tego wskaźnika dla gminy Bałtów w latach 2004–2010 wykazuje ponad 200-procentowy wzrost, co prezentuje rysunek 7.

Także analiza dochodów własnych gminy wskazuje na korzystne ekonomiczne efekty rozwoju turystyki w Bałtowie. Dochód własny gminy wzrósł od 2004 r. o ponad 260%. Jeszcze dynamiczniej wzrosły w tym samym okresie wydatki inwestycyjne (o blisko 600%), co wskazuje na realizację długoterminowych planów rozwojowych (rys. 8).



Rys. 7. Analiza udziałów w podatkach stanowiących dochody budżetu państwa na 1 mieszkańca w gminie Bałtów w latach 2004–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS



Rys. 8. Analiza dochodów własnych i wydatków inwestycyjnych w gminie Bałtów w latach 2004–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

5. Podsumowanie

Podejmowanie działań związanych z ekonomią społeczną, czy to w formie tworzenia przedsiębiorstw społecznych, czy też „ekonomizujących” stowarzyszeń, może być stymulatorem istotnych zmian na obszarach wiejskich. Jednak jak wskazują powyższe rozważania, samo stworzenie podmiotu ekonomii społecznej nie jest jeszcze gwarantem sukcesu. Przykład projektu „Gospodarka społeczna na Bursztynowym Szlaku” wskazuje, że niezbędne jest minimum kapitału nie tylko finansowego, ale także ludzkiego, a przede wszystkim społecznego, by mieszkańcy wsi chcieli wspólnie pracować i współpracować w ramach przedsiębiorstwa społecznego. Jako niezmiernie ważna w omawianym kontekście ujawniona została rola lidera – koordynatora planów i procesów rozwojowych, którą w gminie Bałtów pełnią głównie stowarzyszenia „Bałt” i „Delta”.

Podsumowując przedstawione rozważania, można zatem stwierdzić, że nadrzędnym zadaniem przedsiębiorstwa społecznego działającego na obszarach wiejskich jest pomnażanie zastanych kapitałów, aż do momentu osiągnięcia przez nie wystarczającej „masy krytycznej” stymulującej długotrwały i wielofunkcyjny rozwój.

Literatura

- Defourny J., Nyssens M., 2007, *Social enterprise and social entrepreneurship*, EMES Roskilde Seminar.
- Elkington J., 1998, *Cannibal with forks: The triple bottom line of 21 century business*, New Society Publishers, Stony Creek.
- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia 9 (4).
- Hausner J., 2007, *Ekonomia społeczna jako kategoria rozwoju*, [w:] Hausner J., (red.), *Ekonomia społeczna a rozwój*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Hausner J., Laurisz N., 2007, *Przedsiębiorstwo społeczne – konceptualizacja*, [w:] Hausner J. (red.), *Zarządzanie podmiotami ekonomii społecznej*, Kraków.
- Kaźmierczak T., 2007, *Kapitał społeczny a rozwój społeczno-ekonomiczny – przegląd podejść*, [w:] Kaźmierczak T., Rymsza M. (red.), *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.

- Kaźmierczak T., 2011, *Partycypacja publiczna: pojęcie, ramy teoretyczne*, [w:] Olech A. (red.) *Partycypacja publiczna. O uczestnictwie obywateli w życiu wspólnoty lokalnej*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- Kosmaczewska J., 2009, *Kapitał społeczny mieszkańców wsi jako czynnik turystycznego rozwoju obszarów wiejskich*, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, 8 (4), Wyd. SGGW, Warszawa.
- Leś E., 2008, *Gospodarka społeczna i przedsiębiorstwo społeczne. Przegląd koncepcji i dobrych praktyk*, [w:] *Gospodarka społeczna i przedsiębiorstwo społeczne. Wprowadzenie do problematyki*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Lewenstein B., Schindler J., Skrzypiec R., 2010, *Partycypacja społeczna i aktywizacja w rozwiązywaniu problemów społeczności lokalnych*, Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Ostasiewicz S., Rusnak Z., Siedlecka U., 1999, *Statystyka – elementy teorii i zadania*, Wyd. AE, Wrocław.
- Podstawowe dane o stowarzyszeniach, fundacjach i społecznych podmiotach wyznaniowych działających w 2008 roku*, 2010, Departament Badań Społecznych, GUS, Warszawa.
- Putnam R.D., 1995, *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, przeł. J. Szacki, Wyd. Znak, Kraków
- Rok B., 2007, *Biznes społecznie odpowiedzialny – teoria i praktyka*, [w:] Hausner J. (red.), *Ekonomia społeczna a rozwój*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej i UE, Kraków.
- Rymsza A., 2005, Partnerzy służby publicznej? Wyzwania współpracy sektora pozarządowego administracji publicznej w świetle doświadczeń amerykańskich, Trzeci Sektor, 3.
- Stasiak A., 2011, *Wieś jako obszar turystyki społecznej*, [w:] *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Zeszyty Naukowe Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis 288, Oeconomica, 64.
- Sytuacja gospodarstw domowych w 2010 roku w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych*, 2010, Departament Warunków Życia GUS, Warszawa.
- Worek B., Krupnik S., 2007, *Analiza porównawcza popytu na umiejętności i kwalifikacje oraz podaży usług szkoleniowych i doradczych dla przedsiębiorstw społecznych*, Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego, Kraków.
- Wygnański J., 2008, *Ekonomizacja organizacji pozarządowych. Możliwość czy konieczność?*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa.

Strony internetowe

www.ekonomiaspoleczna.pl.
www.equalszlakbursztynowy.pl.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Janusz Hochleitner*

TURYSTYKA SPOŁECZNA A SPECJALIZACJA WSI W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO- -MAZURSKIM

Przedmiotem analizy są przedsięwzięcia w zakresie tzw. turystyki społecznej, które w poważnym stopniu umożliwiają budowanie tożsamości regionalnej. Ten aspekt wydaje się bardzo ważny dla terytoriów, które w wyniku ostatecznych postanowień koalicji antyhitlerowskiej w 1945 r. znacznie zmieniły strukturę etniczną, co w wypadku wybranego województwa warmińsko-mazurskiego zasadniczo ukształtowało długą drogę odkrywania przez nowych mieszkańców dawnych relikwów tej ziemi. Proces ten doprowadził do ukształtowania się miejscowego bogactwa kulturowego, stanowiącego połączenie dawnej kultury materialnej (przedwojennej) z różnorodnymi tradycjami przyniesionymi przez nowych osadników. To trudne dziedzictwo historyczne nie zawsze jest właściwie odczytywane przez mieszkańców wielu miejscowości w regionie. Nie było one właściwie przez nich rozumiane czy interpretowane przez długi czas. Stopniowo, i to zaledwie od dwóch dekad, zaczęły rodzić się w tym duchu pierwsze inicjatywy edukacyjne oraz zaczęto zawiązywać stowarzyszenia, które stawiają przed sobą zadanie upowszechnienia lokalnego dziedzictwa. W ostatnich latach coraz częściej mieszkańcy okolicznych wsi zaczęli poszukiwać własnej interpretacji dla przeszłości i teraźniejszości. W dużym stopniu stymulowało to działanie wyłanianie się poszczególnych lokalnych grup działania oraz udane inicjatywy organizacji pozarządowych.

* Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Instytut Historii i Stosunków Międzynarodowych, 10-725 Olsztyn, ul. K. Obizta 1, e-mail: janusz.hochleitner@uwm.edu.pl.

Przestrzeń regionalna dla samych mieszkańców jest obszarem niemal rodzinnym, zdecydowanie pozytywnie waloryzowanym. Dla przybyszów z innych stron jest to ziemia, której walory stopniowo są dopiero odkrywane. Należy z myślą głównie o nich poszukiwać możliwości upowszechniania zgromadzonej wiedzy o dziedzictwie ziemi. Edukacyjnie należy pamiętać o potrzebie wpisywanie tych dziejów w szerszej perspektywie, odnoszącej się do przeszłości regionu, kraju czy świata. Poprzez nawiązania do historii regionalnej można uwypuklić specyfikę regionu, ukazać jego odrębność i podkreślić jego szczególną rolę np. w dziejach narodowych. Tego rodzaju wątki obecne są w ruchach regionalistycznych, które przez przywoływanie minionych wydarzeń i wybitnych postaci tworzą sieć symboli o dużych walorach tożsamościowo-integracyjnych. Należą do niej regionalne święta i festyny, muzea i izby pamięci, pomniki i place, a także regionalne miejsca kultu.

Turystyka na obszarach wiejskich dla turysty może być nośnikiem wiedzy, dostarczać przeżyć i rozrywki, a dla samej wsi ta forma aktywności może stać się metodą na życie we współczesnych realiach ekonomicznych. Takie działania równocześnie stanowią realną szansę na ocalenie dziedzictwa kulturowego (Jędrusiak 2010). Ten aspekt w sposób szczególny stał się obecny w działaniach tworzących partnerstwo 10 miejscowości tematycznych w gminach Pasłęk, Tolkmicko i Frombork, gdyż dziedzictwo kulturowe po 1945 r. znacznie zmieniło sposób interpretowania tego terytorium. Ważnym aspektem tych działań jest rozpoznanie bogactwa kulturowego przeszłości, które może w znacznym stopniu uatrakcyjnić wyjątkowe walory przyrodnicze tej sieci miejscowości, położonych w bezpośredniej łączności ze Wzniesieniami Elbląskimi.

Socjologowie utożsamiają „dziedzictwo kulturowe” z tradycją, zaznaczając, że są to: „treści i dobra kulturowe przekazywane (nadawane i odbierane) w czasie i przestrzeni, podlegające społecznemu wartościowaniu, zazwyczaj uznawane za ważne i doniosłe zarówno dla teraźniejszości danej zbiorowości, jak i dla jej przyszłości; są to głównie takie elementy, jak normy społeczne, wzorce działania, obyczaje, wierzenia, sposoby myślenia, wytwory materialne; za tradycję uznaje się także czasami sam proces transmisji treści kulturalnych” (Olechnicki, Załęski 1997). Tożsamość zbiorowa – jak zauważa antropolog A. Posern-Zieliński (2005) – jest wszystkim potrzebna. „Bez tego poczucia tożsamości bylibyśmy przysłowiowym *wolnym atomem* poruszającym się po nie-

przewidywalnych trajektoriach. Stąd aktualność pytań o to, kim jesteśmy, z jaką wspólnotą (wspólnotami) odniesienia chcemy się identyfikować i za kogo z pewnością się nie uważamy”.

Duży potencjał tkwiący w idei ekonomii społecznej (*Ekonomia społeczna w Polsce: Osiągnięcia... 2008*), jako metody przeciwdziałania negatywnym zjawiskom społecznym, często jest sceptycznie postrzegany. Idea ta nie jest przez wszystkich jednakowo rozumiana. Często jest ona utożsamiana jest m.in. z gospodarką społeczną, ekonomią solidarności, ekonomią społeczności lokalnej czy gospodarką obywatelską. W gronie realizujących te idee można wskazać organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą aż po firmy używającej strategię społecznego zaangażowania¹. W obrębie turystyki społecznej można uwzględnić niedotowane formy podróżowania i socjalne dotacje, które mogą całkowicie bądź częściowo pokrywać koszty organizacji wycieczek (Włodarczyk 2010). Można zauważyć, iż ekonomia społeczna odnosi się do uniwersalnych haseł, jak solidarność, spójność, integracja społeczna czy współpraca, a także uwzględnia:

- przedsiębiorczość i zaangażowanie,
- pomocniczość i solidarność,
- roztropność i odpowiedzialność,
- samodzielność i upodmiotowienie (Waśniewska 2011).

Polska akcesja do struktur Unii Europejskiej nasiliła promocję tej idei. Po kilku latach podjęto systemowe działania mające upowszechnić ją w poszczególnych regionach kraju. W 2009 r. został powołany Zespół ds. wdrażania i promocji ekonomii społecznej w województwie warmińsko-mazurskim². Jednym z najaktywniejszych liderów tego zespołu okazało się środowisko Elbląskiego Stowarzyszenia Inicjatyw Pozarządowych (ESWIP). Już w 2009 r., dzięki projektom przygotowanym przez ESWIP, powstał Ośrodek Wspierania Inicjatyw Ekonomii Społecznej w Elblągu (OWIES) realizowany ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Od stycznia 2011 r. OWIES wspiera 17 powiatów na Warmii i Mazurach (Prokopowicz 2011).

¹ Por. spektrum hybrydowe zawierające cztery typy organizacji – J. Reichel (2010, s. 12).

² Uchwała nr 70/802/09/III Zarządu Województwa Warmińsko-Mazurskiego z 10.11.2009 r.

ESWIP od 2007 r. wprowadzał w okolicznych gminach ideę wiosek tematycznych. Idea ekonomii społecznej i organizacyjnych możliwości w pozyskaniu środków wsparcia na tę aktywność doprowadziła w 2010 r. do powstania pierwszego w Polsce partnerstwa zrzeszającego te miejscowości. Głównym aspektem, który zogniskował te działania, jest możliwość wygenerowania w zrzeszonych miejscowościach interesującej i spójnej oferty turystycznej. Dla liderów ESWIP ważne było, iż działalność turystyczna zmienia strukturę zawodową stałych mieszkańców i często może rozbijać tradycyjne wzory współpracy. Turystyka umożliwia osobisty kontakt z innymi, ogranicza anonimowe przebywanie w tłumie. Turystyka także zmniejsza różnice w rozwoju kraju i regionów. Ponadto rozwój turystyki jest uznawany za czynnik modernizacyjny, który na równi z uprzemysłowieniem niesie za sobą wszystkie korzyści i straty społeczne. Wpisuje się w ten nurt turystyka socjalna, która poprzez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, zapewnia możliwość podróżowania jak największej liczbie osób. Zasadniczymi podmiotami turystyki społecznej są grupy społeczne mające ograniczone możliwości podróżowania, organizatorzy turystyki społecznej, podmioty obszaru recepcyjnego, a również administracja publiczna, sponsorzy i międzynarodowe instytucje i programy (Stasiak 2010).

Inspiracją do powołania wioski tematycznej sprowadza się do wyboru przez mieszkańców tematu przewodniego, wokół którego w przyszłości będzie się poszukiwało działań, a docelowo konkretnych produktów turystycznych w celu aktywizacji społeczności lokalnej. Wybór tematu przewodniego czasami jest związany z nazwą wsi, historii mieszkańców czy lokalnych tradycji i obyczajów. Dziedzictwo przyrodnicze, historyczne czy kulturowe nie jest już tylko tłem wsi – przyjąć może pierwszoplanową rolę w procesie ożywiania społecznego i zawodowego mieszkańców.

Aby ten sposób na realizację ekonomii społecznej był skuteczny, należy znaleźć konkretne rozwiązania finansowe, stanowiące dodatkowe źródło dochodu dla osób zaangażowanych w działania. Z czasem te działania powinny dać stałe miejsca pracy. Jedną z opcji jest model elbląski, który w niniejszym opracowaniu zostanie szerzej omówiony. Warto zauważyć, iż tylko w województwie warmińsko-mazurskim zarejestrowano do tej pory trzy sposoby realizacji idei wsi tematycznych:

1. Przedsiębiorstwo Społeczno-Garncarskie w „Garncarskiej Wiosce” (gmina Nidzica), w której zawiązano kilkanaście różnych podmiotów

prowadzących działalność gospodarczą, tworzących razem klaster. Ich aktywność jest skoncentrowana na pozarolniczej działalności gospodarczej, opartej na ginących zawodach rzemieślniczych, tradycyjnych technologiach i zwyczajach, w ramach którego jest prowadzona produkcja i usługi w zakresie garncarstwa, krawiectwa, produkcji papieru czerpanego, agroturystyki i turystyki zielonej (Łebek-Obrycka 2011). W tej miejscowości odbyło się I Ogólnopolskie Spotkanie Ośrodków Wsparcia Ekonomii Społecznej (17–18 maja 2010 r.).

