

ORGANIZACJE NON PROFIT W POLSCE

Funkcjonowanie, wyzwania i rozwój

pod redakcją

Renaty Brajer-Marczak i Anny Marciszewskiej



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2024

Recenzja

Tomasz Kafel

Redakcja wydawnicza

Jarosław Błochowiak

Korekta

Katarzyna Gwizda

Skład i łamanie

Małgorzata Myszkowska

Projekt okładki

Beata Dębska

Na okładce wykorzystano zdjęcie z zasobów Adobe Stock

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2024

Nota copyright obowiązuje do 30 listopada 2025. Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

Od 1 grudnia 2025 publikacja dostępna na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe (CC BY-SA 4.0).

Skrócona treść licencji na <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.pl>



ISBN 978-83-68394-30-6 (dla wersji drukowanej)

ISBN 978-83-68394-31-3 (dla wersji elektronicznej)

DOI: 10.15611/2024.31.3

Cytuj jako: Brajer-Marczak, R. i Marciszewska, A. (red.). (2024). *Organizacje non profit w Polsce: funkcjonowanie, wyzwania i rozwój*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Druk i oprawa: TOTEM

ROZDZIAŁ 2

Wolonturystyka – między misją społeczną a biznesem

Paulina Graczyk

*The important thing to remember is that children
are not tourist attractions.
Tara Winkler, Cambodian Children's
Trust Co-Founder (Winkler, n.d.)*

2.1. Wprowadzenie

Wolonturystyka (turystyka wolontariacka) to forma alternatywnej turystyki, która łączy pracę wolontariacką z doświadczeniem turystycznym, tworząc w ten sposób unikalną formę podróżowania, zyskującą na popularności. Uczestnicy (wolontariusze) angażują się w różne projekty społeczne, takie jak: pomoc w edukacji, ochrona środowiska czy wspieranie lokalnych przedsiębiorstw, zwłaszcza w krajach globalnego Południa. Takie inicjatywy nie tylko poprawiają warunki życia lokalnych społeczności, lecz także oferują wolontariuszom możliwość zwiedzania nowych miejsc, poznawania lokalnych kultur i tradycji, co nadaje ich podróżom charakter przygody i eksploracji (Wearing, 2001). Uczestnicy wyjazdów aktywnie starają się przyczynić do poprawy warunków życia społeczności, które odwiedzają, i jednocześnie zdobywają wiedzę o kulturze i codziennym życiu mieszkańców (Butcher i Smith, 2015). Motywacje wolontariuszy mogą być różnorodne: niektórzy kierują się altruizmem i pragnieniem niesienia pomocy, inni poszukują autentycznych doświadczeń kulturowych, a jeszcze inni szukają możliwości rozwoju osobistego i zawodowego. W praktyce wolonturystyka może obejmować różnorodne projekty: od krótkoterminowych inicjatyw, takich jak nauczanie języków, po długoterminowe działania związane z rozwojem lokalnych zasobów (Tomazos i Butler, 2009).

W literaturze podkreśla się, że turystyka, w tym jej alternatywne formy, odgrywa istotną rolę w rozwoju gospodarczym krajów globalnego Południa¹. Scheyvens

¹ *Kraje globalnego Południa* to termin odnoszący się do regionów świata, które są historycznie i gospodarczo uważane za rozwijające się lub mniej zamożne w porównaniu do krajów globalnej Północy.

(2002) oraz Sharpley i Telfer (2015) zwracają uwagę na fakt, że turystyka stała się kluczowym czynnikiem w generowaniu dochodów, tworzeniu miejsc pracy oraz rozwoju infrastruktury w krajach rozwijających się. Jednakże wolonturystyka budzi również wiele kontrowersji związanych z jej komercjalizacją oraz potencjalnym negatywnym wpływem na lokalne społeczności. Niektórzy badacze zwracają uwagę, że w miarę jak sektor ten się rozwija, coraz częściej staje się obiektem działań marketingowych nastawionych na zysk, a nie na rzeczywistą pomoc (Butcher i Smith, 2015). Istnieje również ryzyko, że krótkoterminowy charakter wolonturystyki może prowadzić do tzw. turystyki ubóstwa – zjawiska, w którym turystom oferuje się wyidealizowane doświadczenia związane z biedą, co niekoniecznie przekłada się na trwałe zmiany (Guttentag, 2009).

