



Ministerstwo Sportu i Turystyki

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku

**DOKUMENT RZĄDOWY
przyjęty przez Radę Ministrów
w dniu 26 września 2008 r.**

Warszawa, wrzesień 2008 r.

SPIS TREŚCI

I. WPROWADZENIE	3
II. DIAGNOZA SEKTORA TURYSTYCZNEGO I PROGNOZY NA LATA 2008-2015	7
III. TURYSTYKA A UNIA EUROPEJSKA	29
IV. TURYSTYKA A ŚRODOWISKO	33
V. STRUKTURA ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ W POLSCE	37
VI. ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE - MISJA, CELE, OBSZARY PRIORYTETOWE I DZIAŁANIA	45
OBSZAR PRIORYTETOWY I - PRODUKT TURYSTYCZNY O WYSOKIEJ KONKURENCYJNOŚCI	51
Cel operacyjny I.1 - Kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych	53
Cel operacyjny I.2 - Rozwój infrastruktury turystycznej	58
Cel operacyjny I.3 - Integracja produktów i oferty turystycznej regionów	62
Cel operacyjny I.4 - Rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki	64
Cel operacyjny I.5 - Rozwój wiodących typów turystyki	66
OBSZAR PRIORYTETOWY II – ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI	73
Cel operacyjny II.1 - Przygotowanie kadr operacyjnych gospodarki turystycznej	75
Cel operacyjny II.2 - Rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej	78
Cel operacyjny II.3 - Monitorowanie potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych.	81
OBSZAR PRIORYTETOWY III – WSPARCIE MARKETINGOWE	84
Cel operacyjny III.1 - Usprawnienie systemu informacji turystycznej	86
Cel operacyjny III.2 - Zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce	89
OBSZAR PRIORYTETOWY IV – KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ	93
Cel operacyjny IV.1 - Kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni	95
Cel operacyjny IV.2 - Zwiększanie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu	98
VII. POWIĄZANIA KIERUNKÓW ROZWOJU TURYSTYKI DO 2015 ROKU Z INNYMI DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI	102
VIII. BADANIA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	107
IX. SYSTEM MONITORINGU I EWALUACJI	111
X. ŹRÓDŁA FINASOWANIA KIERUNKÓW... I WYKONAWCY ZADAŃ	114
XI. STRESZCZENIE	121
XII. MATERIAŁY I ŹRÓDŁA	124
XIII. SŁOWNIK	126

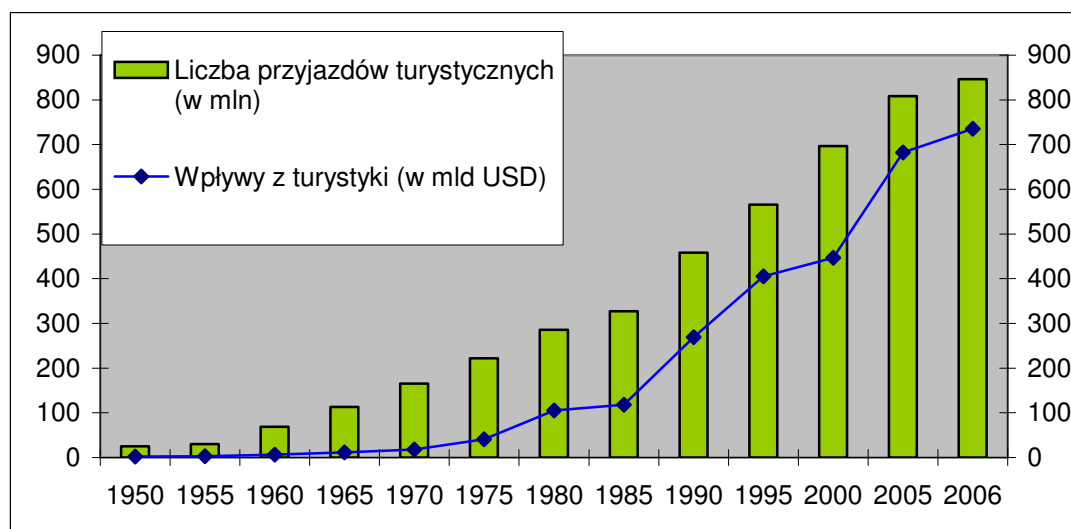
I. WPROWADZENIE

Turystyka jest ważną i nowoczesną sferą aktywności gospodarczej, a jednocześnie sferą działalności społecznej. Aktywność turystyczna jest jednym z mierników poziomu życia mieszkańców i wskaźnikiem rozwoju cywilizacyjnego społeczeństw.

Rozwój turystyki jest istotnym impulsem dynamizującym rozwój społeczno-ekonomiczny kraju. Jej znaczenie przejawia się w wysokiej zdolności do generowania nowych miejsc pracy, podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności, podwyższania konkurencyjności regionów. Równocześnie, turystyka przyczynia się do odkrywania najcenniejszych zasobów kulturowych i środowiskowych, których eksponowanie poprawia wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek kraju, regionów oraz miejscowości. Przy zachowaniu odpowiedniego podejścia rozwój funkcji turystycznych, zwracając uwagę lokalnych społeczności na najważniejsze atuty przyrodnicze i kulturowe, sprzyjać będzie zachowaniu tradycyjnych wartości oraz zrównoważonemu rozwojowi. Ponadto eksport usług turystycznych wpływa korzystnie na bilans płatniczy kraju oraz wyzwała redystrybucję dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych.

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie, co potwierdzają dane statystyczne Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) i Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC), notujące po II wojnie światowej stały, nieprzerwany wzrost zarówno w zakresie liczby turystów jaki i wpływów z turystyki. Tendencję tę obrazuje poniższy wykres.

Ryc. 1. Liczba przyjazdów turystycznych (w mln) i wpływy z turystyki na świecie (w mld USD) w latach 1950-2006



Źródło: Światowa Organizacja Turystyki

Dlatego też coraz więcej państw silnie angażuje się w rozwój turystyki i dziedzin z nią powiązanych. Dzieje się tak ponieważ turystyka jest dziedziną:

- generującą wzrost gospodarczy, przywracającą równowagę makroekonomiczną i pozytywnie oddziałującą na bilans płatniczy kraju;

- angażującą ze względu na swój interdyscyplinarny charakter kilkadziesiąt sektorów i dziedzin gospodarki, stając się jednocześnie kołem zamachowym rozwoju regionalnego i lokalnego;
- aktywizującą różne środowiska i potencjały endogeniczne, wyzwalającą przedsiębiorczość i aktywność społeczną;
- tworzącą nowe miejsca pracy, wzbogacającą strukturę gospodarczą, stanowiącą pomost pomiędzy działalnością społeczną a działalnością komercyjną, umożliwiającą biznesowe wykorzystanie różnych zainteresowań i pasji;
- wzmacniającą pozycję ośrodków metropolitalnych, a równocześnie nadającą nową dynamikę rozwojowi ośrodkom mniejszym, peryferyjnym oraz ośrodkom o wyczerpanych dotychczasowych potencjałach rozwojowych; jest klamrą spinającą regiony, łączącą obszary miejskie z wiejskimi, aktywizującą wieś, dziedziną przyczyniającą się do rewitalizacji obszarów zdegradowanych, nadającą nowy sens obszarom podmiejskim z funkcjami turystyczno-rekreacyjnymi;
- spajającą różne działalności, których rozwój opiera się na wykorzystywaniu efektów synergii pomiędzy rozwojem funkcji gospodarczych, kulturalnych, rozrywkowych, przekształcaniach infrastruktury, przestrzeni, środowiska;
- budującą świadomość społeczności lokalnych i regionalnych, wzmacniającą i scalającą kapitał społeczny, pełniącą funkcje edukacyjne, podwyższającą dumę z miejsca zamieszkania, wzmacniającą odpowiedzialność za swoje otoczenie, kreującą dbałość o ład przestrzenny, estetykę i środowisko przyrodnicze;
- o silnym oddziaływaniu kulturotwórczym, kształtującą wrażliwość i poczucie piękna, dostarczającą przeżyć duchowych;
- kreującą wartościowe propozycje zagospodarowania wolnego czasu, umożliwiającą zachowania prozdrowotne, prorodzinne i proekologiczne;
- stanowiącą ważną składową rozwoju zrównoważonego, której odpowiednie kształtowanie wpływa na ochronę dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego oraz pielęgnowanie tradycji lokalnych i regionalnych;
- będącą jednym z fundamentów kreowania odpowiedniego wizerunku kraju i regionów jako miejsc o wysokiej atrakcyjności życia oraz atrakcyjności inwestycyjnej;
- wspierającą zrównoważony rozwój poprzez wdrażanie nowych technik, technologii i procesów.

Korzystne położenie w środku kontynentu na skrzyżowaniu ważnych dróg europejskich, włączenie w struktury rynku wewnętrznego Unii Europejskiej, znaczny potencjał kulturowy i dobrze zachowane środowisko naturalne, czynią z naszego kraju atrakcyjne miejsce do zwiedzania i wypoczynku, zarówno dla turystów krajowych jak i zagranicznych.

Wykorzystanie tych szans wymaga między innymi stworzenia warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno - gospodarczemu Polski oraz podniesieniu konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.

Turystyka nie jest jednorodną, zwartą dziedziną gospodarki; rzutuje na jej rozwój wiele dziedzin, m.in. transport, ochrona środowiska, sektor finansowy, komunikacja, powodując często implikacje natury organizacyjnej, produkcyjnej, prawnej i

technologicznej. Dlatego też niezbędne jest interdyscyplinarne podejście do problematyki turystyki.