2. Jedno ze stowarzyszeń z Łukty realizuje tzw. wioski tematyczne, które jak na razie funkcjonują tylko dzięki pozyskanym środkom zewnętrznym od 2008 r. (Mostkowo – Kraina Wyobraźni, Idzbark – Wioska Pana Twardowskiego, Stare Jabłonki – Wioska Jabłkowych Smaków (gmina Ostróda), Łukta – Wioska Lipowych Skrzatów (gmina Łukta).

3. ESWIP skupił 10 miejscowości w ramach Partnerstwa „Miejsca z Duszą. Miejscowości Tematyczne Warmii i Mazur”³. Tu podmiotami ekonomii społecznej są organizacje pozarządowe prowadzące działalność gospodarczą. Zarobek stanowią w tym modelu wypłaty z poszczególnych realizowanych przedsięwzięć, jak warsztaty, środki ze sprzedaży produktów lokalnych, pokazów stacjonarnych bądź wyjazdowych. Omawiane partnerstwo obejmuje terytorium dwóch powiatów (elbląskie i braniewskie) i trzech gmin: Aniołowo – Wieś Anielska (gm. Pasłęk), Pogrodzie – Wioska Dzieci, Łęcze – Wioska Wiatru i Podcieni, Cesarskie Kadyny, Suchacz – Wioska Kaperska, Kamionek Wielki – Wioska Ryb i Szuwarów (gm. Tolkmicko), Wierzno Wielkie – Wioska Rodzinna, Narusa – Osada pod Kapeluszem, Jędrychowo – Wioska Jak u Babci i jedyne w tym gronie miasto Frombork – Gród Kopernika (gm. Frombork). Partnerstwo opierać się ma na porozumieniu podmiotów prawnych (organizacje pozarządowe, samorządy i ich jednostki), także przedsiębiorców oraz osób prywatnych.

Model pracy ESWIP łączy w sobie metodologię Wacława Idziaka ze *stricte* animacyjnym podejściem do pracy ze środowiskami lokalnymi. Opiera się on przede wszystkim na aktywizacji społecznej mieszkańców, integracji, budowaniu więzi i badaniu własnego środowiska i odpowiadaniu na jego potrzeby (Łebek-Obrycka 2011). W rzeczywistości model ten jest realizacją w pełni metody W. Idziaka, tylko w innej rzeczywistości

³ Zostało ono oficjalnie zawiązane 23.09.2010 r. w Kadynach.

społeczno-kulturowej, która znacznie ułatwia budowanie trwałych podwalin pod właściwe specjalizacje wsi. Siła zachowanego dziedzictwa kulturowego oraz w większości inna struktura społeczna miejscowości, a także położenie tych miejscowości w urokliwej krainie przyrodniczej, w pobliżu powszechnie znanych atrakcji turystycznych (wzgórze katedralne we Fromborku, zamek krzyżacki w Malborku czy Kanał Elbląski). Od dawna te znane miejsca poza granicami kraju czekały na kolejne infrastrukturalne produkty do zaspokojenia oczekiwań turystów. Trzeba przyznać, iż do dziś ten obszar o dużych tradycjach turystycznych nie jest właściwie zarządzany przez miejscowe samorządy. Na tej płaszczyźnie można poszukiwać własnej oferty lokalnej, aby wkomponować się w istniejący od stuleci ruch turystyczny na tym terytorium. I tak od kilku lat ta sfera zagospodarowania tych gmin głównie jest podejmowana przez inicjatywy oddolne.

Silnie rozwinięte społeczeństwo obywatelskie jest jednym z czynników rozwoju społeczno-gospodarczego. Cel ten może być osiągnięty głównie we współpracy i poprzez wsparcie organizacji pozarządowych, które stają się instrumentem wsparcia oraz płaszczyzną aktywizacji wielu jednostek. To one najczęściej są nośnikami idei i tworzą różnego rodzaju współpracę między poszczególnymi grupami społecznymi. Tak więc rozbudzenie aktywności społeczności lokalnej jest głównym kluczem do sukcesu. Ten aspekt jest fundamentalny we wszelkich działaniach proturystycznych na obszarach wiejskich.

Proces planowania na wszystkich szczeblach jest ważną formą dialogu społecznego, a opracowane plany powinny być formą konsensusu społecznego. Dochodzenie poprzez dialog do takiego konsensusu jest bardzo trudne i tym trudniejsze, im liczniejsza i bardziej zróżnicowana jest grupa interesariuszy. Na scenie lokalnej i regionalnej spotykają się zróżnicowane i często bardzo konfliktowe interesy różnych grup środowiskowo-branżowych, które zabiegają o ograniczone środki dostępne z tych samych źródeł. Poprzez dialog i partycypację społeczną, szczególnie z udziałem instytucjonalnych partnerów należy doprowadzać do wprowadzenia zapisów w dokumentach strategicznych zgodnych z potrzebami rynku turystycznego (*Partnerstwo w praktyce. System współpracy samorządów...* 2007). Pod względem potencjału ekonomicznego województwo warmińsko-mazurskie charakteryzuje się m.in.:

- niskim poziomem konkurencyjności przedsiębiorstw (wskaźniki pre-

zsentujące wartość inwestycji w przedsiębiorstwach oraz wartość brutto środków trwałych w przeliczeniu na jednego mieszkańca plasują region na jednym z ostatnich miejsc w kraju),

- słabo rozwiniętą przedsiębiorczością,
- niską oceną atrakcyjności inwestycyjnej regionu,
- niskim popytem wewnętrznym (poziom przeciętnych wynagrodzeń, również popyt wytwarzany poprzez inwestycje samorządów lokalnych odgrywa w województwie słabszą rolę stymulatora gospodarki, niż ma to miejsce w innych regionach kraju),

- słabą ofertą i jakością usług turystycznych (Strategia Rozwoju Społeczno-Gospodarczego Województwa Warmińsko-Mazurskiego...).

Przy takich niewielkich aktywach ekonomicznych należy maksymalnie wykorzystać walory przyrodniczo-kulturowe i zintegrować różne dziedziny gospodarcze i społeczne na rzecz rozwoju regionu, zwłaszcza poprzez turystykę, która może stać się wiodącą dziedziną gospodarki badanego obszaru, generującą nowe miejsca pracy i przynoszącą wzrost dochodów ludności. Możliwości kreowania nowych miejsc pracy i zwiększania dochodów przez rozwój turystyki są duże i nieustannie rosną.

Udane projekty specjalizacji miejscowości muszą wyrastać z autentycznych potrzeb mieszkańców. Od wielu pokoleń nadal obserwujemy społeczne zapotrzebowanie na tzw. „małe ojczyzny”. Spotykamy się z nimi od najdawniejszych dziejów ludzkości. Interesujące w tym zakresie są konstatacje socjologów osadnictwa. Owe przestrzenie nie są tylko pojęciami o charakterze geograficznym. Należy je rozważać w kontekście określonych postaw psychicznych. Związki między ludźmi i ich otoczeniem są w znacznej mierze określone przez różne procesy informacyjne, występujące we wszystkich przestrzennych relacjach człowieka do otaczającej go przestrzeni. Mała ojczyzna jest również miejscem symbolicznym (Traba 2007). Przestrzeń małej ojczyzny nie musi pokrywać się z administracyjnie wyznaczonym obszarem gminy, wsi czy dzielnicy wielkomiejskiej. Jest to przestrzeń bez wyrażenia określonych granic, istotną rolę w jej konkretyzacji odgrywa subiektywna świadomość ludzi utożsamiających się z nią.

Każdy człowiek żyje w określonym krajobrazie kulturowym⁴. Z jednej

⁴ Definicja krajobrazu kulturowego zawarta jest w Ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (DzU z 17.09.2003 r., art. 3, pkt. 14).

strony kształtują go warunki geograficzne, z drugiej osadnictwo czy systemy społeczno-polityczne, stosunki etniczne i demograficzne. Ota- czający nas krajobraz kształtował się w procesie historycznym. Jest obrazem naszego stosunku do przyrody i świadczy również o naszych umiejętnościach cywilizacyjnych. Można powiedzieć, iż krajobraz ten jest zapisem dziejów ziemi. Na obraz ten złożyły się czynniki pochodzące od natury, jak również od samego człowieka. Niemal wszystkie zjawiska związane z daną cywilizacją, stosunkami społecznymi czy gospodarczymi znajdują z reguły wyraźne odbicie w formach krajobrazowych. Można próbować fałszować różne statystyki i sprawozdania, w przypadku krajo- brazu zawsze poznajemy prawdę o gospodarce człowieka (Bogdano- wski, Łuczyńska-Budna, Nowak 1981).

Duże regiony składają się z wielu małych ojczyzn lokalnych, które gro- madzą pamięć zbiorową o przeszłości. W języku niemieckim sentymen- talizm do swojej najbliższej krainy dobrze oddaje termin *Heimat*. Dobrze ilustruje to rozumienie „małej ojczyzny” przemówienie jednego z indiań- skich wodzów: „Każdy pagórek, każda dolina, każda równina i zagajnik zostały uświęcone przez jakieś czułe wspomnienie smutnych doświad- czeń mego plemienia... Sam kurz pod waszymi stopami miłośniej odpo- wiada naszym niż waszym stopom, bo są to prochy naszych przodków i nasze bose stopy są świadome współczującego dotyku; bo ziemia bogata jest życiem naszych krewnych” (Tuan 1987).

Tak więc interesujące nas „ściślejsze ojczyzny” czy ojczyzny lokalne, nazywane także prywatnymi, to terytoria traktowane jako dziedzictwo ojców. Kształtujący się w ten sposób patriotyzm nie jest obarczony ideo- logią. Opiera się on na osobistym stosunku przywiązania do środowiska, w którym się spędziło życie czy tylko okres szczególnie podatny na two- rzenie się trwałych więzi emocjonalnych. Tradycje lokalne nigdy w pełni nie zanikają. Pod wpływem zachodzących zmian ulegają co najwyżej przewartościowaniu. Poszczególne elementy kultury, jak gwara i oby- czaje, mogą zanikać, ale całość kultury regionalnej trwa i nie ulega prze- obrażeniom jej obiektywna całość.

W naszej refleksji mamy do czynienia ze współczesnym regionem Warmii i Mazur, ukształtowanym w wyniku długiego procesu historycz- nego z licznych małych ojczyzn, które współcześnie stopniowo rozpoznają swoje dziedzictwo, poddając je nowej interpretacji. Produktem takiej interpretacji stają się wsie tematyczne, które najczęściej poprzez adapto-

wanie wybranych fragmentów z przeszłości swoich osad budują ofertę, która jest skierowana nie tylko na zewnątrz, do potencjalnych turystów, ale także do innych członków własnych społeczności. Od zaangażowanie stosunkowo dużego odsetka mieszkańców wsi zależy szansa wdrożenia w życie specjalizacji wsi i wygenerowanie konkretnych produktów turystycznych. Ten ostatni aspekt stanowi przejaw zastosowania idei ekonomii społecznej w praktyce. W szerokim znaczeniu za produkt turystyczny uznajemy całość przeżytego doświadczenia od chwili opuszczenia domu do chwili powrotu (wszystko co robią turyści, a także walory turystyczne, urządzenia i usługi). Turysta wybierze taką ofertę, która zaoferuje mu zbiór oczekiwanych korzyści (Wiatrak 2004).

Dalsze rozważania będą skoncentrowane na turystycznej aktywności wsi tematycznych. Tu istnieje bowiem realna perspektywa rozwoju poszczególnych miejscowości na bazie ich walorów kulturowych. Turystyka wzbogacona o te elementy czyni ją mniej zależną od pogody i umożliwia wypracowanie wyraźniejszej tożsamości produktu turystycznego (Majewski 1997). W regionie elbląskim od kilku lat funkcjonują aktywne społeczności lokalne, które w przeszłości swoich miejscowości odkryły fakty i wartości, wykorzystane obecnie do tworzonej oferty turystycznej. Ta aktywność wpisuje się w bardzo popularny segment tzw. turystyki kulturowej. Kilka takich inicjatyw doczekało się już pierwszych opisanych i drukowanych sprawozdań (np. Aniołowo, Jagodnik), z których aktywność społeczności w Aniołowie stała się wręcz podręcznikowym przykładem (Idziak 2008). Na okolicznościowych kiermaszach i spotkaniach spotykamy liczne foldery prezentujące poszczególne wsie, np. „Suchacz – wioska kaperska” (Stowarzyszenie Miłośników Suchacza i Okolicy w Suchaczu), której interesującym pomysłem wdrożonym do marketingu wsi stało się przypomnienie i wypromowanie zwycięskiej bitwy z Krzyżakami na Zalewie Wiślanym w 1463 r.⁵ Od kilku lat próbowano prowadzić promocje okolicznych lokalnych ofert (np. „Na Królewskim Szlaku – w stronę wsi tematycznych”, w którym zostały przedstawione trzy wsie z gminy Tolkmicko, oprócz Suchacza także „Cesarskie Kadyny” i „Pogrodzie – Wioska Dzieci”). Najnowszym projektem, koordynowanym

⁵ Stowarzyszenie opracowało nawet makietę tej bitwy, która znajduje się w auli Niepublicznej Szkoły Podstawowej i Oddziału Przedszkolnego im. Kaprów Polskich w Suchaczu.

przez Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych w Elblągu, jest inicjatywa stowarzyszenia ze Świętego Gaju, które stawia sobie za zadanie nowe wykreowanie swojej miejscowości. Tutaj właśnie przeszło 1000 lat temu został zamordowany św. Wojciech, patron Polski, misjonarz plemion pruskich, przyjaciel Bolesława Chrobrego i cesarza Ottona III.

Wszystkie przytoczone przykłady wpisują się we wcześniej opisywany nurt poznawania swojej małej ojczyzny. Z tej przygody rodzą się konkretne pomysły, które stopniowo są przez mieszkańców zamieniane na produkty turystyczne. Efekty materialne czy finansowe z tak realizowanych przedsięwzięć nie mogą przyjść natychmiast. Muszą bowiem być spełnione określone uwarunkowania zewnętrzne, do których jest potrzebna grupa partnerów, zainteresowanych realizacją tych pomysłów. Najszybciej jest pozyskać kilku podobnie myślących sąsiadów⁶, następnie trzeba pozyskać instytucje samorządowe.

Odkrywanie dziedzictwa miejscowości powinno być wspierane przez specjalistów kilku dyscyplin naukowych, oprócz historyków, geografów i przyrodników, także ekonomistów, teologów, historyków sztuki, filozofów, urbanistów itd. W celu właściwego wykorzystania potencjału turystycznego regionu warto wskazać, jakie znaczenie w kreowaniu nowych produktów turystycznych regionu mają materialne artefakty przeszłości. Są nimi stanowiska archeologiczne, które można adaptować na istotne atrakcje turystyczne, a także kurhany, wały i grodziska. W niektórych miastach omawianego obszaru zachowały się interesujące założenia urbanistyczne, a także dawne układy ruralistyczne, m.in. typowe średnio-wieczne kształty wsi. Z krajobrazu kulturowego można poznać także dawne formy administracyjne. Na omawianym obszarze zachowało się stosunkowo dużo zabytkowych obiektów sakralnych. Większość z nich jest związana z architekturą chrześcijańską, głównie gotycką. Dużą wartość zabytkową mają przydrożne obiekty kultu katolickiego, jak kapliczki, figury i krzyże przydrożne. Obiekty te zasługują na uczynienie z nich ważnych elementów szlaków turystyki pieszej i rowerowej.

⁶ Nie ma szansy na kreowanie wsi tematycznej bez akceptacji działań przez większą część społeczeństwa lokalnego. Grupa najbardziej zainteresowanych osób powinna stać się środowiskiem naturalnych lokalnych liderów informujących mieszkańców wsi o strategicznych celach podejmowanych wyzwań w celu zgromadzenia jak najwartościowszych uczestników przedsięwzięcia.