W rozdziale przedstawiono działalność Fundacji Akra związaną z turystyką wolontariacką. Fundacja ta działa na terenie Ghany i stanowi przykład organizacji łączącej wolonturystykę z misją społeczną i działalnością biznesową. Celem opracowania jest identyfikacja kluczowych czynników wpływających na skuteczne zarządzanie projektami z zakresu wolonturystyki w kontekście rozwoju lokalnych społeczności. Artykuł ukierunkowany jest na wypełnienie luki badawczej w obszarze wpływu wolonturystyki na długoterminowy rozwój lokalnych społeczności w krajach globalnego Południa, zwraca przy tym szczególną uwagę na praktyczne wyzwania i dylematy związane z prowadzeniem takich projektów. Poprzez analizę przypadku Fundacji Akra zostaną przedstawione rekomendacje dla organizacji działających w sektorze wolonturystyki, mające na celu zrównoważone łączenie działalności charytatywnej z aspektami biznesowymi.

2.2. Wolonturystyka – ujęcie teoretyczne

Turystyka wolontariacka jest jedną z najszybciej rozwijających się alternatywnych form podróżowania. Zjawisko to zaczęło być systematycznie badane dopiero w dwóch ostatnich dekadach. Prekursorką pozycją w literaturze naukowej, początkiem rozważań na temat omawianego zjawiska była książka Wearing (2001) *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*.

W literaturze przedmiotu autorzy próbują uzasadnić różnicę między wolonturystyką a turystyką wolontariacką (Röntynen i Tunkkari-Eskelinen, 2022), jednak najczęściej pojęcia te używane są zamiennie (Wearing i McGehee, 2013). Turystyka wolontariacka stanowi zintegrowane i zorganizowane połączenie działalności wolontariackiej w miejscu docelowym z określonymi aktywnościami turystycznymi, realizowanymi w czasie wolnym poza miejscem stałego zamieszkania (zarówno w kraju ojczystym, jak i za granicą). Wolonturystyka ucierpiała na tym, że nie została odseparowana od innych form turystyki czy wolontariatu i należy do: turystyki alternatywnej, międzynarodowej i pracy społecznej (We-

aring, 2001). Według Browna (2005) wolonturystyka jest doświadczeniem turystycznym, które biuro podróży oferuje turystyce jako jedną z wycieczek fakultatywnych, zapewniającą klientowi wymianę kulturową z lokalną społecznością. Natomiast wolonturysta to osoba, która w czasie wolnym zaspokaja specyficzną potrzebę podróżowania w celu zdobycia wszechstronnych doświadczeń i dobrowolnie angażuje się, bez roszczeń i oczekiwania nagrody, w różne działalności wolontariackie podczas pobytu w miejscu docelowym – poza stałym miejscem zamieszkania (Pompurová i in., 2020).

Większość wyjazdów w ramach tzw. wolontariatu turystycznego jest zazwyczaj organizowana przez organizacje pozarządowe (NGO, ang. *non-governmental organization*)² oraz władze lokalne (Chobotová, 2015). Organizacje te odgrywają ważną rolę w tym obszarze branży turystycznej. Organizacje pozarządowe lepiej znają potrzeby, problemy i wymagania lokalnej ludności oraz pomagają w tworzeniu ukierunkowanych działań i projektów (Svidronova, 2014). Działania tych nie postrzegają jako działalności związanej z zaspokajaniem potrzeb turystów, ale jako okazję do tworzenia nowych, pozytywnych wartości i do działań wartościowych zarówno dla wyjeżdżających, jak i dla społeczności lokalnych (Lyons i Wearing, 2008).