Do zdynamizowania turystyki przyjazdowej do naszego kraju może w znaczący sposób przyczynić się ulokowanie w Polsce wydarzeń kulturalno-sportowych o randze międzynarodowej. Szczególnie sprzyjająca sytuacja powstała po przyznaniu Polsce i Ukrainie prawa do organizacji finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO w 2012 roku. Stwarza to wspaniałą okazję do pokazania walorów przyrodniczych i kulturowych naszego kraju. Organizacja tej imprezy z całą pewnością przyniesie duże zyski dla polskiej turystyki poprzez zdecydowanie wyższą sprzedaż polskiego produktu turystycznego. Z doświadczeń innych krajów wynika, iż organizacja mistrzostw przynosi przede wszystkim korzyści dla przedsiębiorstw uczestniczących w obsłudze ruchu turystycznego, poprawia wizerunek danego kraju i przyczynia się do poprawy infrastruktury. Ponadto, z uwagi na fakt, iż turystyka ma charakter interdyscyplinarny i międzysektorowy, zwiększenie ruchu turystycznego przyniesie z pewnością wymierne korzyści dla innych sektorów gospodarki.

Jednak dla pełnego wykorzystania potencjału Polski niezbędne jest ukierunkowanie rozwoju turystyki na szczeblu administracji rządowej poprzez określenie strategicznych kierunków jej rozwoju w Polsce w najbliższych latach.

Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej (tekst jednolity - Dz. U. z 2007 r. Nr 65, poz. 437 z późn. zm.) przyznała ministrom kompetencję inicjowania i opracowywania polityki Rady Ministrów w stosunku do działów, którymi kierują. Ponadto, ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. Nr 227, poz. 1658 z późn. zm.) stanowi, iż politykę rozwoju realizuje się m.in. przy pomocy strategii sektorowych, opracowywanych przez właściwego ministra.

Mając na względzie powyższe regulacje oraz fakt, iż w 2006 roku skończył się okres realizacji *Strategii rozwoju turystyki w latach 2001-2006. Rządowego programu wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006*, minister właściwy ds. turystyki podjął decyzję o opracowaniu kolejnego strategicznego dokumentu dla sektora turystyki.

Należy podkreślić fakt, że w jego opracowaniu aktywnie uczestniczyło całe środowisko turystyczne tj. przedstawiciele administracji samorządowej szczebla regionalnego i lokalnego, przedstawiciele przedsiębiorców, organizacji pozarządowych, świata nauki i wielu innych, którym zależy na rozwoju polskiej turystyki. W bezpośrednim procesie konsultacji wzięło udział około 800 osób.

Konsultacje i prace nad *Kierunkami...* były ważnym czynnikiem integrującym szeroko rozumianą branżę turystyczną. Wspólnie określono i wyznaczono zasadnicze obszary rozwoju turystyki, które przełożyły się na obszary priorytetowe *Kierunków...*

Dla tych poszczególnych obszarów priorytetowych zorganizowano seminaria warsztatowe, skupiające różnorodnych ekspertów zewnętrznym ze środowiska turystycznego. Wśród zaproszonych były zarówno organizacje społeczne, przedstawiciele administracji samorządowej, jak i osoby prywatne, które aktywnie włączyły się w prace nad dokumentem już we wcześniejszych etapach. W ich wyniku, podczas konferencji podsumowującej ten etap prac nie tylko zaprezentowano działania warsztatowe, ale zaproponowano określone zmiany w dokumencie, a także powołano społeczny zespół, który uczestniczył we współredagowaniu dokumentu.

Ponadto w toku prac nad dokumentem opracowano wiele materiałów specjalistycznych analitycznych, które pozwoliły na określenie obecnego stanu polskiej turystyki i niezbędnych działań do przeprowadzenia oraz wyznaczenia

kierunków jej rozwoju. Dokumentacja prac nad *Kierunkami...* została zebrana w jedną całość na płycie CD i dystrybuowana drogą pocztową wśród środowisk uczestniczących w konsultacjach. Warto zaznaczyć, iż w skład gremium uczestniczącego w konsultacjach wchodziłi przedstawiciele administracji samorządowej, bez których planowane działania nie miałyby szans realizacji. Wśród nich reprezentowani byli nie tylko przedstawiciele administracji samorządowej szczebla wojewódzkiego, ale także reprezentanci destynacji turystycznych (administracji lokalnej) oraz organizacji reprezentujących wspólny interes turystyczny publiczno-prywatny, czyli Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych.

Proponowane w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku* rozwiązania będą sprzyjać budowaniu silnych podstaw gospodarki turystycznej, której rola i znaczenie w gospodarce narodowej stale wzrasta. *Kierunki...* nie tylko pokazują zobowiązania Rządu RP, mające na celu harmonijny i zrównoważony rozwój sektora turystycznego w Polsce, ale także wskazuje działania, w których realizację powinny być zaangażowane wszystkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki tzn. jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, organizacje branżowe, środowisko naukowe i inni.

Główne moduły, które składają się na niniejszy dokument obejmują misję, cel nadrzędny, cele wiodące, obszary priorytetowe i cele strategiczne, sformułowane przez szeroko rozumiane środowisko turystyczne. Dokument obejmuje także diagnozę gospodarki turystycznej, uwarunkowania rozwoju turystyki i analizę SWOT sektora turystycznego oraz pokazuje powiązania sektora turystycznego z innymi sektorami i dziedzinami gospodarki. Ponadto *Kierunki...* zawierają makroekonomiczne wskaźniki realizacji, źródła finansowania oraz system monitoringu i ewaluacji.

Warto również zaznaczyć, że w skali makroekonomicznej realizacja *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* wyraźnie wpisuje się w realizację celów strategicznych Unii Europejskiej określonych w odnowionej Strategii Lizbońskiej, a także priorytetów *Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015*, celu strategicznego *Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013* oraz priorytetów *Krajowego Programu Reform 2005-2008*.

II. DIAGNOZA SEKTORA TURYSTYCZNEGO I PROGNOZY NA LATA 2008-2015

Jako punkt wyjścia do sporządzenia oceny stanu i prognozy rozwoju turystyki przyjęto założenia i prognozy przedstawione w dokumentach wyznaczających kierunki rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju oraz opracowania zawierające prognozy rozwoju turystyki:

- *Program konwergencji - Aktualizacja 2007* przyjęty przez Radę Ministrów 25 marca 2008 roku.
- *Rachunki kwartalne Produktu Krajowego Brutto w latach 2000–2006*, GUS, październik 2007.
- *Strategia Rozwoju Kraju 2007 – 2015* przyjęty przez Radę Ministrów 29 listopada 2006 roku.
- *Narodowa strategia spójności*, dokument zaakceptowany decyzją Komisji Europejskiej, maj 2007
- Dane statystyczne i oszacowania określające stan turystyki w latach 2001-2006 zawarte w opracowaniu *Diagnoza stanu rozwoju turystyki do 2006 roku i prognozy na lata 2007-2013* wraz z aktualizacją z kwietnia 2008 r.

Głównym wyzwaniem stojącym przed rozwojem turystyki w Polsce w latach 2008-2015 jest zwiększenie udziału gospodarki turystycznej w PKB i stworzenie warunków do utrzymania tego udziału w następnych latach.

Zgodnie z *Programem konwergencji - Aktualizacja 2007* przyjętym przez Radę Ministrów 25 marca 2008 roku zakłada się, że średni wzrost PKB w latach 2007-2010 wyniesie 5,5%, a w latach 2011-2015 5,0%.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011-2015
Wzrost PKB	1,2	1,4	3,9	5,3	3,6	6,2	6,5	5,5	5,2	5,0	5,0

Przyjęte wyżej dane i prognozowane tempo wzrostu PKB odbiega nieco od założeń i prognoz przyjętych w innych dokumentach. *Program konwergencji. Aktualizacja 2005* zakładał, że w latach 2006-2008 tempo wzrostu PKB wyniesie 4,6%, a w latach 2009-2015 5,0%. Projekcja przyjęta przez Ministerstwo Finansów w budżecie na 2008 rok mówi również o wzroście PKB w 2008 roku na poziomie 5,5%.

Przyjmuje się, że utrzymanie planowanego tempa wzrostu PKB w nadchodzących latach 2007-2015 będzie podstawowym warunkiem realizacji założeń kierunków rozwoju turystyki w Polsce.

Biorąc pod uwagę spadek liczby **przyjazdów turystów zagranicznych do Polski** w latach 2001-2003 (z 15,0 mln do 13,7 mln), wzrost w latach 2004-2006 (z 13,7 mln do 15,7 mln), spadek przyjazdów w 2007 roku do 15,0 mln i ograniczone możliwości wzrostu w następnych latach (około 4% rocznie), a także spadek **aktywności turystycznej mieszkańców Polski w latach 2001-2007** mierzony uczestnictwem w wyjazdach turystycznych (56% mieszkańców Polski uczestniczyło w wyjazdach turystycznych w 2001 roku, a 47% w 2007 roku) i prognozowany niewielki wzrost w następnych latach, podstawowym źródłem wzrostu udziału gospodarki turystycznej w

PKB w latach 2008-2015 powinien być wzrost wydatków turystów zagranicznych i krajowych w czasie wyjazdów turystycznych osiągnięty dzięki poszerzeniu oferty i poprawie jakości oferowanych usług.

Niezależnie od tego strategicznym zadaniem powinno być przeciwdziałanie stagnacji i wcześniejszemu spadkowi aktywności turystycznej mieszkańców Polski, a w szczególności zapewnienie wzrostu aktywności turystycznej młodzieży w latach 2008-2015. Działania edukacyjne i promocja aktywnych zachowań społeczeństwa powinny zwiększyć poziom aktywności turystycznej mieszkańców Polski co przy pogarszającej się strukturze wiekowej może zapobiec spadkowi aktywności poszczególnych grup wiekowych.