Model wioski tematycznej to nie tylko sposób aktywizacji zawodowej mieszkańców obszarów wiejskich w zakresie turystyki, ale przede wszystkim recepta na aktywizowanie i integrowanie społeczności lokalnych. Integracja społeczna i rozwój miejscowości jest procesem długotrwałym, który w poszczególnych społecznościach przebiega z różną dynamiką. Ważnym elementem tego procesu może być wspólne tworzenie mapy zasobów i potrzeb miejscowości. Często z tej pracy powstają inspiracje mogące w przyszłości stać się ważnymi elementami własnej, oryginalnej oferty. To na tym etapie mieszkańcy uświadamiają sobie, jakie walory ma ich miejscowość, i zaczynają poszukiwać sposobów na ich wyeksponowanie.

Budowanie takiego środowiska wokół specjalizacji swojej miejscowości zazwyczaj prowadzi do wyzwania się społecznej potrzeby zmieniania estetyki wsi. Tworzenie oferty miejscowości tematycznej wymaga ciągłego jej uzupełniania. Sprzyja temu także stopniowo organizowana infrastruktura przestrzenna (wiaty grillowe, tablice informacyjne, oznakowania domostw itd.). Powstające place rekreacyjne stanowią bazę do przyjmowania pierwszych grup turystów, jak również stanowią miejsce dla organizacji własnych imprez. Proces tworzenia ofert wsi tematycznych opiera się na podstawowych elementach: zmiany, która dokonuje się w samym człowieku, mieszkańcu danej miejscowości, co pociąga za sobą w konsekwencji dążenie dużej części społeczności lokalnej do dalszych przeobrażeń, powodujących szybką i dostrzegalną poprawę estetyki wsi⁷.

Beneficjentami turystyki socjalnej są zarówno jej uczestnicy, jak i cała grupa innych podmiotów, jak społeczność dotowanych uczestników wyjazdu, przedsiębiorcy i mieszkańcy w miejscu recepcji turystycznej, a także donatorzy i sponsorzy (państwo, samorządy, organizacje, osoby prywatne) oraz pośrednicy. Jako że w obecnym czasie większość tego rodzaju ofert specjalizacji miejscowości rozwija się wyłącznie dzięki pozytywnym środkom, można stosunkowo łatwo wskazać założenia turystyki społecznej, która w licznych dokumentach i sprawozdaniach po realizacji kolejnych projektów przedstawia się następująco:

- jest całkowicie lub częściowo dotowana lub organizowana „po kosztach”,

⁷ Por. <http://www.miejscazdusza.pl/s7-tworzenie> (09.09.2011).

- pozwala realizować prawo dostępu do turystyki wszystkim, także grupom wykluczonym,
- poprawia koniunkturę w branży turystycznej,
- jest narzędziem pomagającym osiągnąć ważne cele społeczne (poprawa jakości życia, edukacja, wychowanie, patriotyzm) zarówno w miejscach recepcji, jak i generujących ruch turystyczny (Włodarczyk 2010).

Analizując projekty zrealizowane przez ESWIP w 2010 r., okazało się, że pięć z nich dotyczy bezpośrednio tworzenia w okolicy wsi tematycznych:

1. Od 1 września 2009 r. do 28 lutego 2010 r. – „Wieś aktywna w każdym calu – partnerstwo na rzecz aktywnej integracji mieszkańców gminy Frombork” i analogiczny projekt „Wieś aktywna w każdym calu – partnerstwo na rzecz aktywnej integracji mieszkańców gminy Tolkmicko”. Projekt ten był realizowany na terenie siedmiu miejscowości: Łęcze, Kadyny, Kamionek Wielki (gm. Tolkmicko) i Narusa, Jędrychowo, Wielkie Wierzno, Nowe Saduki (gm. Frombork) i zakładał „[...] rozwój i podniesienie aktywności zawodowej 90 mieszkańców wiejskich społeczności”. Główne formy działania odbywały się poprzez animacje, zaangażowanie we wspólne diagnozowanie, a także kreowanie i inicjowanie pomysłów. Razem z animatorem stworzono „mapę zasobów i potrzeb”, pod kątem tematu przewodniego wsi. W ramach projektu zorganizowano dwudniowe studyjne wizyty w Stowarzyszeniu „Ręką Dzieło”.

2. Analogiczne projekty „3F. Film. Folder. Fotografia w gminie Tolkmicko” i „3F. Film. Folder. Fotografia w gminie Frombork”. Projekt miał poszukiwać produktów promocyjnych gmin. W efekcie opracowano na warsztatach osiem folderów, które stanowią do dziś materiały promocyjne tych miejscowości, oraz zrealizowano osiem filmów, które można obejrzeć na stronie Telewizji Obywatelskiej (jest to autonomiczny produkt w ramach ESWIP).

3. „Wioski z k(l)asą. Sieć wsi tematycznych Wysoczyzny Elbląskiej” – projekt realizowany od 1 września 2009 r. do 31 czerwca 2010 r.) w pięciu miejscowościach powołanego później Partnerstwa (Aniółowo, Kadyny, Suchacz, Pogrodzie i Narusa).

4. „Wieś tematyczna – pomysł na lokalną aktywność i pracę” – przedmiotem tego projektu, realizowanego od 1 października 2009 r. do 31 grudnia 2010 r., było utworzenie nowych miejscowości tematycznych we Fromborku, Wielkim Wierznie i Jędrychowie oraz wsparcie już istnie-

jących (Aniółowo, Kadyny, Pogrodzie i Suchacz). „Wartością dodaną tego działania, a w praktyce całego projektu, jest wypracowanie własnego modelu tworzenia wsi tematycznych, gdzie oprócz dążenia do zarabiania i poprawy sytuacji ekonomicznej nacisk kładzie się na integrację społeczną – poprzez pracę animacyjną. Jest to ewenement w skali kraju i istniejących wsi tematycznych” (*Raport roczny... 2011*). W trakcie opracowano dziewięć ofert promocyjnych tych miejscowości (np. „bańki mydlane” i „strzelania procą do celu” w Wierznie Wielkim, czy gra terenowa w Jędrychowie). W ramach projektu odbyły się trzy „imprezy tematyczne” („Spotkania rodzinne” w Wielkim Wierznie w „Wiosce rodzinnej”, „Noc Świętojańska” w Jędrychowie oraz Festiwal „Światło i dźwięk. Inspiracje” we Fromborku), odbyły się także dwie wizyty studyjne:

- 27–28 maja 2010 r. mieszkańcy czterech miejscowości (40 osób) odwiedzili 5 wiosek tematycznych w województwie zachodniopomorskim (Podgórkę „Kraina Bajek i Rowerów”, Paprotę „Wioska Labiryntów”, Sierakowo Słoweńskie „Wioska Hobbistów”, Iwęcino „Wioska Końca Świata” oraz Dąbrowa „Wioska Zdrowego Życia”),

- 23–24 września 2010 r. tworzące się Partnerstwo przyjęło przedstawicieli innych miejscowości tematycznych z województwa.

5. Projekt „Produkt Turystyczny Sieci Miejscowości Tematycznych” był zrealizowany od 1 września 2010 r. do 30 czerwca 2011 r. wśród 10 zaangażowanych w Partnerstwo miejscowości. Między innymi odbywała się dwudniowa wizyta studyjna dla 15 przedstawicieli Partnerstwa, dwudniowa wizyta studyjna dla dziennikarzy, opracowano także katalog materiałów promocyjnych – w tym obecnie już wydrukowane foldery i książeczki. Istotnym narzędziem promocyjnym powołanym do ułatwienia współpracy było utworzenie strony internetowej (www.miejsczadzusa.pl). W rezultacie – co podkreślają pracownicy ESWIP – wdrożono i przetestowano w województwie warmińsko-mazurskim model ekonomii społecznej w postaci Sieci Miejscowości Tematycznych opartej na odpłatnej bądź gospodarczej działalności organizacji pozarządowych promujących wspólny produkt turystyczny.

W przyjętej przez Partnerstwo strategii w wielu miejscach czytamy o zakładanej aktywności turystycznej, m.in. są planowane wyjazdy studyjne do podobnych partnerstw (sieci) w zachodniej Europie, ponadto zakłada się organizację jednej wizyty w roku dla 10–15 osób i wizyty studyjne dla mieszkańców do aktywnych wsi, zwłaszcza tematycznych.

Cały cel 3 Partnerstwa dotyczy zwiększenia atrakcyjności turystycznej, w tym m.in. promocji miejscowości i terenów wchodzących w skład Partnerstwa czy wzrost wiedzy i umiejętności mieszkańców w zakresie prowadzenia działalności turystycznej⁸.

Od świadomości społecznej zależy uratowanie obecnego zasobu naszego dziedzictwa. W przeszłości często zaniedbywano tę sferę przeszłości. Dlatego tak ważna jest edukacja, a także popularyzacja, którą zajmują się media. Istotne są działania podejmowane przez stowarzyszenia regionalne, towarzystwa miłośnicze, domy kultury i muzea. Każda z tych instytucji wnosi wiele dobrego w upowszechnianie zagadnień kulturalnych nie tylko doby współczesnej, ale także tego, co pozostało po poprzednich pokoleniach. Należy pamiętać, iż w przypadku kultury ludowej nie chodzi tylko o szeroko rozumiane pojęcie życia i gospodarowania na wsi. Lokalna społeczność powinna zrozumieć, że jej codzienność może być atrakcyjna dla odwiedzających poprzez odpowiednią interpretację lokalnego dziedzictwa kulturowego, zaangażowanie w jej rozpoznanie i prezentację może przyczynić się do aktywizacji gospodarczej, a także ochrony i popularyzacji zasobów poszczególnych „małych ojczyzn” (Kłodziński, Błąd, Wilczyński 2007, Jędrysiak 2010).

Zarysowana inicjatywa powołania partnerstwa 10 wsi tematycznych w swoich założeniach wpisuje się w zagospodarowanie turystyczne terytorium związanego głównie z Wzniesieniami Elbląskimi. „Misją partnerstwa jest tworzenie wspólnej oferty turystycznej opartej na unikalnych walorach historycznych, kulturowych i przyrodniczych. Partnerstwo ma wspierać rozwój małych ojczyzn i dbać o poprawę jakości życia mieszkańców” (*Raport roczny... 2011*). Należy mieć nadzieję, iż przedsięwzięcie to skutecznie wykorzysta swoją szansę i rzeczywiście będzie orędownikiem budowania oferty turystyki społecznej na gruncie własnych walorów historycznych i kulturowych. Inicjatywa ta została w ostatnim czasie doceniona w ogólnopolskim konkursie Laur Gospodarności, organizowanym przez Fundację Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, w kategorii „Inspirujący Projekt Roku”.

⁸ Por. Plan działania Partnerstwa „Miejsca z duszą. Miejscowości Tematyczne Warmii i Mazur” na rok 2011, wydruk komputerowy w sekretariacie Partnerstwa.

Literatura

- Bogdanowski J., Łuczyńska-Budna M., Nowak Z., 1981, *Architektura krajobrazu*, PWN, Warszawa–Kraków–Wrocław.
- Ekonomia społeczna w Polsce: Osiągnięcia i bariery rozwojowe oraz potencjał w świetle wyników badań*, 2008, Giza-Poleszczuk M., Hausner J. (red.), Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa.
- Idziak W., 2008, *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*, Fundacja Wspomagania Wsi, Koszalińskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne etc., Koszalin.
- Jędrzyak T., 2010, *Wiejska turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa.
- Kłodziński M., Błąd M., Wilczyński R., 2007, *Odnowa wsi w integrującej się Europie*, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Warszawa.
- Łebek-Obrycka A., 2011, *Wioska tematyczna. Pomysł na lokalną aktywizację i pracę*, [w:] Pniewski P., Jachimowicz A., Prokopowicz K., Wiśniewska A. (red.), *Obserwatorium ekonomii społecznej na Warmii i Mazurach. Organizacje pozarządowe, spółdzielnie socjalne, partnerstwa lokalne*, ESWIP, Elbląg.
- Majewski J., 1997, *Koncepcja tworzenia produktów markowych w turystyce wiejskiej*, [w:] *Determinanty sukcesu w turystyce wiejskiej*, Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Oddział w Krakowie, Kraków.
- Olechnicki K., Załęski P., 1997, *Słownik socjologiczny*, Graffiti BC, Toruń.
- Partnerstwo w praktyce. System współpracy samorządów lokalnych z organizacjami pozarządowymi*, 2007, Bielawska D., Bielawski M., Jachimowicz A. (red.), ESWIP, Elbląg.
- Poser-Zieliński A., 2005, *Tożsamość a terytorium. Perspektywa antropologiczna*, Przegląd Zachodni, 3.
- Prokopowicz J., 2011, *Ośrodek Wspierania Inicjatyw Ekonomii Społecznej w Elblągu*, [w:] Pniewski P., Jachimowicz A., Prokopowicz K., Wiśniewska A. (red.), *Obserwatorium ekonomii społecznej na Warmii i Mazurach. Organizacje pozarządowe, spółdzielnie socjalne, partnerstwa lokalne*, ESWIP, Elbląg.
- Raport roczny. Rok 2010, 2011*, ESWIP, Elbląg.
- Reichel J., 2010, *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, WSTH, Łódź.
- Skobotun H., 2008, *Towarzystwo Przyjaciół Wsi Jagodnik*, [w:] Hochleitner J., Moska W. (red.), *Kulturowe wartości Wzniesień Elbląskich w perspektywie Gminy Milejewo*, PTTK o. Ziemia Elbląska, Elbląg.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Traba R., 2007, „*Wschodniopruskość*”. *Tożsamość regionalna i narodowa w kulturze politycznej Niemiec*, Borussia, Olsztyn.

- Tuan Y.-F., 1987, *Przestrzeń i miejsce*, PIW, Warszawa.
- Waśniewska A., 2011, *Raport z „Badania potencjału podmiotów ekonomii społecznej” na obszarze podregionu elbląskiego*, [w:] Pniewski P., Jachimowicz A., Prokopowicz K., Wiśniewska A. (red.), *Obserwatorium ekonomii społecznej na Warmii i Mazurach. Organizacje pozarządowe, spółdzielnie socjalne, partnerstwa lokalne*, ESWIP, Elbląg.
- Wiatrak A., 2004, *Zagadnienia kształtowania produktu turystycznego na obszarach wiejskich*, [w:] Sikorska-Wolak I. (red.), *Turystyka w rozwoju regionalnym*, SGGW, Warszawa.
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

Strony internetowe

<http://www.miejscazdusza.pl/s7-tworzenie> (09.09.2011).

6.

**Bariery rozwoju
turystyki społecznej**

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Marek Nowacki*

KORZYŚCI I BARIERY TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

1. Wstęp

Podstawowe znaczenie wakacji i podróży dla jakości życia człowieka nie podlega dyskusji i zostało formalnie potwierdzone w wielu deklaracjach i aktach prawnych. Między innymi w 1948 r. Organizacja Narodów Zjednoczonych uznała urlop i wypoczynek jako podstawowe prawo człowieka (Powszechna Deklaracja Praw Człowieka 1948, art. 24). W 1980 r. Światowa Organizacja Turystyki w Deklaracji Manilskiej (Manila Declaration 1980) potwierdziła podstawowe znaczenie prawa do podróży i wypoczynku dla jakości życia każdego człowieka. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) w 1982 r. uwzględniła udział i warunki dla uprawiania rekreacji i korzystania z rozrywki w ocenie jakości życia (Vries de 1996). O tym, jak ważne są wyjazdy wakacyjne dla społeczeństwa, świadczy także fakt udzielania wsparcia finansowego i instytucjonalnego przez rządy wielu krajów oraz Unię Europejską (Opinion of the European Economic... 2006, *Analiza rozwoju turystyki* 2007, Mokras-Grabowska 2010, Stasiak 2010, Śledzińska 2010).