W ciągu ostatnich 10 lat rynek wolontariatu turystycznego dynamicznie się rozwijał, co doprowadziło do pojawienia się wielu komercyjnych, niezwiązanych z organizacjami pozarządowymi firm turystycznych oferujących usługi w tym obszarze. Wpłynęło to znacząco na turystykę wolontariacką, wywołując jednocześnie dyskusję na temat realnych korzyści, jakie przynosi ona lokalnym społecznościom (Morgan, 2010). W przypadku komercyjnych firm turystycznych priorytetem bywa przyciągnięcie jak największej liczby klientów (wolontariuszy), co nie zawsze idzie w parze z rzeczywistym wsparciem lokalnych społeczności (Wearing i McGehee, 2013). Firmy nastawione głównie na zysk często wywierają negatywny wpływ na mieszkańców danego kraju, np. niszcząc tradycyjne struktury pracy i lokalne rynki, gdzie wolontariusze nieodpłatnie wykonują pracę obywateli danego kraju i zabierają im tym samym możliwość zarobku. Badania przeprowadzone przez Leeds Metropolitan University wykazały, że firmy oferujące najdroższe produkty w zakresie turystyki wolontariackiej często okazują się najmniej odpowiedzialne wobec społeczności, którym rzekomo mają pomagać (Smith i Font, 2014). Warto jednak podkreślić, że sama forma prawna organizacji (non profit czy komercyjna) nie jest gwarancją odpowiedzialnych praktyk (Goodwin, 2011). Pomimo że wolonturystyka jest powszechnie uważana za zrównoważoną (Bentele, 2023; Röntynen i Tunkari-Eskelinen, 2022; Pompurová, 2018) przynosi skutki zarówno pozytywne, jak

² W artykule terminy NGO (*organizacja pozarządowa*) i *organizacja non profit* są używane zamiennie. Oba pojęcia odnoszą się do instytucji, które działają niezależnie od rządu, nie dążąc do generowania zysków, a ich głównym celem jest realizacja misji społecznych, humanitarnych lub kulturalnych.

i negatywne. Jej pozytywny wpływ charakteryzuje się: zmianą postaw i zachowań turystów (Coghlan i Gooch, 2011; Bentele, 2023; Brown, 2005), szerzeniem świadomości na temat problemów społeczności (Bentele, 2023), wymianą kulturową oraz nowymi pomysłami i rozwiązaniami mogącymi w znaczący sposób pomóc danej społeczności (Hernandez-Maskivker i in., 2018), a także korzyściami ekonomicznymi dla lokalnych mieszkańców i miejsca docelowego (Pompurová i in., 2020). Jednocześnie jest ona krytykowana za nieetyczne praktyki związane choćby z tzw. turystyką sierocińcową³ (Birrell, 2010; Van Doore i Nhep, 2023). Krótkie, nieefektywne wizyty (Anderson i in., 2017) nisko wykwalifikowanych wolontariuszy (Guttentag, 2009) oraz odmowa wzięcia odpowiedzialności za swój pobyt przez wolontariuszy doprowadzają niekiedy do pogorszenia sytuacji w danym miejscu (Smith i Font, 2014). W związku z falą krytyki wiele organizacji pozarządowych powstrzymuje się od kojarzenia siebie z wolonturystyką, mimo że ich działalność można opisać w ten sposób (Röntynen i Tunkkari-Eskelinen, 2022).

2.3. Misja społeczna a aspekty biznesowe

Wolonturystyka łączy misję społeczną z aspektami biznesowymi, co czyni ją zjawiskiem o złożonym charakterze. Misja społeczna wolonturystyki polega na wspieraniu lokalnych społeczności poprzez bezinteresowną pomoc wolontariuszy, którzy angażują się w różnorodne projekty, takie jak: edukacja, ochrona środowiska, opieka zdrowotna czy rozwój infrastruktury. Celem jest nie tylko bezpośrednia pomoc, lecz także promowanie świadomości globalnych problemów i budowanie mostów międzykulturowych (Wearing i McGehee, 2013).

Misja społeczna wolonturystyki koncentruje się na wspieraniu lokalnych społeczności, transformacji uczestników oraz podnoszeniu świadomości na temat globalnych problemów. Z kolei aspekty biznesowe obejmują generowanie dochodów, zróżnicowanie oferty turystycznej, rolę platform online oraz wykorzystanie mediów społecznościowych w promowaniu wolonturystyki. Ostatecznie skuteczne zarządzanie wolonturystyką wymaga równoważenia tych dwóch aspektów, tak aby w efektywny sposób maksymalizować korzyści dla wszystkich zaangażowanych stron i minimalizować negatywne skutki. Poprzez odpowiednie podejście wolonturystyka może stać się potężnym narzędziem wspierającym zrównoważony rozwój i budowanie bardziej sprawiedliwego świata (McGehee i Andereck, 2009; Wearing i McGehee, 2013).

³ Turystyka sierocińcowa, znana również jako *orphanage tourism*, to kontrowersyjna forma turystyki, która polega na organizowaniu wyjazdów do sierocińców lub innych instytucji opiekuńczych, w których turyści mają możliwość interakcji z dziećmi. Uczestnicy takich wyjazdów często angażują się w różnorodne działania, takie jak pomoc w nauce języka angielskiego.