W latach 2001-2007 udział gospodarki turystycznej bez nakładów na inwestycje w PKB wynosił 5,7-7,3%, a udział przemysłu turystycznego około 2%. Dla zwiększenia tego udziału w latach 2008-2015 niezbędny jest wzrost popytu turystycznego (mierzonego wydatkami poszczególnych segmentów rynku turystycznego) w tempie przekraczającym przewidywane tempo wzrostu PKB.

Na podstawie obserwacji sytuacji w rozwiniętych krajach europejskich (w tym również krajach naszej strefy klimatycznej) oraz prognoz ekspertów ekonomicznych w nadchodzących latach sektor usług będzie rozwijał się w tempie szybszym niż cała gospodarka, a turystyka będzie jednym z najszybciej rozwijających się segmentów tego sektora.

Ponieważ udział sektora usług w gospodarce polskiej jest niższy niż w rozwiniętych krajach należy przyjąć, że będzie się on rozwijał znacznie szybciej niż przemysł, czy rolnictwo. Oznacza to, że w nadchodzących latach gospodarka turystyczna w Polsce ma szansę rozwijać się w tempie większym niż tempo rozwoju całej polskiej gospodarki (mierzonej tempem wzrostu PKB).

Jednocześnie interdyscyplinarny charakter turystyki powoduje, że tempo jej rozwoju uzależnione jest zarówno od rozwoju infrastruktury turystycznej jak i tempa rozwoju innych sektorów gospodarki zaangażowanych w obsługę turystów. Dlatego też tempo rozwoju turystyki nie może zdecydowanie odbiegać od tempa rozwoju całej gospodarki.

Przyjmując na lata 2008-2015 ostrożny scenariusz rozwoju turystyki zakłada się, iż tempo rozwoju gospodarki turystycznej będzie zbliżone do zakładanego średniego tempa wzrostu PKB, (co umożliwi utrzymanie udziału gospodarki turystycznej w PKB na poziomie 2007 roku). Scenariusz optymistyczny uwzględniający wysoki stopień uzależnienia turystyki od całej gospodarki zakłada, że tempo wzrostu gospodarki turystycznej w latach 2008-2015 może być o około 2 punkty procentowe wyższe niż tempo wzrostu PKB.

W niniejszym dokumencie do realizacji przyjęto scenariusz pośredni, zakładający średnioroczne tempo wzrostu dochodów w gospodarce turystycznej w latach 2008-2015 na poziomie około 6,1%, a więc wyższe od planowanego średniorocznego tempa wzrostu PKB o ok. 1,0 punkt procentowy.

W przyjętym scenariuszu rozwoju przyjęto zróżnicowane tempo wzrostu poszczególnych segmentów popytu turystycznego wynikające z szeregu uwarunkowań omówionych poniżej.

Zagraniczna turystyka przyjazdowa

- W 2015 roku Polskę powinno odwiedzić 20,0 mln turystów zagranicznych, a wzrost w latach 2008-2015 powinien wynieść 5,0 mln turystów (o 33,3%; przy średniorocznym tempie wzrostu wynoszącym 4,1%), przy czym wzrost liczby turystów po 2011 roku (polska prezydencja w UE) i w 2012 roku (*Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA Euro 2012*) powinien być wyższy od średniej w tym okresie. Wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych powinien być kontynuowany w latach 2015-2020 w średniorocznym tempie około 3,0%.
- Ze względu na wolniejszy wzrost liczby turystów zagranicznych niż oczekiwany wzrost ich wydatków szczególnego znaczenia nabiera wzrost jakości usług i rozszerzenie oferty usług dostępnych w czasie pobytu w Polsce.
- Tendencje rozwojowe turystyki europejskiej i wysoko rozwiniętych krajów zamorskich wskazują na następujące zjawiska istotne dla rozwoju turystyki w Polsce:
 - niewielki, szacowany na ok. 4% wzrost międzynarodowego ruchu turystycznego w Europie i wzrost konkurencji głównych ośrodków recepcyjnych,
 - wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej przy wyborze kierunków wyjazdów (wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu),
 - wzrost liczby osób w najwyższych grupach wiekowych o coraz wyższych dochodach (w 2003 roku udział osób w wieku 60 lat i więcej w populacji 25 krajów UE wynosił 22% i w ciągu najbliższych 10 lat powinien wzrosnąć do przynajmniej 25%) i co za tym idzie, wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską,
 - wzrost podaży usług przeznaczonych dla coraz lepiej sytuowanego młodego pokolenia zainteresowanego kontaktami z rówieśnikami w miejscach odwiedzanych (coraz wyższy udział wydatków na zakupy i rozrywkę w czasie wyjazdów), ofertą centrów handlowych, uczestnictwem w imprezach kulturalnych,
 - wzrost zainteresowania wysokiej jakości ofertą turystyki aktywnej i specjalistycznej przeznaczonej dla wszystkich grup wiekowych,
 - wzrost zainteresowania jakością usług, a w szczególności jakością usług specjalistycznych przy zdecydowanej poprawie i ujednoczeniu jakości usług standardowych.
- W strukturze wydatków w czasie pobytu w Polsce, spadać powinien udział wydatków na bazę noclegową i transport (przy jednoczesnym wzroście wartości bezwzględnych), a zdecydowanie rosnąć udział usług kulturalno-rekreacyjnych, zakupów na potrzeby własne oraz innych usług (udział ten powinien wzrosnąć z 26,0% w 2006 roku do przynajmniej 33,3% w 2013 roku) i 35,0% w 2015 roku.
- Należy przyjąć, że o planowanym wzroście liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Polski zadecyduje konkurencyjność polskich produktów turystycznych na rynku międzynarodowym i jakość kadr turystycznych.

Turystyka krajowa mieszkańców Polski

- W 2015 roku mieszkańcy Polski powinni zrealizować 48,1 mln podróży turystycznych, w tym około 25,2 mln długich i 22,9 mln krótkich. W latach 2008-2015 wzrost liczby podróży krajowych powinien wynieść 13,2 mln (o 37,8% przy średniorocznym tempie wzrostu wynoszącym 4,2%). Wzrost liczby długich podróży krajowych powinien być kontynuowany w latach 2015-2020 w średniorocznym tempie 5,0%, a krótkich w tempie około 1,0%.
- Ze względu na nieco wolniejszy wzrost liczby podróży krajowych niż oczekiwany wzrost wydatków na te podróże szczególnego znaczenia nabiera rozszerzenie oferty wyjazdów krajowych i wzrost jakości usług.
- Rozwój turystyki krajowej mieszkańców Polski w latach 2007-2015 kształtować powinny następujące zjawiska:
 - wzrost dochodów ludności umożliwiający wzrost liczby wyjazdów turystycznych,
 - znacznie wolniejszy wzrost liczby krótkich wyjazdów krajowych będący wynikiem zwiększenia się liczby wyjazdów dłuższych oraz krótkich wyjazdów zagranicznych, a także kontynuacji obserwowanego w latach 2000-2007 wzrostu nawyków weekendowych beznoclegowych wyjazdów do centrów handlowych i rozrywkowych oraz krótkich wyjazdów podmiejskich „na grila”,
 - wzrost liczby turystycznych wyjazdów weekendowych będzie w dużym stopniu zależał od zdecydowanej poprawy dostępności transportowej centrów turystycznych,
 - szybsze średnie tempo wzrostu liczby wyjazdów długich, szacowane na około 6% przy jednoczesnym wzroście wydatków na produkty i usługi turystyczne wyższej jakości,
 - coraz ważniejszą rolę w zmianach stylu wypoczyniania społeczeństwa będzie odgrywał wzrost liczby osób w wieku emerytalnym, w tym emerytów z rodzin lepiej sytuowanych,
 - wzrost dochodów społeczeństwa przy jednoczesnym utrwalaniu się nawyków turystycznych kształtować będzie wzrost zainteresowania ofertą droższą i wyższej jakości.

Prognozowane relacje dotyczące kształtowania się wielkości ruchu turystycznego i wydatków na turystykę stały się podstawą dla sformułowania trzech scenariuszy rozwoju¹⁾:

- **Scenariusz I** zakładający tempo wzrostu wydatków na turystykę w Polsce w cenach stałych w latach 2008-2015 na poziomie planowanego tempa wzrostu PKB w poszczególnych latach.
- **Scenariusz II** zakładający tempo wzrostu wydatków na turystykę w Polsce w cenach stałych w latach 2008-2015 na poziomie o 2 punkty procentowe wyższym niż planowany wzrost PKB w poszczególnych latach.
- **Scenariusz III - oczekiwany** zakładający tempo wzrostu wydatków na turystykę w Polsce w cenach stałych na poziomie nieco wyższym niż planowany wzrost PKB. Według tego scenariusza w latach 2008-

¹⁾ Scenariusze na str.11-18 zostały oparte o dane z Rachunku satelitarnego turystyki

2015 przewiduje się wzrost wydatków cudzoziemców w Polsce o 53,0%, wydatków mieszkańców Polski na podróże krajowe o 61,7% rocznie, a wydatków poniesionych w kraju na podróże zagraniczne o 68,1%. Jednocześnie przewiduje się, że wydatki firm na podróże służbowe będą rosły nieco szybciej (o 1%) niż PKB, a wydatki administracji na turystykę zgodnie z tempem wzrostu PKB (poza latami 2008-2013 kiedy to szybszy wzrost wydatków będzie związany z realizacją programów UE).