2. Turystyka jako siła społeczna

F. Higgins-Desbiolles (2006, s. 1192) przekonuje, że turystyka ma

* Akademia Wychowania Fizycznego, Pracownia Krajoznawstwa, 61-884 Poznań, ul. Rybaki 19, e-mail: nowacki@tir.awf.poznan.pl.

istotnie większe znaczenie dla ludzi jako siła społeczna, niż jako gałąź gospodarki. Choć turystyka jest sektorem gospodarki, który oddziałuje na wiele innych gałęzi, jest czymś więcej, niż tylko biznesem. Turystyka to przede wszystkim ludzie. Jak pisze T.L. Davidson (1994), turystyka jest przede wszystkim społeczno-ekonomicznym fenomenem, który pełni funkcję siły napędzającej rozwój gospodarczy, ale jest także znaczącą siłą społeczną. Planując racjonalny rozwój turystyki, trzeba mieć na uwadze ten szeroki kontekst.

F. Higgins-Desbiolles (2006) twierdzi, że obecnie w erze neoliberalnej, w dyskursie nad turystyką, postrzega się ją przede wszystkim jako gałąź gospodarki (lub jak chcą inni – przemysł). Takie spojrzenie zostało narzucone przez liderów biznesu turystycznego. Jednak turystyka jest także ważnym zjawiskiem społecznym, za pomocą którego można realizować wiele społecznych celów, włączając w to rozwój człowieka i ogólnie – dobro publiczne.

Turystyka ma pozytywny wpływ na dobrostan jednostki, umożliwia zrozumienie międzykulturowe, edukację, przyczynia się do ochrony i rozwoju kultury, sprzyja ochronie środowiska, promuje pokój i kształtuje świadomość globalną, która przyczynia się do powstawania społeczeństwa globalnego (Cohen, Kennedy 2000, Global Code of Ethics... 1999 za Higgins-Desbiolles 2006).

Tabela 1. Turystyka jako gałąź gospodarki i jako siła społeczna

Kryterium	Turystyka jako gospodarka	Turystyka jako siła społeczna
Sektor zainteresowany rozwojem	Oparta na sektorze prywatnym	Główna rola rządów i organizacji społecznych
Siła rozwojowa	Marketing: napędzany przez korzyści i prawa rynku	Uspołeczniona: napędzana przez potrzeby społeczne i sprawiedliwość społeczną
Cechy produktu	Uproduktowiona (skomodytyzowana) i wystandaryzowana	Zróznicowana, wyspecjalizowana i elastyczna w różnych odmianach
Kierunek rozwoju	Wspierany rozwój w krajach trzeciego świata przez międzynarodowe instytucje finansowe, takie jak MFW ^d i BŚ ^b	Wspierana przez politykę społecznego dobrobytu w krajach rozwiniętych i politykę solidarności społecznej w krajach postkomunistycznych
Organizacje wspierające	Wspierana przez UNWTO ^c , PATA ^d , WTTC ^e	Wspierana przez OITS ^f i IIPT ^g

Oddziaływanie	Niszczący wpływ na środowisko i społeczeństwa	Korzyści dla społeczeństwa i środowiska (dobro publiczne)
Korzyści	Niesprzyjająca aktywności typu <i>non-profit</i>	Oczekuje się, że przyniesie różnorodne korzyści
Zdolność transformacji	Wspiera istniejący stan rzeczy	Usiłuje zmienić istniejący stan rzeczy poprzez możliwość transformacji
Główni beneficjenci	Dostarcza korzyści wąskiej elicie społeczeństwa (właścicielom, akcjonariuszom, menedżerom)	Dostarcza korzyści różnorodnym grupom społecznym
Rynki docelowe	Rynki docelowe to turyści z krajów rozwiniętych oraz wyższe klasy społeczne z krajów trzeciego świata	Turystyka społeczna skierowana jest nawet do najbardziej upośledzonych grup społecznych

^a Międzynarodowy Fundusz Walutowy, ^b Bank Światowy, ^c Światowa Organizacja Turystyki Narodów Zjednoczonych, ^d Stowarzyszenie Turystyki Azji Pacyficznej, ^e Światowa Rada Podróży i Turystyki, ^f Międzynarodowa Organizacja Turystyki Społecznej, ^g Międzynarodowy Instytut Pokoju dzięki Turystyce.

Źródło: według F. Higgins-Desbiolles (2006).

W tabeli 1 zestawiono różnice pomiędzy turystyką postrzeganą jako gałąź gospodarki i jako siła społeczna. Do głównych różnic należy zaliczyć siły napędzające rozwój obu sektorów (sektor prywatny kierowany prawami rynku i marketingiem *versus* sektor społeczny ukierunkowany na zaspokajanie potrzeb społecznych), cechy produktu (skomodytyzowany i wystandaryzowany *versus* elastyczny i wyspecjalizowany), a także beneficjentów, którymi dla jednego sektora są dobrze sytuowani obywatele z krajów rozwiniętych, a dla drugiego wszyscy, bez względu na sytuację finansową, a zwłaszcza osoby pochodzące z upośledzonych klas społecznych.

3. Turystyka społeczna

W jednej z pierwszych prac poświęconych turystyce społecznej W. Hunziker (1951, s. 1) określił ją jako „relacje i fenomen w dziedzinie turystyki wynikające z uczestnictwa w podróżach ekonomicznie lub w inny sposób upośledzonych elementów społeczeństwa”. Często wskazuje się także na dodaną wartość moralną, gdyż celem turystyki spo-

tecznej jest dostarczanie korzyści zarówno gospodarzom, jak i odwiedzającym oraz niwelowanie różnic pomiędzy grupami społecznymi (Minnaert i in. 2007).

Encyclopedia of tourism (2000, s. 542) wymienia trzy cechy charakterystyczne turystyki społecznej:

- uznanie jako podstawowego prawa każdego człowieka, niezależnie od sytuacji społecznej, finansowej czy położenia geograficznego do przerwy w pracy i podjęcia wakacji; oznacza to konieczność tworzenia możliwości wyjazdów wakacyjnych w rozsądnych, przystępnych cenach dla każdego,
- uznanie wagi czasu wolnego i wakacji jako wyjątkowej sposobności dla rozwoju fizycznego i kulturowego jednostki, promującego socjalizację i integrację ze społecznością w miejscu pracy, jak i z całym społeczeństwem,
- turystyka powinna być instrumentem rozwoju ekonomicznego, sposobem zarządzania i wzbogacania obszarów własnego państwa, a zarazem sposobem ochrony naturalnego i kulturowego środowiska obszarów recepcji turystycznej.

4. Korzyści turystyki społecznej

Korzyści wynoszone z aktywności w czasie wolnym określa się jako „zmianę, poprawę stanu lub zysk, które są postrzegane jako pożyteczne dla jednostki, grupy, społeczeństwa lub innego podmiotu” (Driver i in. 1991, s. 4). W *Encyclopedia of tourism* (2000, s. 53) podkreśla się subiektywne znaczenie korzyści dla jednostki: „korzyść to cokolwiek, co uzyskuje jednostka, a co uważa za wartość (mogą to być doznania psychiczne, takie jak na przykład zadowolenie)”.

Korzyści z turystyki, oprócz osobistych zysków turystów, obejmują także korzyści dla gospodarki oraz dla życia społecznego osób zamieszkujących obszary recepcji turystycznej (Global Code of Ethics... 1999). Korzyści te przekładają się na korzyści finansowe i społeczne dla całego społeczeństwa: ułatwiony dostęp do wyjazdów wakacyjnych zmniejsza popyt na usługi zdrowotne i socjalne, poprawia relacje społeczne, zmniejsza popyt na narkotyki i łagodzi przestępczość wśród nieletnich (Canadian Council on Social Development 1984 za Hazel

2005). Korzyści te obejmują także redukcję obciążeń społecznych dzieci uwikłanych w zażywanie narkotyków, przestępczość nieletnich oraz unikanie społecznego wykluczenia (*Holidays: the social need...* 1976, za Hazel 2005).

Niewiele jest badań dostarczających empirycznych danych na temat korzyści płynących z wyjazdów wakacyjnych. Przyczyną tego może być, jak twierdzi N. Hazel (2005), powszechne przekonanie, że wyjazdy wakacyjne są dobre dla każdego. Niewiele wiadomo także, na ile takie korzyści są trwałe w czasie, ani też, jaka jest wartość pojedynczego wyjazdu w stosunku do wielokrotnych lub regularnych wyjazdów wakacyjnych (Smith, Hughes 1999).

Do nielicznych w tej dziedzinie należą badania prowadzone przez S. McCabe'a (2009) wśród rodzin o niskich dochodach, korzystających z pomocy organizacji charytatywnych. S. McCabe stwierdził, że wyjazdy wakacyjne są ludziom potrzebne przede wszystkim ze względu na chęć spędzania czasu wspólnie z rodziną (51% badanych osób uznało to za bardzo ważne), odzyskanie zdrowia i ucieczkę od samotności (34,5% bardzo ważne), ucieczkę od codzienności i trudnych warunków życia (10,43%) oraz zwiedzenie nowych miejsc i spędzanie czasu w odmienny sposób (22,3%).

Inne badania prowadzono wśród osób kategorii C (niewyjeżdżających i ograniczonych przez bariery – por. Haukeland 1990), a które uzyskały wsparcie finansowe na wakacyjny wyjazd (Smith, Hughes 1999). Wśród najważniejszych korzyści wymieniano: normalność („być takim, jak inni ludzie”, „robić to, co inni”), ucieczkę lub przerwę („od rutyny”, „od tego wszystkiego”, „do czegoś zupełnie odmiennego”), budowę i odbudowę relacji rodzinnych („relacji z dziećmi”, „budowanie zrozumienia pomiędzy rodzicami a dziećmi”), zdrowie („poprawę zdrowia fizycznego, a zwłaszcza psychicznego”, „wzrost zaufania”, „poczucie normalności”).

N. Hazel (2005) zestawiał korzyści wyjazdów wakacyjnych dla osób indywidualnych i rodzin, które zidentyfikował w wyniku przeglądu obszernej literatury, z dziedziny nauk społecznych:

1. Ulga i odnowa – wyjazdy wakacyjne dostarczają przerwy od rutyny, zapewniają ulgę od stresujących, codziennych sytuacji, umożliwiają odpoczynek i odbudowę sił emocjonalnych. Wakacje pozwalają na lepsze funkcjonowanie po powrocie do normalnego, stresującego środowiska.

2. Korzyści dla zdrowia psychicznego – pomimo dość ograniczonych

dowodów medycznych, wiele badań społecznych wskazuje na efekt poprawy zdrowia, a zwłaszcza zdrowia psychicznego. Niektóre badania wskazują, że wyjazdy zmniejszają ryzyko chorób serca, natomiast obozy letnie mają pozytywny wpływ na psychikę dzieci cierpiących na niektóre choroby (np. na raka).

3. Interakcje społeczne – wyjazdy wakacyjne stwarzają okazję interakcji społecznych z nowo poznanymi osobami, co jest korzystne zwłaszcza (w sposób długotrwały) dla rodziców, którzy z powodu swojej niepełnosprawności lub obowiązków domowych mają ograniczoną możliwość opuszczania własnego domu. Spędzanie wakacji z innymi osobami o podobnych problemach lub stylu życia, może normalizować sytuację izolacji wynikającą z fizycznej lub psychicznej niepełnosprawności. Wyjazdy wzmacniają także kompetencje społeczne i zaufanie.

4. Poszerzanie horyzontów – wakacje umożliwiają rozwój poprzez stwarzanie możliwości uzyskania nowych doświadczeń, które w codziennym życiu są nieosiągalne. Obejmuje to nowe formy aktywności oraz obcowanie z obcymi kulturami. Wakacje umożliwiają rozwój nowych zainteresowań i umiejętności, przez co powodują wzmocnienie poczucia własnej wartości.

5. Rozwój niezależności, który jest ważny zwłaszcza dla osób pozostających w stałej zależności od innych, umożliwia rozwój w bezpiecznym środowisku. Wskazuje się zwłaszcza na rolę, jaką odgrywają obozy letnie dla dzieci, zwiększając ich niezależność i poczucie własnej wartości.

6. Budowanie relacji wewnątrzrodzinnych – zbliżają do siebie członków rodziny poprzez wspólne spędzanie (wysokiej jakości) czasu, z dala od stresujących sytuacji. Uzdrawiają relacje pomiędzy obojgiem rodziców, jak i rodzicami a dziećmi, w sposób, który w normalnych warunkach jest niemożliwy (podobnie pomiędzy rodzeństwem).

Z kolei L. Minnaert wraz z zespołem (2009) przeprowadziła badania wśród beneficjentów turystyki socjalnej organizowanej przez brytyjską organizację charytatywną Family Holiday Association. Do najważniejszych korzyści badani zaliczyli:

1. Budowanie kontaktów społecznych i przełamywanie izolacji społecznej: wakacje pozwalają na znalezienie nowych przyjaciół. Jedną z największych korzyści wymienianych przez uczestników turystyki społecznej jest możliwość rozmowy o problemach z ludźmi znajdującymi się w takiej samej sytuacji społecznej. Osoby spędzające wakacje indywi-

dualnie wskazywały na możliwość przebywania razem z innym (jak w rodzinie).

2. Wzrost pewności siebie: budowanie kontaktów społecznych na wyjazdach powoduje wzrost pewności siebie także po powrocie do domu.

3. Zmianę perspektyw: wakacje są potencjalną okazją do nauki, pozwalają wielu osobom na refleksję nad swoim życiem i zidentyfikowanie obszarów, w których powinna nastąpić jakaś zmiana. Dzięki nowym kontaktom towarzyskim i nowym źródłom informacji nowe zamierzenia udaje się wcielić w życie.

4. Ucieczkę od rutyny: pozostawianie trosk, zmartwień, a także problemów finansowych w domu lub w pracy i skoncentrowanie się na sprawach pozytywnych zmienia perspektywę widzenia.

5. Okazję do refleksji nad dotychczasowym życiem: podczas wakacji wiele osób ma czas na refleksję nad swoim życiem i podejmują decyzje o zmianach w życiu. Wakacje wpływają na wzrost aspiracji: rzeczy, które przed wakacjami wydawały się nie do osiągnięcia stają w zasięgu ręki.

Do najważniejszych korzyści, jakie czerpią z turystyki społecznej jej uczestnicy, należy zaliczyć także uczenie się. Wyjazdy turystyczne umożliwiają uczenie się poprzez doświadczanie, które stanowi alternatywną formę dla tradycyjnie rozumianego uczenia kognitywnego. Proces ten rozpoczyna się doświadczeniem, z następującą po nim refleksją, analizą i oceną doświadczenia (Boydell 1976 za Minnaert i in. 2009). Z tej perspektywy wakacje stwarzają okazję znalezienia się w nowych sytuacjach, interakcjach społecznych i porównania ich z własnymi wzorcami zachowań.

Wakacje, dostarczając różnorodnych możliwości eksploracji nowego środowiska, angażowania się w nowe, nieznane formy aktywności, poznawania ludzi, rozwiązywania problemów, stwarzają możliwość rozpoczęcia własnego cyklu uczenia się przez doświadczenia (nawet w sposób niezamierzony). Ten sposób uczenia owocuje w dwojaki sposób: po pierwsze następuje rozwój podstawowych umiejętności: np. rodzina nabywa umiejętność korzystania ze środków transportu publicznego (tzw. uczenie adaptacyjne – jednopętlowe). Po drugie, przechodząc głębsze przemiany następuje zmiana percepcji i postaw: np. umiejętność poruszania się z wykorzystaniem transportu publicznego zwiększa pewność siebie (tzw. uczenie transformacyjne – dwupętlowe). W trakcie tego pro-

cesu modyfikacji ulegają normy efektywnego postępowania i osobistych zachowań (Argyris, Schön 1978 za Minnaert i in. 2009).