W tabeli 2.1 przedstawiono kluczowe różnice między misją społeczną a aspektami biznesowymi wolonturystryki, co pomoże w zilustrowaniu tego zjawiska.

Tabela 2.1. Analiza porównawcza aspektów społecznych oraz biznesowych wolonturystryki

Misja społeczna	Aspekty biznesowe
Pomoc społecznościom lokalnym: najczęściej skupia się na projektach, które mają na celu poprawę warunków życia w społecznościach rozwijających się. Działania te mogą obejmować np. budowę szkół, prowadzenie zajęć edukacyjnych, inicjatywy zdrowotne i programy ochrony środowiska (Wearing i McGehee, 2013).	Generowanie dochodów: wolonturystryka jest także częścią przemysłu turystycznego i generuje dochody zarówno dla lokalnych społeczności, jak i dla organizatorów. Organizacje pośredniczące, takie jak biura podróży i NGO, często pobierają opłaty za swoje usługi, które mogą obejmować zakwaterowanie, wyżywienie i transport (Pompurová i Marčeková, 2017).
Wymiana kulturowa: wolonturystryka promuje wymianę kulturową, umożliwiając wolontariuszom i lokalnym społecznościom wzajemne poznawanie i uczenie się od siebie. Tego rodzaju interakcje mogą prowadzić do lepszego zrozumienia i współpracy międzynarodowej, a także do wprowadzania nowych pomysłów i modeli społecznych w odwiedzanych miejscach (Hernandez-Maskivker i in., 2018b).	Zróżnicowanie oferty turystycznej: turystyka wolontariacka wzbogaca ofertę turystyczną, przyciągając turystów poszukujących bardziej autentycznych i znaczących doświadczeń. Dzięki temu destynacje turystyczne mogą stać się bardziej konkurencyjne na globalnym rynku turystycznym, oferując bowiem unikalne doświadczenia, które łączą podróżowanie z działaniami na rzecz społeczności (Röntynen i Tunkkari-Eskelinen, 2022)
Transformacja uczestników: wolontariusze często doświadczają osobistej transformacji, ucząc się empatii, zrozumienia i szacunku dla innych kultur. To doświadczenie może zmienić ich postawy i zachowania na całe życie (Coghlan i Gooch, 2011; Bentele, 2023).	Rola platform online: w ostatnich latach rola platform internetowych w wolonturystryce znacznie wzrosła. Ułatwiają one bezpośrednią komunikację między wolontariuszami a gospodarzami, co może prowadzić do tworzenia bardziej elastycznych i dostosowanych do potrzeb ofert (Wearing i McGehee, 2013).
Podnoszenie świadomości: wolonturystryka może również przyczynić się do zwiększenia świadomości na temat problemów społecznych i środowiskowych w różnych częściach świata, co może prowadzić do większego zaangażowania w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju (Bentele, 2023).	Marketing i media społecznościowe: umożliwiają uczestnikom dzielenie się doświadczeniami i inspirowanie innych do wzięcia udziału w projektach wolontariackich. Mogą również służyć jako narzędzie marketingowe dla organizacji zajmujących się wolonturystryką (Wearing i McGehee, 2013).

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury wskazanej w tabeli.

2.4. Fundacja Akra – organizacja odpowiedzialna społecznie

Fundacja Akra została założona w 2019 roku we Wrocławiu, a inspiracją do jej utworzenia był miesięczny pobyt dwóch z pięciu przyszłych założycielek w placówce School of Talents and Creative Arts w wiosce Ticheli w północnej Ghanie. Placówka została wybudowana w 2017 roku przez amerykańsko-ghańskie małżeństwo. W budowie szkoły pomagali międzynarodowi wolontariusze oraz sami uczniowie, których marzeniem było pójście do szkoły. Szkoła ta to miejsce, w którym edukację otrzymują dzieci z najuboższych rolniczych rodzin w regionie. Uczęszczają do niej uczniowie w wieku od 3 do 15 lat.



Fot. 1. Lekcja geografii dla najstarszej klasy w School of Talents and Creative Arts

Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 2. Lekcja geografii dla najstarszej klasy w School of Talents and Creative Arts

Źródło: zdjęcie prywatne.