Scenariusz I (ostrożny): tempo wzrostu wydatków na turystykę na poziomie tempa wzrostu PKB

W latach 2007 - 2013 roku dochody sektorów zaliczanych do gospodarki turystycznej powinny wzrosnąć o 28,3 mld złotych (o 43,7%) a w latach 2008-2015 o 33,6 mld złotych (o 48,8%). O takie kwoty powinna wzrosnąć wartość sprzedanej oferty produktów turystycznych. Przy podobnym tempie wzrostu poszczególnych rodzajów wydatków i zachowaniu ich struktury spożycia z 2006 roku, w 2015 roku wydatki poszczególnych segmentów powinny kształtować się następująco:

- Wydatki cudzoziemców w Polsce na poziomie 35,5 mld zł (wzrost o 11,6 mld zł, tj. o 72,8% w stosunku do 2007 roku), przy wzroście liczby turystów zagranicznych do 20,0 mln (wzrost o 5,0 mln tj. o 33,3% w stosunku do 2007 roku). W przeliczeniu na jedną podróż, wydatki cudzoziemców w Polsce w roku 2015 powinny być o 32,9% wyższe niż w 2007 roku (wydatki turystów zagranicznych o 35,7% wyższe)
- Wydatki mieszkańców Polski na wyjazdy krajowe na poziomie 29,9 mld zł (wzrost o 9,8 mld zł, tj o 48,8% w stosunku do 2007 roku) przy wzroście liczby podróży krajowych do 48,1 mln (wzrost o 13,2 mln, tj. o 37,8% w stosunku do 2007 roku). W przeliczeniu na jedną krajową podróż wydatki mieszkańców Polski w 2015 roku powinny być wyższe o około 17,5% w stosunku do 2007 roku. Wydaje się, że taki wzrost wydatków przy planowanym wzroście konsumpcji może zostać uzyskany metodami naturalnymi bez dodatkowych nakładów.
- Wydatki krajowe mieszkańców Polski na wyjazdy zagraniczne na poziomie 10,8 mld zł (wzrost o 3,6 mld zł tj o 50,0% w stosunku do 2007 roku) przy wzroście liczby podróży zagranicznych do 12,4 mln, (wzrost o 5,5 mln, tj o 79,7% stosunku do 2007 roku).
- Wydatki na podróże służbowe na poziomie 22,0 mld zł (wzrost o 7,2 mld zł, tj. o 48,6% w stosunku do 2007 roku).
- Wydatki państwa na turystykę² (wszystkich szczebli zarządzania) na poziomie 4,3 mld zł (wzrost o 1,4 mld zł, tj o 48,3% w stosunku do 2007 roku).

²⁾ wydatki państwa na turystykę liczone były na podstawie danych pochodzących z rachunku satelitarne go turystyki dla Polski i zawierają zarówno wydatki poniesione w dziale 630 - „Turystyka”, jak i wydatki poniesione w działach związanych pośrednio z turystyką (np. transport, ochrona środowiska, kultura). Wydatki jednostek samorządu terytorialnego dla działu 630 - „Turystyka” w 2005 r. wyniosły 109 mln zł, natomiast wydatki dla części 40 budżetu państwa – „Turystyka” w 2005 r. wyniosły 39,7 mln zł. Jednakże wydatki państwa na turystykę są dużo większe niż dla samego działu 630 – Turystyka i części 40. Wynika to z faktu, iż turyści i odwiedzający jednodniowi w dużym stopniu korzystają z usług dotowanych z budżetu państwa. Korzystają oni z usług transportowych (w szczególności transportu kolejowego oraz transportu miejskiego), kupują bilety wstępu do galerii, muzeów i parków narodowych. Są to wszystko usługi, które w dużym stopniu są dotowane z budżetu państwa.

- Biorąc pod uwagę strukturę rodzajową podmiotów rozwój turystyki w Polsce powinien być w pierwszym rzędzie nastawiony na zapewnienie możliwości wzrostu wydatków turystów zagranicznych.

Tab.1. Wydatki na turystykę i ich źródła w latach 2006-2007 i prognoza na lata 2008-2015 według scenariusza I

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Wydatki na turystykę w mld zł	64,7	68,9	72,7	76,5	80,3	84,3	88,5	93,0	97,6	102,5
Wydatki cudzoziemców w Polsce	22,4	23,9	25,2	26,5	27,8	29,2	30,7	32,2	33,8	35,5
Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe	18,9	20,1	21,2	22,3	23,5	24,6	25,9	27,2	28,5	29,9
Wydatki krajowe mieszkańców Polski na podróże zagraniczne	6,8	7,2	7,6	8,0	8,4	8,9	9,3	9,8	10,3	10,8
Wydatki na podróże służbowe wg wzrostu PKB	13,9	14,8	15,6	16,4	17,3	18,1	19,0	20,0	21,0	22,0
Wydatki państwa na turystykę wg wzrostu PKB	2,7	2,9	3,0	3,2	3,4	3,5	3,7	3,9	4,1	4,3

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

Scenariusz II (optymistyczny): tempo wzrostu wydatków na turystykę na poziomie tempa wzrostu PKB plus dwa punkty procentowe rocznie

W latach 2008-2015 dochody sektorów zaliczanych do gospodarki turystycznej powinny wzrosnąć o ponad 51,2 mld złotych (wzrost o 72,9% w stosunku do 2007 roku). O taką kwotę powinna wzrosnąć wartość sprzedanej oferty produktów turystycznych. Przy podobnym tempie wzrostu poszczególnych rodzajów wydatków i zachowaniu ich struktury spożycia z 2006 roku, w 2015 roku wydatki poszczególnych rodzajów powinny kształtować się następująco:

- Wydatki cudzoziemców w Polsce na poziomie 42,0 mld zł (wzrost o 17,7 mld zł, tj o 72,8% w stosunku do 2007 roku) przy wzroście liczby turystów zagranicznych do 20,0 mln (wzrost o 5,0 mln tj. o 33,3% w stosunku do 2007 roku). W przeliczeniu na jedną podróż wydatki cudzoziemców w Polsce w roku 2015 powinny wzrosnąć o co najmniej 64,4% w stosunku do 2006 roku.
- Wydatki mieszkańców Polski na wyjazdy krajowe na poziomie 35,5 mld zł (wzrost o 15,0 mld zł, tj o 73,2%) przy wzroście liczby podróży krajowych do 48,1 mln (wzrost o 13,2 mln, tj o 37,8% w stosunku do 2007 roku). W przeliczeniu na jedną krajową podróż wydatki mieszkańców Polski w 2015 roku powinny być wyższe o 50,2% w stosunku do 2006 roku. Wydaje się, że taki wzrost wydatków będzie trudny do uzyskania i będzie możliwy tylko przy znacznym wzroście dochodów ludności połączonym ze znacznym wzrostem jakości oferty.
- Wydatki krajowe mieszkańców Polski na wyjazdy zagraniczne na poziomie 12,8 mld zł (wzrost o 5,4 mld zł tj o 73,0% w stosunku do 2007 roku) przy wzroście liczby podróży zagranicznych do 12,4 mln, (wzrost o 5,5 mln, tj o 79,7% w stosunku do 2007 roku).
- Wydatki na podróże służbowe na poziomie 26,1 mld zł (wzrost o 11,0 mld zł, tj. o 72,8%).

- Wydatki państwa na turystykę³ (wszystkich szczebli zarządzania) na poziomie 5,1 mld zł (wzrost o 2,2 mld zł, tj o 75,9% w stosunku do 2007 roku).

Tab. 2. Wydatki na turystykę i ich źródła w latach 2006-2007 i prognoza na lata 2008-2015 według scenariusza II

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Wydatki na turystykę w mld zł	64,7	70,2	75,5	80,9	86,6	92,6	99,1	106,0	113,5	121,4
Wydatki cudzoziemców w Polsce	22,4	24,3	26,1	28,0	30,0	32,1	34,3	36,7	39,3	42,0
Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe	18,9	20,5	22,0	23,6	25,3	27,1	28,9	31,0	33,1	35,5
Wydatki krajowe mieszkańców Polski na podróże zagraniczne	6,8	7,4	7,9	8,5	9,1	9,7	10,4	11,1	11,9	12,8
Wydatki na podróże służbowe wg wzrostu PKB	13,9	15,1	16,2	17,4	18,6	19,9	21,3	22,8	24,4	26,1
Wydatki państwa na turystykę wg wzrostu PKB	2,7	2,9	3,1	3,4	3,6	3,9	4,1	4,4	4,7	5,1

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

Scenariusz III oczekiwany (pośredni): zróżnicowane tempo wzrostu wydatków składających się na dochody z turystyki, łączne tempo wzrostu dochodów wyższe od tempa wzrostu PKB

Aby w 2015 roku uzyskać oczekiwany wzrost dochodów z turystyki w stosunku do roku 2007 dochody sektorów zaliczanych do gospodarki turystycznej powinny wzrosnąć o ponad 59,1% (o około 41,4 mld złotych), a w latach 2007-2013 o około 53,9%. Oznacza to, że w latach 2007-2013 wartość sprzedanej oferty produktów turystycznych powinna wzrosnąć o około 34,9 mld złotych. Przy podobnym tempie wzrostu poszczególnych rodzajów wydatków i zachowaniu ich struktury spożycia z 2006 roku, w 2015 roku wydatki poszczególnych rodzajów powinny kształtować się następująco:

- a) Przyjmując prognozy liczby turystów zagranicznych odwiedzających Polskę i ich wydatków oparte na wieloletnich trendach oraz prognozach dla turystyki europejskiej (w 2015 roku 20,0 mln turystów i 38,1 mld zł ich wydatków) oraz prognozę liczby odwiedzających jednodniowych (59,1 mln cudzoziemców w 2015 roku, wzrost o 15,4% w stosunku do 2007 roku) wydatki cudzoziemców w Polsce powinny kształtować się na poziomie 38,1 mld zł (wzrost o 13,2 mld zł, tj o 53,0% w stosunku do 2007 roku). W przeliczeniu na jedną podróż, wydatki odwiedzających jednodniowych powinny pozostać na niezmiennym poziomie (wzrost na poziomie 0,5-1,5% rocznie), a wzrost wydatków turystów zagranicznych w Polsce powinien wynieść 53,0%. Oznacza to, że do 2015 roku wartość oferty turystycznej skierowanej do turystów zagranicznych powinna być wyższa o przynajmniej 40%. Biorąc pod uwagę przewidywany niewielki wzrost wydatków cudzoziemców na transport i bazę noclegową (i ich wysoki obecny udział w wydatkach cudzoziemców w Polsce), konieczne jest przynajmniej dwukrotne zwiększenie oferty pozostałych usług.