Innym rodzajem jest uczenie sytuacyjne, które silnie warunkuje styl uczenia się przez jednostkę. Ten sposób związany jest z aktywnością w „społeczności praktyków”, która może mieć miejsce w szkole, pracy, domu lub podczas aktywności rekreacyjnych (Lave, Wenger 1991 za Minnaert i in. 2009). „Społeczności praktyki” to grupy, które same rozwiązują problemy i promują uczenie się poprzez komunikację pomiędzy jej członkami. Osoby o niskich zarobkach lub pozbawione pracy mają słaby dostęp do „społeczności praktyków” z powodu ograniczonych kontaktów społecznych. Wyjazdy wakacyjne umożliwiają im kontakt ze społecznościami praktyków, co w efekcie zwiększa kapitał społeczny i pozytywnie wpływa na zmiany w zachowaniu (Minnaert i in. 2009).

Warunkiem powodzenia uczenia sytuacyjnego jest bezpośredni kontakt ze społecznością praktyków. Co więcej, kontakt ten musi być wielokrotny, ustrukturyzowany (nie przypadkowy) oraz cechować się zaufaniem i realizować wspólny interes. Oznacza to konieczność takiego organizowania wyjazdów turystyki społecznej, aby stworzyć możliwość szerokiego kontaktu ze społecznościami praktyków poprzez podejmowane różne formy aktywności rekreacyjnej, jak i poprzez socjalizację (Minnaert i in. 2009).

Wyjazdy wakacyjne umożliwiają także budowanie kapitału społecznego, który obejmuje takie cechy, jak: umiejętność współpracy w grupie, zaufanie lub solidność. Kapitał społeczny jest narzędziem, które pomaga rozwijać i kształtować te cechy charakteru jednostki, które są korzystne dla ogółu społeczeństwa, mają wpływ na możliwość znalezienia zatrudnienia, zmniejszają uzależnienie od pomocy zewnętrznej i przez to są społecznie korzystne. Ma także wpływ na zmniejszenie zachorowalności, co wpływa na redukcję wydatków publicznych na opiekę zdrowotną (Coleman 1998, Putnam 2000 za Minnaert 2009).

Kolejną korzyścią wyjazdów wakacyjnych jest budowanie kapitału rodzinnego. Są to „więzi między członkami rodziny, które im służą do współpracy i współdziałania i równocześnie nie są w sprzeczności z interesem społecznym. Więzi te wyrażają się w postawach szacunku, zaufania, miłości, zainteresowania, opieki, pomocy oraz troski o członków rodziny” (Sztaudynger 2009, s. 194). Kapitał rodzinny można zestawiać z kapitałem fizycznym (którymi są dobra i usługi) i ludzkim (zdolności

i umiejętności). Jest on najmniej wymierny z wymienionych, ponieważ istnieje pod postacią relacji międzyludzkich (Coleman 1998).

Kapitał rodzinny wyraża się w relacjach pomiędzy członkami rodziny i elastycznością wobec napotykanym przez rodzinę lub jej członków przeciwności losu. Są nim także więzy pomiędzy rodzicami a dziećmi, bardzo ważne w socjalizacji dzieci. Kapitał rodzinny ma silny wpływ na sukcesy w kształceniu (zwłaszcza akademickim) oraz na aspiracje dzieci w przyszłym dorosłym życiu. Rodziny o niskich dochodach lub wykształceniu niekoniecznie reprezentują niski kapitał rodzinny, który z jednej strony zdeterminowany jest przez stabilność rodziny, z drugiej strony zaś wynika z kontaktów społecznych rodziców (Parcel, Dufur 2001). Kapitał rodzinny oddziałuje na odporność i stabilność rodziny jako całości i przez to na poszczególnych jej członków (Minnaert i in. 2009).

5. Bariery uczestnictwa w turystyce społecznej

Bariery można zdefiniować jako te czynniki, które kształtują ludzkie preferencje w czasie wolnym, ograniczają aktywność lub redukuje poziom odczuwanej przyjemności i zadowolenia (Jackson 2005). Literatura dotycząca barier aktywności w czasie wolnym jest bardzo bogata (Crawford, Godbey 1987, Crawford i in. 1991, Jackson 2005, Shaw, Henderson 2005), jednak problematyka barier aktywności turystycznej poruszana jest znacznie rzadziej.

Do głównych barier uczestnictwa w turystyce można zaliczyć: zasoby zewnętrzne (brak informacji, wiedzy, zasobów finansowych, transportu), ograniczeni dobrostanu fizycznego (słabe zdrowie i niepełnosprawność, problemy związane z podeszłym wiekiem), brak czasu, czynniki społeczne (brak partnera/towarzystwa, brak zainteresowań podróżami) i czynniki aprobaty innych (wpływ na podejmowane decyzje percepcji innych osób) (McCabe 2009).

Zależności pomiędzy sytuacją materialną a podejmowaniem wyjazdów wakacyjnych badał J.V. Haukeland (1990). Stwierdził, że niezadowolająca ocena warunków życia skutkuje ograniczeniem jakości i ilości okazji/warunków dostępnych dla jednostki. Podobnie jest z ograniczeniami wobec różnorodnych alternatyw, które rozciągają się także na sferę wyjazdów wakacyjnych. Istnieje zasadnicza różnica pomiędzy tymi oso-

bami, które są zmuszone do pozostawania w domu przez warunki, a tymi, którzy mają okazję do wyjazdów, ale wolą wakacje spędzać w domu. W tym przypadku należy się zastanowić, czy decyzja o pozostaniu w domu jest efektem niesatysfakcjonującej sytuacji socjalnej (Haukeland 1990).

J. Haukeland (1990) zaproponował typologię osób niekorzystających z wyjazdów wakacyjnych, tworząc dwa wymiary: percepcji warunków życia i percepcji barier (tab. 2).

1. Typ A tworzą osoby, które nie doświadczają żadnych przeszkód w wyjazdach wakacyjnych. Ich sytuacja socjalna jest bezproblemowa, a jednak zostają w domu, bo tam się czują najlepiej.

2. Typ B jest nieco bardziej skomplikowany: socjalne warunki życia tych osób są zadowalające, jednak różnorodne bariery powstrzymują ich od wyjazdów wakacyjnych. Bariery te mogą być stałe lub chwilowe.

3. Typ C to osoby ograniczane przez różnorodne bariery, znajdujące się trudnej sytuacji socjalnej. Może to być trudna sytuacja materialna, zdrowotna, brak wolności osobistej lub inne bardziej złożone czynniki. Osoby niewyjeżdżające na wakacje odzwierciedlają problem społecznego ubóstwa, a ponadto brak możliwości wyjazdów może potęgować wśród nich poczucie społecznej deprywacji. W niektórych przypadkach niewyjeżdżanie na wakacje może być przyczyną wzrastających problemów społecznych.

4. Typ D to osoby nieograniczane przez bariery i żyjące w niezadowalających warunkach. Typ ten logicznie może występować, aczkolwiek w praktyce rzadko mamy z nim do czynienia (tab. 2).

Tabela 2. Typologia osób niewyjeżdżających na wakacje

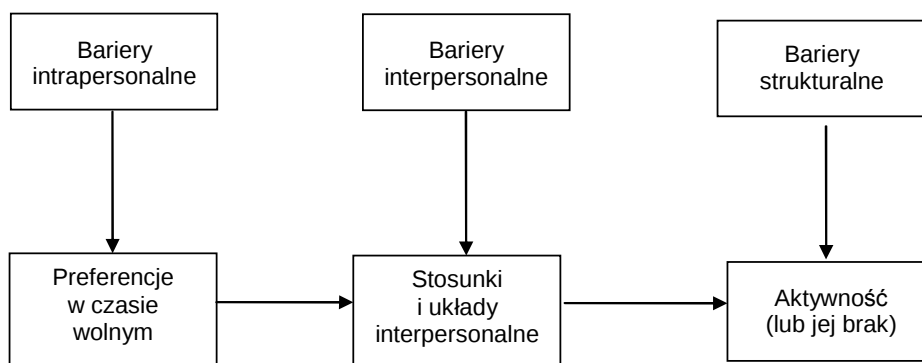
Percepcja warunków życia	Percepcja barier	
	Niewyjeżdżający / brak barier	Niewyjeżdżający, silne bariery
Zadowalające	Typ A	Typ B
Niezadowalające	Typ D	Typ C

Źródło: J. Haukeland (1990, s. 179).

J. Haukeland (1990) uważa, że na osoby z segmentu C oddziałuje najszerokie spektrum barier. Do najważniejszych z nich zalicza: brak środków finansowych oraz konieczność troski o innych członków gospo-

darstwa domowego. Najważniejsze czynniki deprywacyjne stwierdzone wśród osób należących do segmentu C to: brak odmiany (urozmaicenia) w życiu codziennym oraz ograniczone możliwości odpoczynku i relaksu, zarówno psychicznego, jak i fizycznego.

Najpopularniejszy w literaturze model barier aktywności w czasie wolnym nazwany „hierarchicznym” zaproponowała D. Crawford i in. (1991) (rys. 7). Model ten opiera się na dwóch założeniach: 1) problem barier może być rozpatrywany tylko w szerokim kontekście relacji: preferencje a poziom aktywności i 2) bariery nie oddziałują jedynie pomiędzy preferencjami a aktywnością, ale wpływają także na same preferencje oraz na samą aktywność.



Rys. 7. Hierarchiczny model barier aktywności w czasie wolnym
Źródło: Crawford i in. (1991, s. 313)

Model zawiera trzy kategorie barier (Crawford i in. 1991, Scott, Jackson 1996, Hall, Brown 2006):

1. Bariery intrapersonalne (wewnętrzne) związane ze stanem psychicznym, fizycznym lub możliwościami poznawczymi, które obejmują: stres, depresję, postawy, brak wiedzy, problemy zdrowotne, percepcję własnych umiejętności oraz brak społecznej skuteczności. Są one także określane jako wczesne bariery, ponieważ niektóre z czynników intrapersonalnych, takich jak osobowość i socjalizacja, mogą stanowić predyspozycje lub przeszkody do uprawiania pewnych form aktywności,

2. Bariery interpersonalne (zewnętrzne) wynikają z interakcji społecznych lub relacji międzyludzkich powiązanych z kontekstem społecznym. Mogą objawiać się podczas interakcji w obrębie własnej grupy społecz-

nej, z dostawcą usług lub osobami obcymi, a także wynikać z braku partnera do uprawiania różnych form aktywności. Zależność od innych osób może ograniczać możliwość wyjazdów wakacyjnych, jeżeli jednostka cierpi na nieprzystosowanie w zakresie relacji społecznych w stosunku do opiekunów lub usługodawców,

3. Bariery strukturalne lub środowiskowe – są czynnikiem interweniującym pomiędzy preferencjami a partycypacją. Obejmują one finanse, brak czasu, trudności komunikacyjne i regulacje prawne.

Z przyjętego modelu wynikają następujące wnioski: aktywność w czasie wolnym jest procesem, na który oddziałują sekwencyjnie różne czynniki. Sekwencyjne oddziaływanie zawiera w sobie hierarchię ważności: w początkowej fazie bariery oddziałują na formowanie się preferencji, następnie w zależności od typu aktywności mogą wystąpić bariery interpersonalne (w przypadku, gdy do aktywności potrzebny jest co najmniej jeden partner) i wreszcie, jeśli wymienione wcześniej bariery zostaną pokonane, pojawiają się bariery strukturalne (rys. 7).

6. Podsumowanie

Turystyka rozumiana jako siła społeczna odgrywa we współczesnym świecie ogromną rolę. Przynosi korzyści zarówno pojedynczym jednostkom, społeczeństwu, gospodarce, jak i środowisku. Wśród korzyści indywidualnych najczęściej wymienia się: ulgę i odnowę, poprawę zdrowia psychicznego, możliwość interakcji społecznych, poszerzanie horyzontów, rozwój niezależności, budowanie relacji w obrębie rodziny, przełamywanie izolacji społecznej, wzrost pewności siebie, zmianę perspektyw, ucieczkę od rutyny i okazję do refleksji. Bardzo ważna jest także możliwość uczenia się oraz budowanie kapitału rodzinnego i społecznego. Czynniki stojące na przeszkodzie w uprawianiu różnych form aktywności w czasie wolnym, w tym turystyki, tworzą hierarchię czynników. Tworzą trzy grupy barier: intrapersonalne, interpersonalne i strukturalne. Bariery oddziałują w sposób sekwencyjny: nie wystarczy usunięcie jednego czynnika, aby znikły. Aby skutecznie przełamać bariery utrudniające lub uniemożliwiające aktywność turystyczną, konieczna jest analiza całego procesu tworzenia się barier.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Argyris C., Schön D., 1978, *Reasoning, learning and action*, Jossey-Bass, San Francisco.
- Boydell T., 1976, *Experiential learning*, Manchester Monographs, Manchester.
- Cohen R., Kennedy P., 2000, *Global sociology*, Macmillan Press, Houndsmills, Basingstoke.
- Coleman J., 1998, *Social capital in the creation of human capital*, The American Journal of Sociology, 94.
- Crawford D., Godbey G., 1987, *Reconceptualizing barriers to family leisure*, Leisure Sciences, 9.
- Crawford D., Jackson E., Godey G., 1991, *Leisure constraints*, Leisure Sciences, 13 (4).
- Davidson T.L., 1994, *What are travel and tourism: Are they really an industry?* [w:] Theobald W. (red.), *Global tourism: The next decade*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Driver B., Brown P., Peterson G. (red.), 1991, *Benefits of leisure*, Venture Publishing, State College.
- Encyclopedia of tourism*, 2000, J. Jafari (red.), Routledge, London–New York.
- Global code of ethics for tourism*. World Tourism Organization, 1999, WTO: <http://www.worldtourism.org/pressrel/CODEO> (11.04.2006)
- Hall D., Brown F., 2006, *Tourism and welfare. Ethics, responsibility and sustained well-being*, CABI, Cambridge.
- Haukeland J.V., 1990, *Non-travelers: the flip-side of motivation*, Annals of Tourism Research, 17 (2).
- Haulot A., 1982, *Social tourism: current dimensions of future developments*, Journal of Travel Research, 20.
- Hazel N., 2005, *Holidays for children and families in need: an exploration of the research and policy context for social tourism in the UK*, Children & Society, 19.
- Higgins-Desbiolles F., 2006, *More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force*, Tourism Management, 27.
- Holidays: the social need*. English tourist board, 1976, ETB, London.
- Hunziker W., 1951, *Social tourism: its nature and problems*, Aliance International de Tourisme, Geneva.
- Jackson E.L., 2005, *Leisure constraints research: overview of a developing theme in leisure studies*, [w:] Jackson E.L. (red.), *Constraints to leisure*, Venture Publishing, State College.