Przewodnim hasłem działania organizacji są słowa „pomoc jednej osobie nie zmieni całego świata, ale może zmienić cały świat dla jednej osoby”. Działalność Fundacji Akra to przykład tego, jak oddolne inicjatywy mogą wpłynąć na rozwój lokalnych społeczności i życie ich mieszkańców. Kluczowym elementem misji fundacji jest zrównoważony rozwój, dlatego wszystkie realizowane projekty mają na celu trwałe zmiany, które przyniosą korzyści zarówno obecnym, jak i przyszłym pokoleniom. Budowa infrastruktury, programy żywieniowe, edukacyjne i warsztaty higieniczne – każda z tych inicjatyw została zaprojektowana tak, aby odpowiadać na konkretne potrzeby społeczności w Ticheli, jednocześnie dając członkom tej społeczności narzędzia do samodzielnego radzenia sobie z wyzwaniami. Jednym z naj-

ważniejszych aspektów pracy fundacji jest współpraca z lokalnymi liderami oraz aktywizowanie społeczności do współdziałania. Taka strategia nie tylko wzmacnia więzi wewnątrz społeczności, lecz także buduje poczucie odpowiedzialności i dumy z osiągniętych rezultatów. Kolejnym elementem wyróżniającym Fundację Akra jest jej elastyczność w dostosowywaniu działań do zmieniających się potrzeb. W czasie pandemii COVID-19 fundacja zareagowała błyskawicznie, wdrażając działania mające na celu ochronę zdrowia uczniów oraz ich rodzin. Dzięki współpracy z miejscowymi organizacjami i władzami Fundacja Akra była w stanie dostarczyć maseczki, mydło oraz inne środki ochrony osobistej, a także prowadzić edukację w zakresie zapobiegania rozprzestrzenianiu się wirusa. Takie działania nie tylko chroniły zdrowie dzieci, lecz także przyczyniały się do zwiększenia świadomości zdrowotnej wśród mieszkańców Ticheli.

Jednym z kluczowych projektów realizowanych przez badaną organizację jest program żywieniowy. Jest to inicjatywa mająca na celu zapewnienie niedożywionym dzieciom codziennych posiłków, które są wartościowe oraz wspierają zdrowie i rozwój uczniów. W kontekście etycznego pomagania program ten wyróżnia się przemyślaną strukturą, która unika jednorazowych akcji charakterystycznych dla powierzchownych form pomocy. Zamiast polegać na krótkotrwałym zaangażowaniu zagranicznych wolontariuszy, program opiera się na trwałych rozwiązaniach, które umożliwiają lokalnej społeczności samodzielne utrzymanie inicjatywy. Kluczowym elementem projektu jest współpraca z lokalnymi rolnikami, co nie tylko zapewnia stałe dostawy świeżych produktów, lecz także wspiera gospodarkę regionu. Zamiast importować żywność, co mogłoby prowadzić do zależności od zewnętrznych dostaw, Fundacja Akra dąży do samowystarczalności poprzez aktywizację lokalnych zasobów. Włączenie lokalnej społeczności w proces zarządzania programem żywieniowym i jego realizacji wzmacnia poczucie odpowiedzialności i zrównoważonego rozwoju. Taki sposób prowadzenia programu żywieniowego odróżnia Fundację Akra od działań typowych dla wolonturystryki, która bywa krytykowana za tymczasowość i brak trwałych efektów. Dzięki długofalowemu podejściu fundacji lokalni mieszkańcy nie są biernymi odbiorcami pomocy, lecz stają się aktywnymi uczestnikami zmiany, co buduje ich samodzielność i wspiera trwały rozwój społeczności.

Ważnym aspektem pracy Fundacji Akra jest dbałość o równouprawnienie płci i wzmacnianie pozycji dziewcząt i kobiet. Warsztaty edukacyjne skierowane do dziewcząt nie tylko zwiększają ich wiedzę na temat higieny menstruacyjnej i zdrowia reprodukcyjnego, lecz także budują ich pewność siebie. Dziewczęta, które wcześniej opuszczały szkołę z powodu braku dostępu do środków higieny menstruacyjnej, teraz mogą bez przeszkód kontynuować naukę, a ich matki uczą się, jak wspierać swoje córki w kluczowym okresie dorostania.