³⁾ wydatki państwa na turystykę liczone były na podstawie danych pochodzących z rachunku satelitarnego turystyki dla Polski i zawierają zarówno wydatki poniesione w dziale 630 - „Turystyka”, jak i wydatki poniesione w działach związanych pośrednio z turystyką (np. transport, ochrona środowiska, kultura).

- b) Prognoza liczby podróży turystycznych mieszkańców Polski została oparta na wieloletnich trendach oraz analizach rozwoju turystyki w krajach o znacznie większym udziale mieszkańców w wyjazdach turystycznych. Zakłada się dalszy spadek liczby podróży krótkich (do czterech noclegów) i wzrost liczby wyjazdów długich (minimum cztery noclegi). Zakłada się wzrost wydatków mieszkańców Polski na wyjazdy krajowe w 2015 roku do poziomu 32,5 mld zł (wzrost o 12,4 mld zł, tj. o 61,7% w stosunku do 2007 roku) przy wzroście liczby podróży krajowych do 48,1 mln (wzrost o 13,2 mln, tj. o 37,8%). W przeliczeniu na jedną krajową podróż, wzrost wydatków mieszkańców Polski powinien wynieść 17,3%. A więc należy szacować, że do 2015 roku oferta turystyczna skierowana do mieszkańców Polski powinna być wyższa o ponad jedną trzecią. Zakłada się, że z powodu zmian demograficznych i wzrostu dochodów gospodarstw domowych, wzrosną możliwości wydawania pieniędzy. W pierwszej kolejności powinny więc wzrosnąć wydatki na noclegi i wyżywienie (spadek liczby wyjazdów do krewnych i znajomych i wzrost liczby pobyków w zorganizowanej bazie noclegowej i żywieniowej). Oznacza to, że wzrost oferty pozostałych usług turystycznych dla turysty krajowego nie musi być tak znaczący jak dla turystów zagranicznych.
- c) Wydatki krajowe mieszkańców Polski na wyjazdy zagraniczne w 2015 roku powinny wynieść około 12,1 mld zł (wzrost o 5,3 mld zł tj. o 77,9% w stosunku do 2006 roku) przy wzroście liczby podróży zagranicznych do 12,4 mln, (wzrost o 5,1 mln, tj. o 69,9% w stosunku do 2006 roku).
- d) Wydatki na podróże służbowe w 2015 roku powinny wynieść około 24,0 mld zł (wzrost o 9,1 mld zł, tj. o 61,1% w stosunku do 2007 roku)
- e) Wydatki państwa na turystykę⁴ (wszystkich szczebli zarządzania) w 2015 roku powinny wzrosnąć do poziomu 4,8 mld zł (wzrost o 1,9 mld zł, tj. o 65,5% w stosunku do 2007 roku). Zakłada się, że w latach 2008-2013 wzrost wydatków będzie powiększony o środki UE (średnioroczny wzrost o 2 punkty procentowe)

Tab. 3. Wydatki na turystykę i ich źródła w latach 2006-2007 i prognoza na lata 2008-2015 według scenariusza III (oczekiwanego)

Rodzaje wydatków	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Wydatki na turystykę w mld zł	64,7	70,0	73,7	78,5	84,0	88,5	93,8	99,6	105,2	111,4
Wydatki cudzoziemców w Polsce	22,4	24,9	25,5	26,9	29,3	30,5	32,2	34,2	36,0	38,1
Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe	18,9	20,1	21,3	22,6	24,0	25,5	27,1	28,8	30,6	32,5
Wydatki krajowe mieszkańców Polski na podróże zagraniczne	6,8	7,2	7,9	8,8	9,3	9,8	10,3	10,9	11,5	12,1
Wydatki na podróże służbowe wg wzrostu PKB	13,9	14,9	15,9	16,9	17,9	19,0	20,1	21,3	22,6	24,0
Wydatki państwa na turystykę wg wzrostu PKB	2,7	2,9	3,1	3,3	3,5	3,8	4,1	4,3	4,6	4,8

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

⁴⁾ wydatki państwa na turystykę liczone były na podstawie danych pochodzących z rachunku satelitarne go turystyki dla Polski i zawierają zarówno wydatki poniesione w dziale 630 - „Turystyka”, jak i wydatki poniesione w działach związanych pośrednio z turystyką (np. transport, ochrona środowiska, kultura).

Zakładane średnioroczne tempo wzrostu dochodów z turystyki w latach 2007-2015 wynoszące 6,1% i zróżnicowane zmiany jego struktury w granicach 4,7-6,5% przedstawione zostały szczegółowo w tabeli 4.

- W przyjętym scenariuszu najszybciej powinny rosnać wydatki cudzoziemców.
- Nieco wolniej (średnio o 5,8% rocznie) powinny rosnać wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe oraz wydatki na podróże służbowe. Podobnie (średnio 5,7% rocznie) powinny rosnać wydatki krajowe na podróże zagraniczne.
- Przyjmuje się, że wydatki państwa na turystykę będą rosły w tempie zbliżonym do tempa wzrostu PKB⁵ (średnio o 4,7% rocznie)

Tab. 4. Stopy wzrostu poszczególnych składników wydatków na turystykę i ich struktura w latach 2006-2007 i prognoza na lata 2008-2013 według scenariusza III (oczekiwanego)

Rodzaje wydatków	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Średni wzrost
Wydatki cudzoziemców w Polsce	10,3	11,3	2,2	5,5	9,0	4,0	5,7	6,2	5,3	5,8	6,5
Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe	20,4	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	6,2	5,8
Wydatki krajowe mieszkańców Polski na podróże zagraniczne	41,7	5,5	10,6	10,6	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,5	5,7
Wydatki na podróże służbowe	29,9	7,5	6,5	6,2	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	5,8
Wydatki państwa na turystykę	0,0	6,5	7,5	7,2	7,0	7,0	7,0	7,0	5,0	5,0	4,7
Stopa wzrostu wydatków na turystykę wg sumy czynników	19,4	8,2	5,3	6,5	7,1	5,3	5,9	6,1	5,7	5,9	6,1
Stopa wzrostu PKB	6,2	6,5	5,5	5,2	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,3

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki, prognozy wzrostu PKB wg Programu konwergencji - Aktualizacja 2007 i projektu SRK, 2007-2015

- Wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Polski z 15,0 mln w 2007 do 20,0 mln w 2015 roku dotyczyć powinien głównie przyjazdów w celach typowo turystycznych (o 1,4 mln), w interesach (o 1,4 mln) oraz odwiedzin krewnych i znajomych (o 0,4 mln)
- Biorąc pod uwagę zmiany struktury przyjazdów szczególną uwagę należy objąć rozwój usług dodatkowych dla turystów przyjeżdżających do Polski w celach typowo turystycznych i w interesach.
- Dla wzrostu wydatków ważnym czynnikiem będzie szybko rosnący segment przyjazdów w celach poprawy kondycji fizycznej i psychicznej (zdrowie, rekreacja).

⁵⁾ wydatki państwa na turystykę liczone były na podstawie danych pochodzących z rachunku satelitarne go turystyki dla Polski i zawierają zarówno wydatki poniesione w dziale 630 - „Turystyka”, jak i wydatki poniesione w działach związanych pośrednio z turystyką (np. transport, ochrona środowiska, kultura).

Tab. 5. Struktura przyjazdów do Polski w 2006 i jej prognoza w 2015 roku według głównego celu przyjazdu w %

Cel przyjazdu do Polski	2006	2015	Zmiana 2015/2006
Turystyka i wypoczynek	20	23	+3
Interesy, podróże służbowe	27	28	+1
Odwiedziny krewnych lub znajomych	18	16	-2
Zakupy	13	7	-6
Tranzyt	16	11	-5
Inne cele	6	15	+9

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

W latach 2008-2015 zdecydowanej zmianie powinna ulec struktura wydatków w czasie pobytu w Polsce. Przy niewielkim wzroście wydatków na noclegi, wyżywienie i transport oraz zakupy ich udział w wydatkach ogółem w kolejnych latach będzie spadał. Zdecydowanie szybciej powinny rosnać wydatki na usługi kulturalno-rekreacyjne oraz na pozostałe usługi. Ich udział w wydatkach ogółem będzie rosnać. Wzrost wydatków na te usługi powinien następować głównie w wyniku:

- tworzenia nowych produktów turystycznych z rozszerzonym pakietem usług oraz wzrostem oferty lokalnej,
- zwiększenia oferty przeznaczonej dla turystów o wyższych wydatkach (z bogatszych krajów, szukających oferty wyższej jakości itp.).