- Lave J., Wenger E., 1991, *Situated learning. Legitimate peripheral participation*, Cambridge University Press Cambridge.
- Manila Declaration on World Tourism, 1980, WTO: <http://www.univeur.org/CMS/UserFiles/65.%20Manila.PDF> (16.09.2011).
- McCabe S., 2009, *Who needs a holiday? Evaluating social tourism*, *Annals of Tourism Research*, 36 (4).
- Minnaert L., Maitland R., Milleret G., 2009, *Tourism and social policy. The value of social tourism*, *Annals of Tourism Research*, 36.
- Mokras-Grabowska J., 2010, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTiH, Łódź.
- Opinion of the European Economic and Social Committee on Social tourism in Europe, 2006, (2006/C 318/12), *UE Official Journal of the European Union C 318/67*.
- Parcel T., Dufur M., 2001, *Capital at home and at school: Effects on student achievement*, *Social Forces*, 79 (3).
- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, 1948, ONZ: <http://www.un.org/en/documents/udhr/> (10.09.2011).
- Putnam R., 2000, *Bowling alone*, Simon & Chuster, New York.
- Scott D., Jackson E.L., 1996, *Factors that limit and strategies that might encourage people's use of public parks*, *Journal of Park and Recreation Administration*, 14.
- Shaw S.M., Henderson K.A., 2005, *Gender analysis and leisure constraints: an uneasy alliance*, [w:] Jackson E.L. (red.), *Constraints to leisure*, Venture Publishing, State College.
- Smith V., Hughes H., 1999, *Disadvantaged families and the meaning of the Holiday*, *International Journal of Tourism Research*, 1.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTiH, Łódź.
- Sztaudynger J.J., 2009, *Rodzinny kapitał społeczny a wzrost gospodarczy w Polsce*, *Ekonomista*, 2.
- Śledzińska J., 2010, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTiH, Łódź.
- Vries de J., 1996, *Beyond health status: construction and validation of the Dutch WHO quality of life assessment instrument*, Unpublished PhD thesis, Tilburg University, Tilburg.

PERSPEKTYWY I KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

Andrzej Stasiak^{*}

UWARUNKOWANIA I BARIERY ROZWOJU TURYSTYKI SPOŁECZNEJ W POLSCE

1. Wstęp

„Turystyka społeczna” w ostatnich latach stała się za sprawą Unii Europejskiej (Śledzińska 2010) jednym z bardziej popularnych i wywołujących żywe reakcje słów-kluczy branży turystycznej. Może to budzić pewne zdziwienie – wszak bez wątpienia cała turystyka jest zjawiskiem społecznym: jest wytworem społeczeństwa na pewnym (wysokim) poziomie jego rozwoju, jest też przyczyną powstawania wielu innych zjawisk i procesów społecznych. Dlaczego więc tak chętnie dodatkowo podkreśla się jej społeczny charakter?

„Wytlumaczenie może być tylko jedno: pewne formy turystyki są «bardziej społeczne» niż inne, pełniej (skuteczniej) realizują pożądane cele społeczne, czy też są planowo wykorzystywane jako narzędzie osiągania ważnych z punktu widzenia całego społeczeństwa efektów.” (Stasiak 2010). Takimi strategicznymi celami są np.: indywidualny rozwój każdego człowieka (obywatela) czy też ogólnie rozumiane dobro publiczne. Dlatego wspólnocie opłaca się wspierać wypoczynek części swoich członków.

Gdyby jednak chodziło wyłącznie o zwykłe dofinansowywanie podróży, można byłoby pozostać przy pojęciu „turystyka socjalna”, choć jak twierdzi B. Włodarczyk (2010, s. 25) jest to już „termin przestarzały, nieatrakcyjny, zdewaluowany i mocno zamortyzowany psychologicznie”.

^{*} Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, 93-192 Łódź, ul. Senatorska 11, e-mail: andrzej.stasiak@wsth.edu.pl.

Turystyka społeczna wydaje się jednak rzeczywiście zjawiskiem szerszym, bardziej wielowymiarowym i... bardziej społecznym.

Niniejsze opracowanie stanowi próbę identyfikacji głównych grup działań podejmowanych w ramach turystyki społecznej, a także najbardziej istotnych barier ograniczających jej rozwój w Polsce. Ich skuteczna likwidacja wiąże się z potraktowaniem turystyki społecznej jako elementu ogólnej polityki społecznej państwa – swoistego narzędzia realizacji celów wybranych polityk szczegółowych. Propozycja takiego systemowego podejścia do wsparcia podróżowania znajduje się w końcowej części artykułu.

2. Rozumienie turystyki społecznej

W toku dyskusji nad rozumieniem turystyki społecznej w Polsce, zainicjowanej w 2010 r. podczas konferencji *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*¹, pojawiły się bardzo różne głosy prezentujące niekiedy zupełnie odmienne poglądy na to zjawisko. I choć tego terminu używa się dziś powszechnie, nie został on jeszcze ostatecznie zdefiniowany zarówno w Unii Europejskiej, jak i w Polsce. Co więcej, zakres pojęcia bywa też różnie interpretowany w zależności od pozycji zajmowanej na rynku turystycznym (organizacje społeczne, przedsiębiorcy, administracja publiczna, ostateczni beneficjenci). Powoli jednak krystalizuje się zasadniczy trzon tego fenomenu.

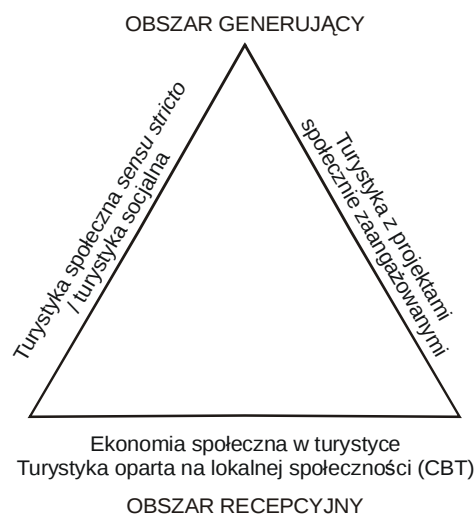
W skład szeroko rozumianej turystyki społecznej (*sensu largo*) wchodzi co najmniej trzy podstawowe zjawiska:

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

Przedsiębiorczość społeczna w turystyce 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.:

¹ Konferencja *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* odbyła się 18 listopada 2010 r. w Łodzi, a jej organizatorami była Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi i Chorzowie Łódzka ZHP im. A. Kamińskiego.

włączenia w nurt życia społecznego i zawodowego grup wykluczonych, ograniczania bezrobocia, walki z patologiami, integracji wspólnoty. Turystyka traktowana jest tutaj instrumentalnie, jako swoiste narzędzie, które można wykorzystać do aktywizacji lokalnej gospodarki i podnoszenia jakości życia mieszkańców regionu (por. np. Reichel 2010 i artykuł tego autora w niniejszym tomie).



Rys. 1. Zakres pojęcia turystyka społeczna
Źródło: opracowanie własne

Bardzo podobny charakter ma turystyka oparta na lokalnej społeczności (ang. *community-based tourism* – CBT) oraz inne jej pokrewne formy (por. artykuł W. Idziaka). Jej efektem jest powstanie oferty (produktu) obszaru, która jest tworzona i zarządzana społecznie. Może to przybierać postać np. wiosek tematycznych (Idziak 2009a, 2009b). W przypadku obsługi turystów „społecznych” przez wykluczonych mieszkańców wsi, W. Idziak podkreśla jeszcze dodatkową korzyść: aspekt terapeutyczny takiego spotkania dla obu stron.

Za turystykę społeczną w wąskim rozumieniu (*sensu stricto*) należy uznać „wszystkie podróże turystyczne, które odbywają się dzięki różnym formom dofinansowania w celu osiągnięcia przede wszystkim świadomie zakładanych efektów społecznych (wyrównywania szans i wsparcia upośledzonych grup społecznych oraz osiągnięcia korzystnych dla całego społeczeństwa celów)” (Stasiak 2010).

Nie rozstrzygając dylematów dotyczących zakresu pojęć „turystyka socjalna” i „turystyka społeczna” (por. np. Włodarczyk 2010), do grupy tej zaliczono łącznie podróże osób, które z wielu powodów (ekonomicznych, społecznych, zdrowotnych itp.) mają trudności z organizowaniem swoich wakacji. Dlatego realizacja ich podstawowego prawa do wypoczynku i podróżowania wymaga zewnętrznego wsparcia (finansowego i organizacyjnego). Może ono przyjmować postać:

- całkowitego lub częściowego dofinansowaniu wypoczynku (turystyka społeczna/socjalna),
- organizowania wyjazdów „po kosztach” lub też z minimalną marżą, korzystania z wolontariatu i społecznej pracy kadr turystycznych w celu obniżenia kosztów (turystyka społecznie zaangażowana/społecznie odpowiedzialna), a nawet
- wypłaty świadczeń pieniężnych, które mogą, ale nie muszą być przeznaczane na zaspokojenie potrzeb turystyczno-rekreacyjnych (turystyka quasi-społeczna – por. Stasiak 2010).

Podstawowymi beneficjentami tak rozumianej turystyki społecznej są przedstawiciele defaworyzowanych grup społecznych pochodzący z obszaru generującego ruch turystyczny.

Ostatnią grupę stanowią podróże turystyczne wykorzystujące różne projekty społecznie zaangażowane (por. artykuł P. Geise). W przeciwieństwie do typowej turystyki społecznej organizatorzy nie obniżają tu kosztów wyjazdów, lecz świadomie je podwyższają, informując przy tym klientów, że nadwyżka jest przeznaczana na ważny cel społeczny w odwiedzanym regionie (budowa studni, ochrona środowiska, aktywizacja zawodowa kobiet, rozwój edukacji, opieka społeczna, ochrona zdrowia itd.). Nabywcami takiej oferty są bowiem dobrze sytuowani turyści, cechujący się jednak wrażliwością społeczną i skłonnością do filantropii. Inną formą czynienia dobra w odwiedzanym regionie może być wykonanie w trakcie wyjazdu określonej pracy na rzecz lokalnej społeczności lub też wsparcie darowizną realizowanych na miejscu projektów.

Turystyka ze społecznie zaangażowanymi projektami pojawiła się w zamożnych społeczeństwach Europy Zachodniej (m.in. na rynku niemieckim). Czas pokaże, czy nie jest to tylko przejściowa moda na „społeczną świadomość” lub marketingowy trik branży turystycznej i czy tego rodzaju podróże pojawią się również w Polsce.

Zaprezentowane szerokie rozumienie turystyki społecznej sprawia, że

zjawisko to jest zdeterminowane wieloma czynnikami o bardzo zróżnicowanym charakterze. Najogólniej można je podzielić na dwie grupy: uwarunkowania zewnętrzne (egzogeniczne) i wewnętrzne (endogeniczne). Zostaną one pokrótce scharakteryzowane w dalszej części opracowania.

3. Uwarunkowania zewnętrzne

Do uwarunkowań zewnętrznych zaliczono szereg istotnych cech otoczenia, w którym realizowana jest turystyka społeczna, a które znacząco ograniczają lub wręcz uniemożliwiają jej rozwój. Warunki środowiska są szczególnie newralgiczne, gdyż wyznaczają ogólne ramy funkcjonowania podmiotów turystyki społecznej, w dużym stopniu determinując ich efektywność. A co najważniejsze, bariery te są z reguły długotrwałe i trudne do zmiany.

Wśród najważniejszych tego typu determinant należy wymienić czynniki:

1. Klimatyczne – chętnie podkreśla się, że turystyka społeczna przyczynia się do wydłużenia sezonu turystycznego (*Analiza rozwoju...* 2007, *Działania na rzecz...* 2010, Górską 2010, Kosmaczewska 2010, Mokras-Grabowska 2010). W Polsce będzie to jednak trudne. Sezon turystyczny w naszym kraju wyznaczają bowiem w dużej mierze warunki pogodowe. Długość optymalnego okresu korzystania z walorów krajobrazowych środowiska przyrodniczego w okresie ciepłym wynosi 121–130 dni, ale już długość sezonu kąpielowego nad Bałtykiem to średnio zaledwie 60–70 dni (Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 2002). Oprócz temperatury powietrza i wody kluczowa jest też duża niestabilność i nieprzewidywalność pogody w okresie wiosennym oraz jesiennym. Rodzi się więc pytanie: czy w polskich warunkach klimatycznych wypoczynek poza sezonem może być w ogóle atrakcyjnym produktem turystycznym?

2. Ekologiczne – postulowany rozwój turystyki społecznej ma skutkować m.in. wydłużeniem sezonu turystycznego. W przypadku osiągnięcia tego efektu z dużym prawdopodobieństwem można jednak założyć, że zwiększenie antropopresji (wydłużenie obecności turystów w środowisku przyrodniczym) musi zaostriżyć konflikty na linii turystyka–ochrona przyrody. Klóci się to z deklarowaną zgodnością z podstawowymi zasadami zrównoważonego rozwoju (*Działania na rzecz...* 2010).

3. Prawne – poważnym utrudnieniem w prowadzeniu jakiejkolwiek działalności może być zarówno brak odpowiednich aktów prawnych, niejasne, nieprecyzyjne uregulowania, jak i zbyt restrykcyjne przepisy. Wydaje się, że w odniesieniu do turystyki społecznej możemy mówić o wszystkich tych przypadkach. P. Rzeńca (2010) zwraca np. uwagę, że nie istnieją jednoznaczne instrumenty legislacyjne regulujące zasady wspierania przez samorządy wypoczynku swoich mieszkańców. Z kolei J. Kosmaczewska w swoim opracowaniu winą za nikłe zainteresowanie podmiotów sektora *non profit* działalnością zarobkową obwinia przepisy prawa. Podobnie rozwój partnerstwa publiczno-społeczno-prywatnego hamuje dążenie do dużego sformalizowania i nadmierna nieufność wobec podmiotów niepublicznych. Przepisy regulujące turystykę szkolną funkcjonują poza ustawą o usługach turystycznych itd.

Jeszcze innym problemem jest uwzględnianie (bądź nie) turystyki społecznej w dokumentach strategicznych. W *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku* pojawiają się co prawda stosowne zapisy (obszar priorytetowy II, cel operacyjny II.2 *Rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej*), ale ich charakter odbiega od przyjmowanego obecnie zakresu pojęcia turystyka społeczna².

4. Społeczno-demograficzne – zainteresowanie Unii Europejskiej wspieraniem turystyki społecznej wynika m.in. z powodu rozwoju niekorzystnych zjawisk społeczno-demograficznych, które coraz wyraźniej zaznaczają się również w Polsce. Należą do nich: zmiana struktury rodziny (dominacja rodzin małych / model 2 + 1 lub 1 + 1/, wzrost znaczenia tzw. alternatywnych form rodziny – por. Stasiak 2011b), starzenie się ludności, wzrastający problem bezrobocia, pogarszanie się warunków życia całych grup społecznych prowadzące do ich marginalizacji i wykluczenia (por. Czapiński, Panek 2005, Jarosz 2008, *Ubóstwo w Polsce...* 2011). Następuje coraz większa polaryzacja społeczeństwa (widoczna m.in. w coraz większych dysproporcjach dochodów i stylu życia), a także zanikanie poczucia solidarności i osłabienie integracji społecznej.

² Poszczególne działania obejmują: II.2.1. Opracowanie, wdrożenie i upowszechnianie programów edukacji turystycznej (w szczególności dla dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych), II.2.4. Wsparcie kadr organizacji pozarządowych (społecznych kadr turystyki) działających w sektorze turystyki, II.2. 5. Wspomaganie funkcjonowania społecznych kadr ruchu turystycznego II.2.6. Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki.

5. Ekonomiczne – bariera ekonomiczna jest bez wątpienia jednym z najważniejszych ograniczeń rozwoju turystyki społecznej. Wobec zawsze zbyt szczupłych w stosunku do potrzeb środków budżetowych (państwa czy samorządu), podstawowym problemem jest skuteczne pozyskiwanie funduszy z innych źródeł (darowizny prywatnych sponsorów, dofinansowanie z programów unijnych, działalność gospodarcza organizacji społecznych itd.). Zadanie to staje się prawdziwym wyzwaniem zwłaszcza w czasach globalnego kryzysu gospodarczego. W tej sytuacji realny jest dylemat: czy wspierać jednocześnie wszystkie cztery podstawowe segmenty beneficjentów, czy też dla zwiększenia efektywności działań skoncentrować dofinansowanie jedynie na 1–2 wybranych grupach.

Sukces programu rozwoju turystyki społecznej zależy w dużej mierze od harmonijnego połączenia celów społecznych i ekonomicznych. W warunkach gospodarki rynkowej decydujący jest imperatyw opłacalności – świadczenie usług dla komercyjnych podmiotów turystycznych po prostu musi być opłacalne. Z drugiej jednak strony, „w turystyce socjalnej nie można tworzyć klasycznych produktów, bo różne formy dofinansowania zakłócają podstawowy cel budowania, jakim jest konkutowanie na rynkach” (Majewski 2011, s. 76).