Fot. 3. Posiłki przygotowywane w ramach programu żywieniowego przez kucharki z Ticheli

Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 4. Posiłki przygotowywane w ramach programu żywieniowego przez kucharki z Ticheli

Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 5. Warsztaty menstruacyjne dla dziewczynek oraz matek z Ticheli

Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 6. Warsztaty menstruacyjne dla dziewczynek oraz matek z Ticheli

Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 7. Wystawa fotograficzna „Uchwycić dobro” w Dolnośląskim Centrum Filmowym
Źródło: zdjęcie prywatne.



Fot. 8. Warsztaty z gry na djembe oraz robienia masek afrykańskich w parku Grabiszyńskim we Wrocławiu
Źródło: zdjęcie prywatne.

Fundacja Akra działa także na rzecz promowania kreatywności i talentów wśród młodzieży. School of Talents and Creative Arts w Ticheli, wokół której koncentrują się działania fundacji, oferuje uczniom nie tylko podstawową edukację, lecz także rozwój artystyczny. Dzieci uczą się muzyki, sztuki, rękodzieła i tańca, co daje im

nie tylko umiejętności praktyczne, lecz także pozwala wyrazić siebie i pielęgnować ghańską kulturę. W ten sposób organizacja wspiera rozwój tożsamości kulturowej i buduje poczucie dumy z własnego dziedzictwa.

Działania fundacji wykraczają jednak poza samą edukację i poprawę warunków życia. Fundacja organizuje różnorodne wydarzenia, takie jak: spotkania z podróżnikami, wystawy fotograficzne i warsztaty we wrocławskich szkołach podstawowych, które mają na celu przybliżenie Polakom kultury afrykańskiej, wyzwań, przed którymi stoją tamtejsze społeczności, a także możliwości pomocy.

Inicjatywy te nie tylko uczą tolerancji i empatii, lecz także budują w uczestnikach chęć do działania na rzecz lepszego świata. Dzięki tym działaniom Fundacja Akra stara się nie tylko szerzyć wiedzę o Afryce Południowo-Zachodniej, lecz także kształtować postawy odpowiedzialności globalnej i zaangażowania społecznego. Poprzez organizowane wydarzenia uczestnicy mają okazję zrozumieć, że ich codzienne wybory mogą mieć realny wpływ na życie ludzi w innych częściach świata. Celem Fundacji jest budowanie mostów międzykulturowych oraz wzmacnianie więzi solidarności.

2.5. Zakończenie

Wolonturystyka, czyli połączenie turystyki i działalności wolontariackiej, w ostatnich latach zyskuje na popularności jako forma angażującego podróżowania, która umożliwia uczestnikom nie tylko eksplorację nowych miejsc, lecz także aktywne wspieranie lokalnych społeczności. W kontekście działalności Fundacji Akra widoczne są zarówno pozytywne efekty, jak i wyzwania, z którymi organizacja się zmagą w dążeniu do zrównoważonego rozwoju.

Dzięki inicjatywom, takim jak: programy edukacyjne, warsztaty zdrowotne oraz projekty infrastrukturalne, Fundacja Akra przyczyniła się do poprawy jakości życia uczniów oraz rodziców ze School of Talents and Creative Arts. Uczestnicy wolontariatu nie tylko zyskują doświadczenie, lecz także nawiązują osobiste relacje z lokalną społecznością, co wzbogaca ich perspektywę i przyczynia się do wzajemnego zrozumienia kultur. Wzmacniając umiejętności lokalnych mieszkańców oraz angażując ich w procesy decyzyjne, organizacja stara się zminimalizować negatywne skutki turystyki i wolontariatu. Dąży w ten sposób do osiągnięcia rzeczywistych, trwałych zmian. W ramach wolontariatu można angażować się we wszystkie realizowane przez organizację projekty.

Jednakże wolonturystyka wiąże się także z wieloma wyzwaniami. Często pojawiają się pytania o autentyczność interakcji oraz efektywność projektów, które mogą być postrzegane jako powierzchowne, jeśli nie są odpowiednio zorganizowane. Kluczowym elementem w dążeniu do sukcesu jest więc przemyślana strategia działania, która uwzględnia zarówno potrzeby lokalnej społeczności, jak i aspiracje

wolontariuszy. Ważne jest również, aby organizacje, takie jak Fundacja Akra, były otwarte na ewaluację i wprowadzanie zmian w odpowiedzi na informacje zwrotne oraz zmieniające się warunki lokalne.