Tab. 6. Struktura rodzajowa wydatków turystów zagranicznych w czasie pobytu w Polsce w 2006 roku i prognoza w 2015 roku w %

Rodzaj wydatków	2006	2015	Zmiana 2015/2006
Noclegi	23,7	23,7	0,0
Wyżywienie	19,8	17,1	-2,7
Transport	24,1	22,8	-1,3
Usługi kulturalno-rekreacyjne	4,2	6,2	+2,0
Zakupy na własne potrzeby	20,5	21,9	-1,4
Zakupy w celu odsprzedaży	6,4	4,8	-1,6
Inne	1,3	3,3	+2,0

Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

W latach 2008-2015 tylko minimalnym zmianom powinna ulegać struktura wydatków mieszkańców Polski w czasie podróży krajowych. Wzrost wydatków w czasie podróży turystycznych związany będzie w pierwszym rzędzie z wyższą jakością produktów i usług i następować powinien głównie w wyniku:

- wzrostu zainteresowania bazą noclegową i gastronomią o wyższym standardzie,
- wzrostu zainteresowania usługami kulturalno-rekreacyjnymi,
- dalszego wzrostu udziału wyjazdów własnym środkiem transportu.

Przedstawiona ocena sytuacji i przyjęte założenia i prognozy (według scenariusza III) pozwalają na sformułowanie ogólnego założenia o rosnącej roli turystyki w społeczno-ekonomicznym rozwoju kraju.

Przewidywane, szybsze tempo rozwoju szeregu usług świadczonych turystom pozwala sformułować tezę o wzroście udziału turystyki w zatrudnieniu, szczególnie w zatrudnieniu w sektorach związanych ze świadczeniem usług na rzecz turystów.

Tempo wzrostu dochodów z turystyki w latach 2008-2015 powinno umożliwić szybszy niż przeciętny wzrost PKB w regionach o wysokim potencjale turystycznym i być istotnym czynnikiem wyrównującym szanse rozwoju poszczególnych województw.

Aby zrealizować przyjęte prognozy rozwoju ruchu turystycznego w Polsce oraz założenia dotyczące szybkiego tempa wzrostu dochodów z turystyki niezbędne są nakłady na realizację nowych inwestycji i modernizację istniejącej infrastruktury turystycznej oraz rozwój bazy dla świadczenia usług kulturalno-rekreacyjnych, a także nakłady na rozwój ilościowy i jakościowy kadr obsługujących turystów. Zakłada się, że nakłady te poniosą inwestorzy prywatni przy istotnym wsparciu środków publicznych, w tym środków z Unii Europejskiej. Nakłady inwestycyjne muszą w pierwszym rządzie zagwarantować:

- Zahamowanie spadku liczby miejsc noclegowych (o ponad 138 tys. w latach 2000-2007) i wzrost liczby miejsc do 810 tys. w 2015 roku. W latach 2008-2015 powinno powstać około 177 tys. nowych miejsc noclegowych, które przy zwiększonym do 50% wykorzystaniu mogą przyjąć w 2015 roku dodatkowo około 11 mln gości.
- Obsługę rosnącego ruchu lotniczego. Zgodnie z prognozami Urzędu Lotnictwa Cywilnego w 2015 roku w ruchu lotniczym zostanie obsłużonych 40,4 mln pasażerów. W latach 2008-2015 liczba pasażerów powinna wzrosnąć o 21,3 mln osób (o 115,2%).
- Wzrost oferty rekreacyjno-kulturalnej z ok. 1,4 mld zł w 2006 roku do około 2,7 mld zł w 2015 roku (w tym wzrost oferty dla cudzoziemców z 0,9 mld zł do 1,7 mld zł). Oferta ta powinna objąć m.in.
 - dodatkową ofertę muzeów dla obsługi 27,2 mln gości, którzy powinni odwiedzić muzea w 2015 roku. Tylko w latach 2007-2013 liczba gości powinna wzrosnąć o ponad 6 mln.
 - dodatkową ofertę parków narodowych, gwarantującą wzrost liczby odwiedzających płatne atrakcje w latach 2008-2015.
 - przynajmniej dwukrotny wzrost liczby widzów i słuchaczy widowisk estradowych z ok. 1,4 mln w 2005 roku do przynajmniej 3,0 mln w 2013 roku i około 3,4 mln w 2015 roku.
- Wybudowanie w latach 2008-2015 przynajmniej 20,0 tys. km szlaków turystycznych (wzrost o ok. 35%).
- Wzrost wartości pozostałych usług z ok. 0,3 mld zł w 2006 roku do około 1,2 mld zł w 2015 roku (w tym wzrost oferty dla cudzoziemców z 250 mln zł do 1,1 mld zł).

Zakłada się więc, że poza rozwojem infrastruktury turystycznej i usług turystycznych spełnione zostaną prognozy dotyczące rozwoju sektorów uczestniczących w tworzeniu oferty turystycznej i obsłudze turystów:

- transportu, w tym w szczególności pasażerskich przewozów lotniczych, międzynarodowych przewozów promowych oraz śródlądowych dróg wodnych,
- instytucji kultury i wydarzeń kulturalnych,
- infrastruktury rekreacyjnej,
- obszarów chronionych w połączeniu z lepszym udostępnieniem ich dla ruchu turystycznego.

- Powyższe założenia wiążą się bezpośrednio z organizacją imprez kulturalno-sportowych o międzynarodowym charakterze, jak *Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012*. Imprezy te wymagają nie tylko szybkiego i skutecznego podniesienia jakości oferowanych w turystyce usług, ale również stworzenia komplementarnej sieci infrastruktury oraz usług dodatkowych.
- W założeniach do sporządzonych prognoz przyjęto, że w latach 2008-2013 wykorzystane zostaną środki przyznane na promocję i rozwój turystyki w ramach programów Unii Europejskiej.
- Zakłada się także, że przed i w trakcie polskiej prezydencji UE w 2011 roku wzrośnie zainteresowanie przyjazdami do Polski nowej grupy cudzoziemców.

Potencjał turystyczny Polski w układzie regionalnym⁶

Potencjał turystyczny Polski jest sumą potencjałów znajdujących się w poszczególnych regionach. Każde województwo posiada tylko dla siebie charakterystyczne walory przyrodnicze i kulturowe, które wyróżniają je na mapie turystycznej Polski i Europy.

W **województwie dolnośląskim** występują ogromne obszary lasów, wspaniałe, stare pasma górskie Sudetów (Karkonosze, Masyw Śnieżnika, góry: Izerskie, Stołowe, Sowie, Kaczawskie i inne), rzeki tworzące liczne wodospady i największe w Polsce skupisko stawów rybnych w Kotlinie Milickiej. Do licznych osobliwości przyrodniczych należą: Jaskinia Niedźwiedzia koło Kletna, wodospady w rejonie Szklarskiej Poręby, a także palmiarnia w Lubiechowie i arboretum w Wojsławicach.

Dolny Śląsk to region o bogatej historii, pełnej tajemnic i niewyjaśnionych zagadek. Był areną wielu wojen i najazdów. Świadectwem tej burzliwej przeszłości są ruiny zamków, fortec i warowni. W czasie II wojny światowej Niemcy stworzyli sieć podziemnych fabryk, tuneli i schronów. Spośród miejsc martyrologii z okresu II wojny światowej najczęściej odwiedzany jest dawny hitlerowski obóz koncentracyjny Gross-Rosen w Rogoźnicy, a także przystosowane do zwiedzania, tajemnicze podziemia górskich sztolni i korytarzy, w których pracowali więźniowie.

Obok turystów Dolny Śląsk chętnie odwiedzają pielgrzymi. Wśród miejsc kultu coraz większą rolę odgrywa Krzeszów, który stara się o umieszczenie zespołu pocysterskiego na liście światowego dziedzictwa UNESCO. Interesujące, także ze względów turystycznych, są sanktuaria o znaczeniu ponaddiecezjalnym: Wambierzyce, Bardo, Trzebnica i Międzygórze.

Województwo dolnośląskie jest dość dobrze zagospodarowane i wyposażone w infrastrukturę turystyczną w porównaniu z innymi obszarami Polski. Na terenie Dolnego Śląska w lipcu 2006 roku funkcjonowały łącznie 694 obiekty noclegowe turystyki zbiorowego zakwaterowania (45,0 tys. miejsc noclegowych; 7,8% ich liczby w kraju). Województwo dolnośląskie zajmuje 4 miejsce w kraju pod względem liczby miejsc w bazie noclegowej ogółem (po województwach: zachodniopomorskim, pomorskim i małopolskim). Blisko połowa wszystkich miejsc noclegowych w województwie jest zlokalizowana w powiecie jeleniogórskim i powiecie kłodzkim.

Na Dolnym Śląsku funkcjonuje 11 uzdrowisk statutowych spośród 43 w całej Polsce. Potencjał lecznictwa uzdrowiskowego tworzą przede wszystkim specyficzne właściwości klimatu, zasoby surowców leczniczych oraz infrastruktura usługowa. Na terenie województwa istnieją też bogate i różnorodne złoża wód mineralnych i leczniczych, w tym radoczynnych i termalnych. Wykorzystywane są w lecznictwie sanatoryjnym, rozlewnictwie i eksploatacji naturalnego CO₂. Występują przede

⁶⁾ Opracowanie na podstawie zapisów w Regionalnych Programach Operacyjnych, zaktualizowanych w zakresie obiektów noclegowych danymi Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 31 lipca 2006 r.

wszystkim w Sudetach (Kotlina Kłodzka i jej górskie obrzeża, rejon Wałbrzych – Bolków, Góry Izerskie). Poza Sudetami, źródła wód mineralnych znajdują się jedynie w Przerzecznym Zdroju (wody siarczkowe) i w okolicy Trzebnicy (wody chlorkowe). Wody Łąka Zdroju (radoczynne wody termalne), Kudowy Zdroju (szczawy arsenowe) oraz Szczawna Zdroju (szczawy wodorowęglanowo-sodowe) są unikatowe w kraju. Ponadto w niektórych miejscowościach uzdrowiskowych, np. Jelenia Góra - Cieplice, Świeradów Zdrój i Jedlina Zdrój występują zasoby wód geotermalnych.