Jeszcze innym, niezwykle ciekawym z naukowego i praktycznego punktu widzenia, ekonomicznym aspektem turystyki społecznej są zachowania nabywcze „dotowanych” turystów. Z jednej strony, trudno oczekiwać, by osoby wymagające dofinansowania wyjazdu, wydawały podczas wypoczynku znaczące środki finansowe na zakup dodatkowych usług i produktów (rozrywka, gastronomia, pamiątki itp.), z drugiej zaś można jednak zakładać, że starałyby się one mimo wszystko upodobnić do zachowań konsumpcyjnych „zwykłych” turystów (nawet kosztem dodatkowych wyrzeczeń przed lub po wyjeździe). Szczegółowe badania wydatków wyjeżdżających w ramach turystyki społecznej pozwoliłyby też szacować potencjalne dochody i zyskowność przyszłych inwestycji w regionie recepcyjnym.

4. Uwarunkowania wewnętrzne

Za uwarunkowania wewnętrzne uznano ograniczenia i słabości tkwiące w środku analizowanego układu – dotyczące przede wszystkim sa-

mych podmiotów bezpośrednio zaangażowanych w rozwój turystyki społecznej, a więc: władz samorządowych (jako głównych donatorów dofinansowania), lokalnej społeczności, a także organizacji społecznych (organizatorów wspieranych podróży i wypoczynku).

5. Podwaliny polityki władz samorządowych

We współczesnym świecie turystyka stanowi podstawowy element dobrobytu społecznego (Galor, Majewski 2011). Podróże i wypoczynek uznawane są za szczególnie pożądane przez obywateli dobro (*merit good*), które powinno być powszechnie dostępne, jeśli chcemy mówić o wysokiej jakości życia. Decydenci muszą brać to pod uwagę zarówno w kontekście społecznym, gospodarczym, jak i politycznym. Każda władza, chcąc umożliwić udział w ruchu turystycznym ludziom wykluczonym, staje jednak przed szeregiem dylematów. Najważniejsze z nich ilustrują następujące pytania:

Czy warto dofinansowywać wyjazdy mieszkańców na zewnątrz regionu?

Z ekonomicznego punktu widzenia jest to niezwykle zasadne pytanie – wsparcie wypoczynku na innych obszarach przyczynia się bowiem do transferu środków pieniężnych poza region. Dotyczy to nie tylko funduszy przekazanych przez samorząd, ale również dodatkowych pieniędzy turystów, które wydają z własnej kieszeni podczas wypoczynku. Pieniądze te zasilają inną lokalną gospodarkę, choć mogłyby być wydane na miejscu.

W przypadku turystyki społecznej decydujące są jednak (a przynajmniej powinny być) efekty społeczne. Bardzo istotne jest np. zadowolenie i satysfakcja ostatecznych beneficjentów, którzy powinni mieć poczucie pełnowartościowego wypoczynku. Jednym z jego wyznaczników jest pobyt w tych samych popularnych centrach turystycznych, co inni turyści. Dlatego propozycja spędzenia wakacji w mniej znanych miejscowościach, w pobliżu miejsca zamieszkania, będzie odbierana jako mniej atrakcyjna.

Fundamentalnym argumentem za dofinansowywaniem wszelkich wyjazdów są korzyści dla całej lokalnej społeczności. „Wszak turystyka poszerza horyzonty, wzbogaca o nową wiedzę, umiejętności, sprzyja podglądaniu innych światów, uczy otwartości na ludzi i tolerancji dla

obcych – te doświadczenia uczestnicy turystyki społecznej przywożą ze sobą. Jest to niewidzialny, ale niezwykle ważny kapitał, który może być wykorzystany do rozwoju «małej ojczyzny» (Stasiak 2011). Podstawowy problem polega jednak na niewymierności kapitału społecznego i długim okresie jego budowania. Z punktu widzenia tzw. logiki wyborczej jest to zasadnicza słabość tego argumentu.

Czy region peryferyjny może być celem turystyki społecznej? (nawet przy czynnym zaangażowaniu i wsparciu władz lokalnych oraz branży turystycznej)

Z pewnością obszarom niemającym dotychczas większych tradycji turystycznych i pozbawionych ponadprzeciętnych walorów bardzo trudno jest zaistnieć na dzisiejszym, niezwykle konkurencyjnym rynku turystycznym. Większość turystów (nie tylko tych „społecznych”) wybiera bowiem wypoczynek w powszechnie znanych, wypromowanych już kurortach, uznając *a priori*, że pobyt w anonimowych miejscowościach nie może być udany.

Ale współczesna turystyka jest niezwykle zróżnicowana i oferuje usługi adresowane do rozmaitych grup klientów. Odbiorcami oferty regionu peryferyjnego mogą być więc np. turyści znudzeni modnymi ośrodkami, którzy już „wszystko widzieli i wszędzie byli”, turyści-odkrywczy (eksploratorzy), którzy omijają z daleka zatłoczone centra turystyczne, czy też poszukujące spokoju i bliskiego kontaktu z naturą rodziny z dziećmi. Takie segmenty rynku, niszowe w skali globalnej, w skali regionalnej czy lokalnej mogą okazać się wystarczająco dochodowe.

Warunkiem powodzenia jest jednak profesjonalne przygotowanie wyspecjalizowanej i oryginalnej oferty wypoczynku. Gmina, w której „nic nie ma”, musi zapewnić odwiedzającym niepowtarzalne odkrycia i doświadczenia, które zrekompensują im rezygnację z pobytu w snobistycznym ośrodkach. O tym, że jest to możliwe, przekonują np. doświadczenia w kreowaniu tzw. wiosek tematycznych (Idziak 2009, 2011) czy dynamiczny rozwój Bałtowa (artykuł J. Kosmaczewskiej).

Warto przy tej okazji zauważyć, że największe korzyści dla regionu przynoszą przedsięwzięcia związane z kreowaniem nowych atrakcji i produktów turystycznych. Pobudzają one indywidualną przedsiębiorczość mieszkańców i zachęcają do „obudowania” rdzenia produktu szeregiem dodatkowych usług i produktów (przewodnictwo, pamiątkarstwo, rękodzieło, lokalne specjały itd.). Zdecydowanie mniejsze efekty przynoszą

projekty społeczne związane z infrastrukturą turystyczną (Stasiak 2011a).

Jak z wydatków na turystykę społeczną uczynić inwestycję w rozwój lokalny i poprawę poziomu kapitału społecznego?

Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta. Na razie nie można bowiem mówić o jakimkolwiek sprawdzonym modelu postępowania – zastosowane rozwiązania mają wyłącznie jednostkowy, epizodyczny charakter, sprawdziły się w ściśle określonych warunkach. Sytuację dodatkowo utrudnia fakt, że aktualnie nie istnieją jednoznaczne instrumenty legislacyjne regulujące założenia polityki lokalnej w tym zakresie.

Badania P. Rzeńcy (2010) dowiodły, że wsparcie turystyki społecznej w regionie łódzkim możliwe jest poprzez przekazywanie dotacji celowych z budżetu własnego gminy, ale w sposób trochę „zakamuflowany”, m.in. w ramach działów: ochrona zdrowia (851), pomoc społeczna (852), turystyka (630), kultura fizyczna i sport (926), pozostałe działania w zakresie polityki społecznej (853) czy edukacyjna opieka wychowawcza (854). W praktyce największe znaczenie ma realizacja zadań dotyczących programów profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych oraz zwalczania narkomanii. Środki na ich realizację pochodzą bezpośrednio z wpływów do budżetu gminy z opłat za wydanie zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych (tzw. kapsłowe).

Związek pomiędzy dochodami z tego tytułu opłat a wysokością dotacji na turystykę społeczną P. Rzeńca (2010) określił jako dość wyraźny. Paradoksalnie więc, wzrost spożycia alkoholu przez mieszkańców sprzyja wspieraniu wykluczonych grup społecznych (najczęściej tych samych mieszkańców). Aby sprawdzić, jak ten problem rozwiązywany jest w innych województwach, niezbędne są dalsze szczegółowe badania.

Również kwestia wspierania rozwoju przedsiębiorczości społecznej w branży turystycznej wymaga pogłębionych studiów. W całym kraju powstało już co prawda wiele wiosek tematycznych, ale jak dotąd brak dokładnych analiz porównawczych dotyczących tworzenia i funkcjonowania tego typu projektów w różnych regionach. A – jak pisze J. Hochleitner – tylko w samym województwie warmińsko-mazurskim obserwuje się trzy różne sposoby wcielania w życie tej idei.

W. Idziak (2009a) podkreśla, że przemiana wsi jest procesem trudnym długotrwałym. Wymaga połączenia działań z zakresu animacji społecznej i tworzenia oferty wioski. Wśród pomocnych metod wymienia: po-

dejsście doceniające, reinterpretację rzeczywistości, specjalizację tematyczną, uczenie się w działaniu, kreatywność i zabawę oraz partnerstwo.

Jak dotąd żaden region w Polsce nie podjął jeszcze próby realizacji spójnego programu dofinansowywania przyjazdu turystów. Trudno więc mówić nie tylko o realnych efektach ekonomicznych czy społecznych, ale o jakichkolwiek polskich doświadczeniach w tym względzie. Automatyczne przenoszenie na nasz grunt efektów hiszpańskiego programu Europe Senior Tourism jest z wielu powodów nieuprawnione. Jeśli chcemy wykorzystać tę ideę, musimy wypracować własny model postępowania uwzględniający polskie realia (klimatyczne, społeczno-gospodarcze, kulturowe itd.).

6. Niewielki potencjał społeczności lokalnej

Obszary zapóźnione gospodarczo charakteryzują się nie tylko niską zamożnością ludności i wysokim poziomem bezrobocia, ale także dużą apatią mieszkańców, powszechnym poczuciem braku perspektyw życiowych, wpływu na swój los. Nieliczne aktywne i wykształcone jednostki emigrują w poszukiwaniu pracy, pozostają ludzie starsi, mniej zaradni, słabiej wykształceni, bierni. Sprawia to, że potencjał ludzki, i tak niski, obniża się jeszcze bardziej, a wraz z nim maleją szanse na jakikolwiek rozwój regionu.

Jak zauważa w swoim artykule J. Kosmaczewska, rozwój przedsiębiorstw społecznych (traktowanych jako swoiste koło zamachowe lokalnej gospodarki) wymaga istnienia pewnego minimalnego kapitału, aby zainicjować proces przemian i osiągnąć wystarczającą „masę krytyczną”, która zapewni długotrwały i stabilny rozwój. Kapitał ten tworzą m.in.: aktywność mieszkańców, wzajemne zaufanie, chęć do współpracy, posiadana wiedza i umiejętności, przedsiębiorczość, obecność naturalnych przywódców (liderów zmian).

Z reguły jednak istniejący na danym terenie kapitał jest zbyt nikły, by przeprowadzić zmiany tylko siłami lokalnej społeczności. Bardzo często brakuje też „spojrzenia z zewnątrz” – obiektywnej oceny zasobów będących do dyspozycji i możliwości ich wykorzystania. W takiej sytuacji niezbędna staje się pomoc zewnętrznych ekspertów (m.in. psychologów, animatorów społecznych, specjalistów od kreowania, zarządzania i pro-

mości produktu turystycznego), którzy będą wspomagać mieszkańców w poszukiwaniu pomysłu na rozwój ich wsi i przygotowywaniu oferty dla turystów. Dostarczą *know how*, podzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem (por. artykuł W. Idziaka).

7. Słabość organizatorów turystyki społecznej

Masowa turystyka w czasach PRL opierała się przede wszystkim na dofinansowaniu wypoczynku obywateli przez państwo (Fundusz Wczasów Pracowniczych, zakładowe ośrodki wypoczynkowe) oraz działalności społecznych organizacji turystycznych (m.in. Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych). Wraz ze zmianami ustrojowymi system ten uległ likwidacji. Ośrodki wczasowe dużych przedsiębiorstw państwowych w większości zostały szybko sprywatyzowane, wydzierżawione lub przekazane odrębnym spółkom (por. np. Grzelak 2000). W nowych realiach społeczno-gospodarczych tylko nieliczne zakłady pracy nadal organizowały wypoczynek swoim pracownikom (Grabowski 2003). Fundusz Wczasów Pracowniczych funkcjonuje do dziś, ale w zupełnie zmienionej formie organizacyjno--prawnej (spółka z o.o.) i w zdecydowanie mniejszej skali³.

Na początku lat 90. XX w. radykalnym zmianom uległa również działalność PTTK i PTSM, kiedyś masowych organizacji zapewniających możliwość taniego podróżowania milionom Polaków. Upowszechnienie indywidualnych form wypoczynku, rozwój motoryzacji, otwarcie granic, wreszcie oferta prywatnych przedsiębiorstw turystycznych złamały ten monopol. Istotne było też ograniczenie wsparcia ze strony budżetu państwa oraz praktycznie brak wizji, jaką rolę tego typu podmioty mają odgrywać w nowej wolnorynkowej rzeczywistości.

W efekcie zasoby kadrowo-materialne turystycznych organizacji społecznych od 20 lat ulegają systematycznej erozji. Po gwałtownym załamaniu na początku lat 90. liczby członków i kadry turystycznej, a także liczby organizowanych imprez i ich uczestników, wskaźniki te powoli, ale wciąż regularnie obniżają się (tab. 1).

³ www.fwp.pl.

Tabela 1. Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze w latach 1990–2009

Wyszczególnienie	Rok				
	1990	1995	2000	2005	2009
Liczba członków (w tys.):	484,6	98,9	82,5	62,7	61,4
w tym przewodnicy turystyczni (w tys.)	16,9	12,2	13,6	10,2	10,1
Liczba wycieczek (w tys.)	138,3	50,1	39,7	37,1	32,8
Uczestnicy wycieczek (w mln)	3,94	1,27	1,08	1,03	0,95

Źródło: Rocznik statystyczny GUS 2001–2009.

Badania przeprowadzone w regionie łódzkim (Stasiak red. 2010) dowiodły znacznego spadku aktywności i potencjału organizacyjnego nie tylko typowych stowarzyszeń turystycznych (PTTK, PTSM), ale również innych organizacji *non profit*, statutowo realizujących zadania związane z wypoczynkiem i rekreacją (np. ZHP, LZS). Luki tej nie wypełniają w całości również nowe podmioty, które rozwinęły działalność w ostatnich 20 latach, np. Caritas.

Przyczyny takiego stanu rzeczy są oczywiście bardzo różne, często odmienne w przypadku każdego stowarzyszenia. Mimo to można pokusić się o pewne uogólnienia. Podstawową słabością tych organizacji jest fakt, że przy kształtowaniu swojego budżetu w znacznej mierze liczą na dofinansowanie działalności ze środków publicznych. Uzależnienie funkcjonowania od wyników ogłaszanych konkursów rodzi niepewność, przypadkowość projektów, a w razie nieprzyznania dotacji konieczność rezygnacji z zaplanowanych działań lub brak kontynuacji już rozpoczętych. Często pojawia się też niezdrowa konkurencja o dofinansowanie z innymi organizacjami *non profit* (pożytku publicznego), co łatwo może prowadzić do obniżania jakości oferty (zwłaszcza gdy podstawowym kryterium przyznania dotacji jest cena). Poza tym nie zawsze jasne i jednoznaczne kryteria podziału ograniczonych środków sprawiają, że przegrani dopatrują się pozaregulaminowych rozstrzygnięć. Buduje to dodatkowy mur wrogości pomiędzy organizacjami, które powinny raczej współpracować ze sobą, niż walczyć.