Wolonturystyka ma potencjał do bycia skuteczną formą budowania mostów międzykulturowych oraz wsparcia rozwoju społeczności. Przykład Fundacji Akra pokazuje, że można zrównoważyć misję społeczną z biznesem, a sam wolontariat sprzyja osobistemu rozwojowi i wzbogaca turystyczne doświadczenia. Przyszłość wolonturystyki zależy jednak od zdolności organizacji do adaptacji, innowacyjności oraz zaangażowania w budowanie partnerskich relacji z lokalnymi społecznościami. Dla organizacji non profit, takich jak Fundacja Akra, kluczowe znaczenie ma umiejętność zdobywania długofalowego wsparcia finansowego i zasobowego, które pozwala na realizację zaplanowanych projektów. Długotrwały sukces działań podejmowanych w ramach wolonturystyki zależy również od budowania trwałych partnerstw oraz od systematycznej ewaluacji podejmowanych inicjatyw, co umożliwia reagowanie na dynamicznie zmieniające się potrzeby lokalnych społeczności. Organizacje non profit mają unikalną szansę stać się pomostem między lokalnymi i globalnymi interesami – poprzez działania na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz międzynarodowego zrozumienia.

Bibliografia

- Akra Foundation. (b.d.). Fundacja Akra. <https://fundacjaakra.pl/>
- Anderson, A., Kim, R. i Larios, K. (2017). Voluntourism: The Economic Benefit and Societal costs of Short-Term Mission Trips. *International Journal of Health and Economic Development*, 3(2), 28–37.
- Bentele, N.E. (2023). *Transformative Travel and Volunteer Tourism: Their Interaction and Influence on Local Communities and Tourists*. Hochschule Harz.
- Birrell, I. (2010). Before You Pay to Volunteer Abroad, Think of the Harm You Might Do. *The Guardian*. Pobrano z <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/nov/14/orphans-cambodia-aids-holidays-madonna>
- Brown, S. (2005). Travelling with a Purpose: Understanding the Motives and Benefits of Volunteer Vacationers. *Current Issues in Tourism*, (8), 479–496. <https://doi.org/10.1080/13683500508668232>
- Butcher, J. i Smith, P. (2015). *Volunteer Tourism: The Lifestyle Politics of International Development*. Routledge.
- Chobotová, M. (2015). Zhodnocení inovačního potenciálu neziskového sektoru v České republice. W: V. Klímová i V. Žitek (red.), *XVIII. Mezinárodní Kolokvium o Regionálních Vědách. Sborník Příspěvků* (s. 405–412). Masarykova Univerzita.
- Coghlan, A. i Gooch, M. (2011). Applying a Transformative Learning Framework to Volunteer Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 713–728.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Goodfellow Publishers.
- Guttentag, D.A. (2009). The Possible Negative Impacts of Volunteer Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537–551.

- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D. i Aquino, R. (2018a). The Impact of Volunteer Tourism on Local Communities: A Managerial Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 1–10.
- Hernandez-Maskivker, G., Lapointe, D. i Aquino, R. (2018b). Volunteer Tourism: The Role of Intermediary Organizations. *Tourism Management Perspectives*, (28), 1–8.
- Lyons, K.D. i Wearing, S. (2008). Volunteer Tourism as Alternative Tourism: Journeys Beyond Otherness. W: K.D. Lyons i S. Wearing (red.), *Journeys of Discovery in Volunteer Tourism* (s. 3–11). CABI.
- McGhee, N.G. (2014). Volunteer Tourism: Evolution, Issues and Futures. W: R. Sharpley i D.J. Telfer (red.), *Tourism and Development: Concepts and Issues* (s. 345–366). Channel View Publications.
- McGehee, N. i Andereck, K. (2009). Volunteer Tourism and the „Voluntoured”: The Case of Tijuana, Mexico. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 39–51.
- Morgan, J. (2010). Volunteer Tourism: What Are the Benefits for International Development? *Voluntourist*, (6). <http://www.voluntourism.org/news-studyandresearch62.htm>
- Pompurová, K. i Marčėková, R. (2017). The Role of Tour Operators and NGOs in Volunteer Tourism. *Tourism Planning & Development*, 14(4), 494–508.
- Pompurová, K., Marčėková, R., Šebová, L., Sokolová, J., Žofaj, M. (2018). Volunteer Tourism as a Sustainable Form of Tourism: The Case of Organized Events. *Sustainability*, (10), 1468. <https://doi.org/10.3390/su10051468>
- Pompurová, K., Sokolová, J. i Cole, D. (2020). Domestic Volunteer Tourism Demand in Slovakia. *European Journal of Tourism Research*, 25(1509), 1–15.
- Röntynen, R. i Tunkkari-Eskelinen, M. (2022). The Potential of Voluntourism in Central Finland. W: C. Silva, M. Oliveira i S. Silva (red.), *Proceedings of the 5th International Conference on Tourism Research 2022* (s. 353–361). Academic Conferences International Ltd.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for Development: Empowering Communities*. Prentice-Hall.
- Sharpley, R. i Telfer, D.J. (2015). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View.
- Sin, H.L. (2010). Who Are We Responsible to? Locals’ Tales of Volunteer Tourism. *Geoforum*, 41(6), 983–992.
- Smith, V.L. i Font, X. (2014). Volunteer Tourism, Greenwashing, and Understanding Responsible Marketing Using Market Signaling Theory. *Journal of Sustainable Tourism*, (22), 942–963.
- Svidronova, M. (2014). The Role of Nonprofit Organizations in Regional Development in a Context of Social Cohesion: The Case of Iceland. W: V. Klímová i V. Žitek (red.), *XVII. Mezinárodní Kolokvium o Regionálních Vědách. Sborník Příspěvků* (s. 567–573). Masarykova Univerzita.
- Tomazos, K. i Butler, R. (2009) Volunteer Tourism: The New Ecotourism? *Anatolia*, 20(1). 196–212.
- Van Doore, K.E. i Nhep, R. (2023.) Orphanage Tourism and Orphanage Volunteering: Implications for Children. *Frontiers in Sustainable Tourism*, (2). <https://doi.org/10.3389/frsut.2023.1177091>
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*. CABI.
- Wearing, S. i McGehee, N.G. (2013). *International Volunteer Tourism: Integrating Travelers and Communities*. CABI.
- Winkler, T. (b.d.). *Voluntourism & Volunteering in Cambodia*. Pobrano 7 lipca 2021 z <https://cambodianchildren-strust.org/volunteer-in-cambodia/>

Wolonturystyka – między misją społeczną a biznesem

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie działalności wolonturystycznej realizowanej przez Fundację Akra, która działa na rzecz rozwoju lokalnych społeczności w Ghanie. Artykuł – na podstawie studium przypadku Fundacji Akra – podejmuje próbę zidentyfikowania kluczowych elementów integracji misji społecznej oraz aspektów biznesowych w organizacjach non profit działających w obszarze wolonturystyki. Wyniki badania wskazują na skuteczne łączenie

działań społecznych z modelami biznesowymi, co umożliwia organizacji realizację projektów edukacyjnych i zdrowotnych. Fundacja Akra promuje samowystarczalność lokalnych społeczności poprzez współpracę z liderami i rolnikami, co prowadzi do trwałych zmian. Rekomendacje obejmują rozwijanie strategii wspierających lokalny rozwój oraz unikanie pułapek związanych z krótkoterminowym zaangażowaniem wolontariuszy. Niniejszy artykuł wnosi nową perspektywę do dyskusji na temat wolonturystyki, podkreślając znaczenie długofalowych działań oraz odpowiedzialności społecznej, a także oferując praktyczne wskazówki dla organizacji non profit w różnych kontekstach globalnych.

Słowa kluczowe: wolonturystyka, wolontariusze, organizacja non profit, Ghana

Voluntourism – balancing social mission and business

Abstract: The aim of this article is to present the volunteer tourism activities carried out by the Akra Foundation, which works towards the development of local communities in Ghana. The article attempts to identify the key elements of integrating social missions and business aspects in non-profit organizations operating in the field of volunteer tourism, based on the case study of the Akra Foundation. The research findings indicate the effective combination of social initiatives with business models, which enables the organization to implement educational and health projects. The Akra Foundation promotes the self-sufficiency of local communities through collaboration with leaders and farmers, leading to lasting change. The recommendations include developing strategies that support local development and avoiding pitfalls associated with short-term volunteer engagement. This article brings a new perspective to the discussion on volunteer tourism, emphasizing the importance of long-term actions and social responsibility, as well as offering practical guidelines for non-profit organizations in various global contexts.

Keywords: voluntourism, volunteers, NGO, Ghana

JEL: L31

DOI: 10.15611/2024.31.3.02

mgr Paulina Graczyk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Katedra Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną

E-mail: paulina.graczyk@ue.wroc.pl

ORCID 0000-0003-3133-0689