Region dysponuje także rozwiniętą siecią placówek świadczących usługi leczniczo-uzdrowiskowe. Piąta bowiem część wszystkich placówek lecznictwa uzdrowiskowego funkcjonujących w Polsce znajduje się na terenie Dolnego Śląska. Niepokojącym jednak zjawiskiem jest zmniejszanie się bazy lecznictwa uzdrowiskowego w regionie oraz ogólnej liczby kuracjuszy.

Województwo kujawsko-pomorskie jest regionem o uznanej atrakcyjności turystycznej, wyznaczanej przez walory i zasoby przyrodnicze: duże kompleksy leśne, liczne jeziora i spławne rzeki, złoża wód mineralnych o właściwościach leczniczych. Najwartościowsze obszary i obiekty są prawnie chronione jako rezerwaty przyrody i parki krajobrazowe.

Wysokimi walorami dla turystyki odznaczają się dobrze zachowane zespoły urbanistyki średniowiecznej, reprezentowane przez jedno z najstarszych miast w Polsce: Toruń (wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO) i Chełmno, jak również przez rzadkie w tej części Europy zabytki architektury romańskiej i gotyckiej, zwłaszcza warownej, związane z obecnością na tych ziemiach Zakonu Krzyżackiego, atrakcyjnie eksponowane w krajobrazie zabytki archeologiczne.

W oparciu o złoża wód mineralnych czynne są trzy uzdrowiska statutowe: Ciechocinek, Inowrocław i Wieniec Zdrój. Wody mineralne wykorzystywane są również w Grudziądzu. Zasoby hotelowe placówek lecznictwa uzdrowiskowego to ok. 4,7 tys. miejsc, co stanowi 17,6 % zasobów krajowych.

Specjalistyczna baza lecznictwa uzdrowiskowego jest w licznych segmentach technicznie przestarzała i zużyta, nie zapewnia konkurencyjnego poziomu usług. Odnosi się to także do infrastruktury uzdrowiskowej towarzyszącej bazie leczniczej, w szczególności do obiektów i urządzeń rekreacyjnych oraz kulturalno-rozrywkowych (parki zdrojowe, tężnie, inne).

Zasoby bazy noclegowej oraz wielkość ruchu turystycznego lokowały województwo w roku 2006 na 8 miejscu w kraju. Udział regionu w krajowym ruchu turystycznym wynosił pod względem: liczby miejsc noclegowych – 4,4 % (9 lokata), liczby udzielonych noclegów – 5,2% (7 lokata) i liczby korzystających z noclegów w obiektach noclegowych turystyki – 4,0% (10 lokata).

Województwo lubelskie jest obszarem atrakcyjnym turystycznie, posiada bogatą i różnorodną spuściznę kulturową, walory krajobrazowe, uzdrowiskowe, należy też do regionów najczystszych ekologicznie.

Na obszarze województwa znajdują się miejscowości historyczne i turystyczne o znaczeniu międzynarodowym lub pierwszorzędym w kraju, do których zaliczają się zwłaszcza Zamość (obiekt światowego dziedzictwa i pomnik historii), Lublin, Kazimierz Dolny (pomnik historii), Nałęczów, Puławy, Kozłówka, Janów Podlaski. W granicach województwa znajdują się obszary o walorach wypoczynkowych znaczących w kraju: Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie, Roztocze oraz rozległe kompleksy Puszczy Solskiej i Lasy Janowskie. Lubelskie jest regionem, w którym 22,7% powierzchni zajmują obszary prawnie chronione. Ze względu na czystość

środowiska i tradycyjny charakter wsi posiada doskonałe warunki do rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki i ekoturystyki.

Na obszarze województwa lubelskiego w 2006 r. funkcjonowało 314 obiektów noclegowych różnego typu i w porównaniu z rokiem 2002 ich liczba wyraźnie spadła (o 34 obiekty, tj. o 10% - w całym kraju o 5,0%). Spadek ten związany był głównie z procesem prywatyzowania zakładowej bazy wczasowej. Z powodu niskiej rentowności domów wczasowych oraz ich postępującej dekapitalizacji liczba miejsc noclegowych w tych obiektach zmalała o 22,9% (w całym kraju spadek o 14,0%). Ogólna liczba miejsc noclegowych w regionie wynosiła w 2006 roku 19,0 tys. i w porównaniu z 2002 rokiem zmniejszyła się o 13,9%.

Na atrakcyjność turystyczną Lubelszczyzny wpływa fakt, iż na obszarze województwa przez stulecia przenikały się kultury wschodnia i zachodnia. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w obiektach dziedzictwa kulturowego, jak i klimacie miast, szczególnie małych. Aby wydobyć walory kulturalne i środowiskowe województwa oraz zwiększyć jego atrakcyjność turystyczną konieczne jest wsparcie zarówno infrastruktury kultury i turystyki jak również sfery dotyczącej informacji i promocji regionu.

Województwo lubuskie jest jednym z pięciu regionów o najniższym zanieczyszczeniu środowiska. Tereny leśne zajmują prawie połowę obszaru województwa. Naturalne warunki sprzyjają rozwojowi coraz popularniejszych w Europie form turystyki indywidualnej i grupowej: krajoznawczej, przyrodniczej, aktywnej, kwalifikowanej oraz agroturystyki.

Na terenie województwa znajduje się: 55 rezerwatów przyrody, 7 parków krajobrazowych i 2 parki narodowe. Prawdziwe bogactwo stanowią rozległe skupiska leśne, a wśród nich zwłaszcza puszcze: Notecka, Gorzowska, Drawska i Lubuska oraz Bory Zielonogórskie i Dolnośląskie.

Przyrodniczym wyróżnikiem i atrakcją województwa jest bogactwo oraz unikalność awifauny. Wiele gatunków ptaków występujących na dwóch ściśle chronionych obszarach (parki narodowe: Drawieński i Ujście Warty) oraz wiele miejsc żerowania i gniazdowania skupionych wokół jezior i terenów łąkowych (podmokłych) przyciągają coraz liczniejsze grupy miłośników i obserwatorów ptactwa oraz turystów (także zagranicznych).

Na uwagę pod względem ochrony przyrody zasługuje też Międzyrzecki Rejon Umocniony (MRU), jednocześnie interesujący turystycznie obiekt militarny. W północnej części umocnień powstał rezerwat nietoperzy Nietoperek. Zimuje tu aż 12 gatunków tych ssaków. Jest to jedno z największych w Europie legowisk nietoperzy odwiedzane przez licznych przyrodników, pasjonatów nietoperzy z Polski i Europy. Obecnie ochroną objęto również część południową MRU - Pętlę Boryszyńską.

Bogactwo obszarów leśnych daje szerokie możliwości tworzenia ofert dla wyselekcjonowanych grup odbiorców – miłośników przyrody (ekoturystyka), entuzjastów aktywnej, a jednocześnie ekologicznej rekreacji (turystyka specjalistyczna), młodzieży szkolnej (turystyka edukacyjna), a także osób poszukujących odpoczynku w warunkach naturalnych (agroturystyka). Województwo lubuskie, to również idealne miejsce do uprawiania turystyki rowerowej.

Na tle kraju potencjał bazy noclegowej województwa lubuskiego wypada umiarkowanie dobrze. Przy populacji regionu stanowiącej ok. 2,6% mieszkańców kraju, województwo w 2006 roku dysponowało 19,6 tys. miejsc noclegowych, co dawało udział 3,4% w ogólnej liczbie miejsc noclegowych w Polsce (4,5% udział mierzony liczbą obiektów noclegowych).

Województwo łódzkie dysponuje walorami turystycznymi, które mogą być wykorzystywane na potrzeby aktywnych form turystyki, wypoczynku mieszkańców miast, agroturystyki oraz turystyki biznesowej. Istotne znaczenie turystyczne posiadają doliny rzek (m.in. Pilicy, Warty) oraz zbiorniki wodne (Jezioro Sulejowskie, Jeziorsko), a także Puszcza Bolimowska, stanowiące naturalne tereny rozwoju usług turystycznych, wymagające jednak lepszego zagospodarowania infrastrukturalnego.

Na obszarze województwa istnieje 89 rezerwatów przyrody o powierzchni 7405 ha oraz 7 parków krajobrazowych (97 945ha). Oznakowane szlaki turystyczne w liczbie 90 udostępniają zabytki i inne cenne obiekty dziedzictwa kulturowego, związane z historią regionu i charakterystyczne dla jego wizerunku. W regionie łódzkim istnieje także zróżnicowana baza sportowa, która sprzyja uprawianiu turystyki aktywnej. Bardzo znanym obiektem jest Ośrodek Przygotowań Olimpijskich w Spale, który stanowi profesjonalną bazę treningową dla kadry narodowej niemal we wszystkich dyscyplinach sportu.

Ponadto województwo łódzkie posiada duży potencjał kulturalny ze względu na swoją wielokulturową i wielonarodowościową przeszłość. Może poszczycić się bogatymi zbiorami dziedzictwa kulturowego w skali regionu, Polski i świata. W Łodzi występują zabytki świeckie, sakralne i architektury przemysłowej oraz unikatowe zespoły urbanistyczne, obejmujące XIX-wieczne obiekty produkcyjne, pałace ich właścicieli z otaczającymi parkami, domy zamieszkiwane przez robotników oraz obiekty towarzyszące: szpitale, kościoły, szkoły. W roku 2007 r w województwie było 2450 obiektów nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków. Problem stanowi ich niezadowalający stan techniczny (60% zabytków wymaga remontów, w tym 30% remontów kapitalnych) oraz zbyt małe zagospodarowanie na cele kulturalno-turystyczne. Region posiada szeroką ofertę festiwalową o randze międzynarodowej, ponadto w stolicy regionu ma swoją siedzibę ośrodek kultury filmowej o długoletniej tradycji.