Odrębny problem stanowi tania baza noclegowa dostępna dla turystyki społecznej. Organizacje turystyczne posiadają własne obiekty noclegowe (schroniska górskie i młodzieżowe, domy wycieczkowe i wczą-

sowe, stanice harcerskie, pola biwakowe itp.). Nie jest to mały majątek. Przykładowo: w 2008 r. Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych dysponowało 159 całorocznymi schroniskami młodzieżowymi i 130 placówkami sezonowymi, położonymi w atrakcyjnych turystycznie regionach Polski. Udzielono w nich ponad 1,1 mln noclegów (Szpecht 2009).

Największą bolączką tej bazy jest jednak jej zły stan techniczny. Często są to obiekty znacząco odbiegające od wymagań współczesnego turysty: przestarzałe, o niskim standardzie (brak indywidualnych łazienek, sale wieloosobowe), słabo wyposażone (brak telewizji, Internetu), nieprzystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych (bariery architektoniczne, brak informacji o dostępności – por. artykuł T. Skalskiej). Wymagają więc niezwłocznej i gruntownej modernizacji (por. Szpecht 2009).

Mimo wyraźnie postępującego regresu (ilościowego i jakościowego) turystycznych organizacji społecznych, dysponują one nadal ugruntowanymi i rozbudowanymi strukturami w całym kraju, mają bogate doświadczenie merytoryczne, kadrowe oraz cenne zasoby materialne. Nie bez znaczenia jest również długoletnia historia i bogate tradycje, kształtujące pozytywny wizerunek i silną, wzbudzającą zaufanie turystów, markę tych podmiotów.

Swoistym podsumowaniem tych rozważań jest strategiczne pytanie: w jaki sposób efektywnie wykorzystać w warunkach gospodarki rynkowej pozostałości dawnego systemu turystyki socjalnej, a zwłaszcza ciągle duży potencjał społecznych organizacji turystycznych?

8. System turystyki społecznej w Polsce

Dynamiczny rozwój branży turystycznej w Polsce w ciągu ostatnich 20 lat dowiódł, że może być ona ważną gałęzią zarówno całej gospodarki narodowej, jak i gospodarki poszczególnych regionów. Poważniejsze traktowanie tej sfery działalności człowieka znalazło wyraz w podejmowanych w ostatnim czasie próbach kreowania nowoczesnej polityki turystycznej (por. np. Kozak 2009). Coraz częściej uważana jest ona za jedną z ważnych dziedzin ogólnej polityki gospodarczej państwa (dlatego też główny nacisk kładziony jest na ekonomię i ekonomikę turystyki).

Natomiast, jak zauważają Z. Galor i J. Majewski (2011), brak jest obecnie w zasadzie wiązania turystyki z polityką społeczną. Pomijana

jest ona wśród polityk szczegółowych składających się na całościową politykę społeczną rządu, co więcej, panuje wręcz „przekonanie o zbędności polityki społecznej w turystyce, ruchu turystycznym i przemyśle turystycznym” (Galor, Majewski 2011, s. 34)⁴.

Jest to o tyle niezrozumiałe, że według koncepcji państwa dobrobytu (*welfare state*) podstawową powinnością wspólnoty, działającej poprzez państwo, jest zapewnienie wszystkim swoim członkom minimalnego poziomu⁵ godnego życia oraz możliwości korzystania ze wspólnego dziedzictwa. A w XXI w., jak już wcześniej wspomniano, turystyka powszechnie uznawana jest za wyznacznik poziomu życia człowieka. Dodatkowo prawo każdego obywatela do czasu wolnego, wypoczynku i podróżywania gwarantowane jest konstytucyjnie. Podstawowym zadaniem państwa powinno więc być wyrównywanie szans i umożliwianie udziału w turystyce szczególnie dyskryminowanym grupom społecznym.

Wobec wskazanych w artykule licznych (zapewne nie wszystkich) ograniczeń rozwoju turystyki społecznej, nawet systematyczna eliminacja poszczególnych barier może okazać się niewystarczająca. Konieczne jest poszukiwanie systemowych rozwiązań, które okażą się efektywne w polskich warunkach społeczno-gospodarczych.

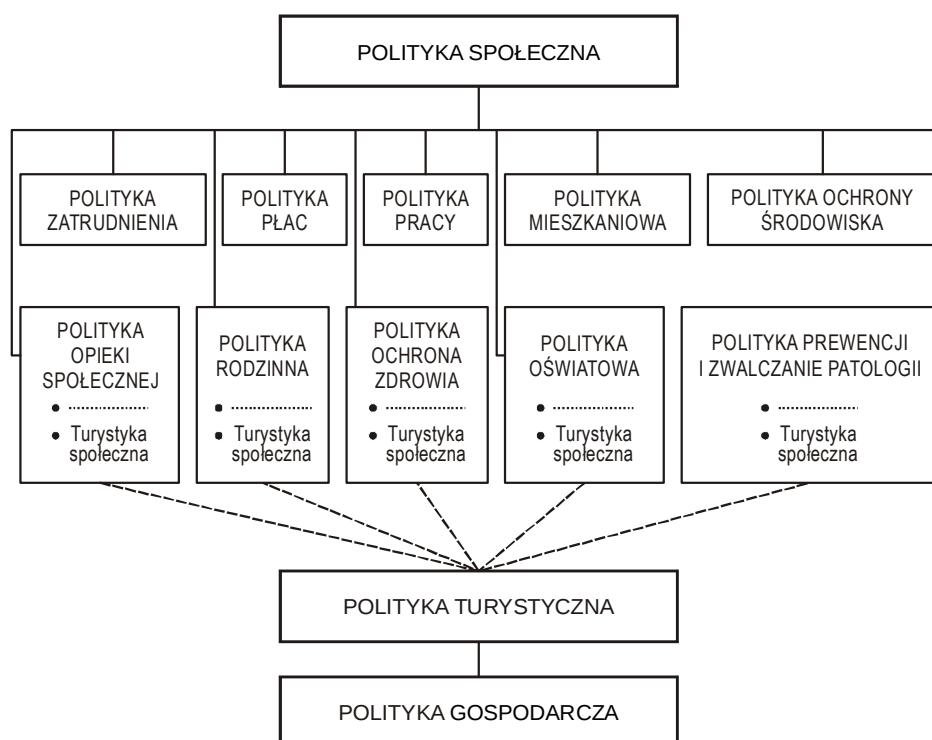
W pełni uzasadnione wydaje się więc zrównoważenie polityki turystycznej i uzupełnienie jej o cele pozaekonomiczne. Turystyka społeczna, jako subdyscyplina polityki społecznej, mogłaby wtedy stać się narzędziem długofalowych działań państwa na rzecz zaspokajania potrzeb obywateli i rozwiązywania ważnych problemów społecznych. Powinna odgrywać istotną rolę m.in. w ramach polityki opieki społecznej, rodzinnej, ochrony zdrowia, oświatowej, prewencji i zwalczania patologii (por. rys. 2). Wymaga to jednak podjęcia ścisłej współpracy kilku kluczowych ministerstw: Pracy i Polityki Społecznej, Edukacji Narodowej, Spraw Wewnętrznych i Administracji, Zdrowia oraz oczywiście Sportu i Turystyki.

Celowe dofinansowywanie wyjazdów turystycznych często może okazać się zdecydowanie skuteczniejszą formą pomocy, niż bezpośrednie

⁴ Wspomniani autorzy zwracają też uwagę na swoisty paradoks: o ile na szczeblu centralnym turystyka jest pomijana w polityce społecznej, to na najniższym poziomie (np. gminnym) bardzo często staje ważnym elementem lokalnych strategii rozwoju społecznego.

⁵ W ujęciu socjaldemokratycznym: możliwie najwyższych standardów.

świadczenia pieniężne lub materialne. W przypadku tych ostatnich zawsze istnieje bowiem ryzyko, że zostaną wykorzystane niezgodnie z wolą darczyńcy. Nie bez znaczenia jest też możliwość wytyczania i realizowania długofalowych celów, uwzględniających dobro całej społeczności, a nie poszczególnych jednostek.



Rys. 2. Polityka turystyczna jako zwornik polityki gospodarczej i społecznej państwa
Źródło: opracowanie własne

Samo wpisanie turystyki społecznej w ogólny system pomocy społecznej państwa nie zapewni jednak sukcesu. Wobec ograniczonych środków budżetowych niemożliwe będzie dofinansowanie wypoczynku wszystkim potrzebującym. Niezbędne jest podjęcie zsynchronizowanych działań, zapewniających taną możliwość podróżowania. Do najpilniejszych zadań należy zaliczyć:

– wprowadzenie zmian legislacyjnych (nowe przepisy, uporządkowanie istniejących), które ułatwią podejmowanie różnorodnych inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki społecznej w naszym kraju,

- wsparcie turystycznych organizacji społecznych,
- szkolenie kadr turystyki społecznej,
- modernizację i rozbudowę sieci taniej bazy noclegowej, np. z 1-procentowego odpisu z Totalizatora Sportowego (Szpecht 2009) lub w ramach specjalnego projektu na wzór budowy Orlików,
- stworzenie ulg podatkowych dla inwestorów, organizatorów i sponsorów turystyki społecznej,
- wspieranie partnerstwa publiczno-społeczno-prywatnego w zakresie udostępniania wypoczynku osobom społecznie wykluczonym,
- stosowanie zniżek dla wspieranych grup w środkach transportu publicznego,
- realizację koncepcji „wychowania przez turystykę i dla turystyki”, m.in. poprzez pełniejsze włączenie turystyki szkolnej w proces dydaktyczno-wychowawczy, czy też opracowanie kanonu krajoznawczego Polski na poszczególnych etapach edukacji (szkoły podstawowej, gimnazjum, szkoły ponadgimnazjalnej),
- promocję turystyki jako aktywnej i wartościowej formy spędzania czasu wolnego.

9. Podsumowanie

Zainicjowana niedawno dyskusja nad turystyką społeczną nabiera tempa i z pewnością w najbliższych latach będzie się dalej dynamicznie rozwijać. Głos zabierają w niej bowiem przedstawiciele coraz to nowych środowisk: naukowcy, samorządowcy, reprezentanci społecznych organizacji i komercyjnych podmiotów branży turystycznej, przedstawiając swoje poglądy na temat zasadności i form wspierania wypoczynku defaworyzowanych grup społecznych.

Zaprezentowane w opracowaniu szerokie rozumienie turystyki społecznej próbuje połączyć dwa odmienne punkty widzenia: popytowy i podażyowy. Możliwymi odmianami tego zjawiska są więc: turystyka społeczna *sensu stricto*, turystyka powiązana ze społecznymi projektami oraz przedsiębiorczość społeczna w turystyce. Wszystkie one mogą służyć przywracaniu społeczeństwu jednostek i grup wykluczonych.

Rozwój turystyki społecznej w Polsce hamuje szereg barier i ograniczeń, które umownie można podzielić na dwie grupy: zewnętrzne (wy-

nikające z otoczenia turystyki społecznej) i wewnętrzne (związane z głównymi podmiotami turystyki społecznej). Do najważniejszych czynników zewnętrznych zaliczono uwarunkowania: klimatyczne, ekologiczne, prawne, społeczno-demograficzne i ekonomiczne, a wśród istotnych uwarunkowań wewnętrznych znalazły się: polityka władz samorządowych, niewielki kapitał społeczności lokalnej w regionach zaniedbanych oraz malejący potencjał organizacji społecznych.

Jeśli chcemy skutecznie rozwijać turystykę społeczną, likwidacja istniejących barier musi mieć charakter systemowy. Turystyka społeczna powinna znaleźć należyte miejsce w ogólnej polityce turystycznej, a także zostać uznana za subdyscyplinę polityki społecznej, tak by mogła stać się narzędziem długofalowych działań państwa na rzecz zaspokajania potrzeb obywateli i rozwiązywania ważnych problemów społecznych w ramach poszczególnych polityk szczegółowych (np. opieki społecznej, rodzinnej, ochrony zdrowia, oświatowej, prewencji i zwalczania patologii).

Na zakończenie wypada jeszcze podkreślić bardzo ważne aspekty psychologiczne turystyki społecznej. Dotyczą one niezwykle delikatnej materii właściwego świadczenia pomocy potrzebującym. Często mimo dobrych chęci donatora jest ona odrzucana przez potencjalnych odbiorców. Pomoc socjalna bowiem stygmatyzuje – jej beneficjenci traktowani są jako swego rodzaju nieudacznicy (lub tylko mają takie przekonanie). Należy więc dokładać wszelkich starań, by uczestnicy dofinansowanych wyjazdów nie czuli się „gorszymi turystami”. Warto też wcześniej przeprowadzić badania nad rzeczywistymi potrzebami wspieranych grup, a nie zakładać z góry, że przygotowana oferta musi spełniać ich oczekiwania. Z pewnością pozwoli to ograniczyć koszty nietrafionych działań i znacząco zwiększy szanse na efektywną pomoc rzeczywiście potrzebującym wsparcia.

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce: Stan, szanse, zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Czapiński J., Panek T. (red.), 2005, *Diagnoza społeczna 2005: Warunki i jakość życia Polaków*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa: <http://www.diagnoza.com> (05.10.2011).

- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, 2010, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Galor Z., Majewski J., 2011, *Po co turystyce polityka społeczna?*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis 288, antea: Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis, Oeconomica 64, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia, 9 (4).
- Grabowski J., 2003, *Rola zakładów EMIT w Żychlinie jako organizatora turystyki i wypoczynku*, Turystyka i Hotelarstwo, 4.
- Grzelak K., 2000, *Zmiany własnościowe w bazie turystycznej łódzkich zakładów przemysłu lekkiego*, Turyzm, 10 (1).
- Idziak W., 2009a, *Specjalizacja tematyczna wsi i turystyka*, [w:] Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka – razem, ale jak?!*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Idziak W., 2009b, *Wioska tematyczna w aspekcie ekonomicznym*, [w:] Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać!*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Idziak W., 2011, *Turystyka społeczna – inspiracje dla turystyki wiejskiej*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Jarosz M. (red.), 2008, *Wykluczeni. Wymiar społeczny, materialny i etniczny*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 r.*, 2008, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Kosmaczewska J. 2010. *Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 591, Ekonomiczne problemy usług, nr 53, Szczecin.
- Kozak M.W., 2009, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Wyd. Scholar, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2002, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Majewski J., 2011, *Społeczne aspekty wiejskiego produktu turystycznego*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis 288, antea: Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis, Oeconomica, 64, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Mokras-Grabowska J., 2010, *Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Reichel J., 2010, *Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

- Rzeńca P., 2010, *Turystyka społeczna a samorządy gmin województwa łódzkiego*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stasiak A., 2010, *Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stasiak A. (red.), 2010, *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Stasiak A., 2011a, *Wieś jako obszar turystyki społecznej*, [w:] Majewski J., Kmita-Dziasek E. (red.), *Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście*, Wyd. ZUT, Szczecin.
- Stasiak A., 2011b, *Turystyka rodzinna w świecie ponowoczesnym*, materiały z konferencji „Turystyka rodzinna a zachowania prospołeczne”, ZG PTTK, Instytut Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi, Zakopane–Kalatówki 07–09.03.2011 (w druku).
- Szpecht R.M., 2009, *Rola schronisk młodzieżowych w upowszechnianiu krajoznawstwa i turystyki w szkole*, [w:] Denek K., Drożdżyński L., Gordon A. (red.), *O potrzebie krajoznawstwa w edukacji szkolnej*, PTTK, Warszawa–Poznań.
- Śledzińska J., 2010, *Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.
- Ubóstwo w Polsce w 2010 r.*, 2011, GUS, Warszawa:
http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_wz_ubostwo_w_polsce_2010.pdf (05.10.2011).
- Włodarczyk B., 2010, *Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska*, [w:] Stasiak A. (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*, Wyd. WSTH, Łódź.

Strony internetowe

www.fwp.pl (01.10.2011).