Pomimo świadczenia usług hotelowych oraz kongresowych, podstawową barierę w rozwoju tego sektora stanowi jednak niska jakość infrastruktury turystycznej oraz zbyt mały nacisk kładziony na jego wspieranie i informację o aktualnej ofercie. Przeprowadzone przez GUS badania statystyczne wykazały, iż region łódzki znajduje się dopiero w 4 grupie województw w Polsce pod względem poziomu rozwoju infrastruktury turystycznej (podział na 5 grup, przy czym grupa 1 reprezentuje regiony o najwyższej wartości wskaźnika, a 5 – o najniższej). Liczba łóżek w hotelach w 2006 roku w województwie łódzkim wynosiła 4 604, co sytuowało województwo na 10 miejscu w kraju.

Bogate dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze, będące podstawą atrakcyjności turystycznej, stawia **województwo małopolskie** na jednym z przodujących miejsc w kraju. W regionie znajduje się 55,3 tys. zespołów zabytkowych i obiektów nieruchomości, przy czym 4750 obiektów wpisanych zostało do wojewódzkiego rejestru zabytków. Na liście Światowego Dziedzictwa UNESCO znajduje się 8 zespołów i obiektów zabytkowych Małopolski, m. inn. Historyczne Centrum Krakowa Niemiecki Nazistowski Obóz Koncentracyjny i Zagłady Auschwitz-Birkenau, Kopalnia Soli w Wieliczce, Zespół Klasztorny i Pielgrzymkowy Bernardynów w Kalwarii Zebrzydowskiej. Główne elementy atrakcyjności turystycznej regionu to nie tylko dziedzictwo materialne, historyczne i symboliczne Krakowa i okolic oraz wyjątkowej urody zróżnicowany krajobraz, przede wszystkim górski (Tatry, Pieniny, Beskidy), ale również mniej znane miejsca i obiekty jak zabytkowa, liczna i unikalna w Europie architektura drewniana, zachowane cenne naturalne obszary przyrodnicze, w tym rozległe tereny leśne Beskidów i Gorców, wciąż żywe w różnych częściach województwa rzemiosło lokalne, folklor i tradycyjna obyczajowość, a także dziedzictwo grup narodowościowych i etnicznych. Do wyjątkowych atrakcji

Małopolski należy przełom Dunajca – jeden z najpiękniejszych przełomów rzecznych w Europie.

Zasoby muzeów małopolskich ocenia się na ponad 4 mln obiektów, co stanowi ok. 1/6 polskich zasobów muzealnych. Bogata oferta kulturalna Małopolski to również muzea, galerie, teatry oraz wiele imprez kulturalnych, w tym o charakterze międzynarodowym jak: Międzynarodowy Festiwal Teatralny „Krakowskie Reminiscencje Teatralne”, Festiwal Folkloru Ziem Górskich, Cracovia Maraton.

Bogate i zróżnicowane zasoby wód mineralnych, tworzące ponad ¼ zasobów krajowych, są podstawą rozwoju lecznictwa sanatoryjnego, skoncentrowanego w często niespełniającym obecnych wymagań standardzie, szczególnie na obszarach poza Krakowem. Województwo plasuje się na trzeciej pozycji w kraju (po woj. zachodniopomorskim i pomorskim) pod względem wielkości bazy noclegowej (819 obiektów, 62,7 tys. miejsc noclegowych, tj. 10,9% miejsc w kraju) oraz drugim (po woj. zachodniopomorskim) w ilości udzielonych noclegów (7,6 mln, tj. 14,8% w skali kraju). Znaczący jest udział turystyki zagranicznej – 20,1% udzielonych noclegów turystom zagranicznym w Polsce.

Kraków jest największym centrum turystyki przyjazdowej w Polsce, co wynika z jego unikalnych walorów jako miasta zabytków, ale i walorów przyrodniczo-krajobrazowych, zarówno miasta jak i okolicy - Wieliczka, Ojcowski Park Narodowy.

Województwo mazowieckie odgrywa ważną rolę jako miejsce docelowe i główny krajowy ośrodek turystyki zagranicznej. Turystyka przyjazdowa skupia się jednak głównie w Warszawie. Stolica obsługuje ponad 90% turystów zagranicznych przyjeżdżających do województwa mazowieckiego. Związane jest to z lokalizacją lotniska międzynarodowego oraz węzła kolejowego, skupiającego połączenia międzynarodowe i będącego dobrym punktem przesiadkowym na tereny całej Polski.

Do walorów turystycznych województwa mazowieckiego należą zespoły zabytkowe Warszawy, w tym zwłaszcza Stare i Nowe Miasto wpisane na listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego oraz Trakt Królewski i Wilanów (pomniki historii), a także obiekty zabytkowe w Płocku, Pułtusku, Żelazowej Woli, Treblince, Warce, Niepokalanowie, Szydłowcu, Brochowie, Broku, Ciechanowie, Czersku, Czerwińsku nad Wisłą, Siedlcach i Sierpcu.

O bogactwie kulturowym województwa mazowieckiego świadczy duża liczba obiektów zabytkowych (6078), wśród których jest 117 założeń urbanistycznych, 14 zamków, 154 pałace i 346 dworów. Poza Warszawą stanowiącą centrum zabytkowe, kulturalne, naukowe, handlowe i turystyczne jest około 90 miejscowości o znaczeniu krajoznawczym, w których znajdują się interesujące obiekty i zespoły zabytkowe.

Obok bogatej oferty kulturowej do walorów turystycznych Mazowsza należą cenne obszary przyrodnicze, w tym Kampinoski Park Narodowy, parki krajobrazowe oraz doliny rzek Wisły, Bugu, Narwi, Pilicy, Wkry, Liwca, Orzyc i Omulew. Naturalne predyspozycje do rozwoju turystyki występują również w północno-wschodniej części województwa, położonej na obszarze Zielonych Płuc Polski. Tereny te są dotychczas w niewielkim stopniu wykorzystane, przede wszystkim ze względu na brak odpowiedniego zagospodarowania i wyposażenia w infrastrukturę turystyczną. Problemem jest także niedostatek skutecznej informacji turystycznej i promocji walorów regionu.

W roku 2006 w województwie mazowieckim funkcjonowało 331 obiektów zbiorowego zakwaterowania, co stanowiło niecałe 5% wszystkich obiektów w kraju, z tego 83 w podregionie warszawskim, a 91 w Warszawie. Około 35% całej bazy stanowiły hotele (117 w regionie, z tego 8 - najwięcej w kraju - o standardzie 5 gwiazdkowym). Miejsca całoroczne w województwie stanowiły 87%, w Polsce średnio – 61%.

Województwo opolskie posiada atrakcyjne i zróżnicowane lokalnie zasoby przyrodnicze, kulturowe i krajobrazowe, korzystne dla rozwoju aktywności gospodarczej w zakresie turystyki, rekreacji i krajoznawstwa.

Zróżnicowane uwarunkowania rozwoju turystyki związane są z walorami środowiska przyrodniczego, różnorodnością form krajobrazowych, szerokim wachlarzem możliwych form wypoczynku oraz dużą liczbą obiektów zabytkowych. Do ulubionych miejsc wypoczynku nad wodą należą Jeziora Turawskie oraz usytuowane w południowo zachodniej części regionu zbiorniki – Jezioro Nyskie i Jezioro Otmuchowskie.

Do atrakcji turystycznych zalicza się układy urbanistyczne miast średniowiecznych (Nysa, Otmuchów, Paczków), obiekty sakralne, zabytki kultury materialnej (np. zamki w Mosznej, Kamieniu Śląskim, Głogówku, Rogowie Opolskim), skansen Opole-Bierkowice, muzea i galerie sztuki. Ponadto góry Opawskie oraz Masyw Chełmski z Górą Świętej Anny, miejscem kultu religijnego i pielgrzymkowym. Park Krajobrazowy „Góra Św. Anny” wytypowany został przez UNESCO na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego. Na uwagę zasługuje wysoka jakość krajobrazu i zasobu kulturowego wsi opolskiej (wysoki udział wsi o charakterze tradycyjnym). Większości obiektów jak i miejsc stanowiących interesujące oferty dla turystów jest niedoinwestowana. Niewykorzystywaną atrakcją turystyczną w województwie opolskim jest rzeka Odra.

Rozwój turystyki upatruje się w wykreowaniu atrakcyjnego i konkurencyjnego produktu turystycznego, a także w turystyce sentymentalnej. Infrastruktura związana z turystyką nie pozwala w pełni wykorzystać regionalnych zasobów, co jest poważną barierą rozwojową. W 2006 roku województwo opolskie oferowało turystom 29 hoteli, moteli i pensjonatów oraz 85 innych obiektów zbiorowego zakwaterowania. W latach 1998-2006 łącznie ubyto 41 obiektów noclegowych głównie ze względu na niższy popyt ze strony turystów oraz brak środków finansowych na remonty.

Sieć obiektów noclegowych jest bardzo słaba. W 2006 roku w województwie opolskim przypadało 1,2 obiektu na 100 km², średnio w Polsce 2,1 obiektu, podczas gdy w krajach Unii Europejskiej wartość ta wynosiła (w 2004 r.) średnio 10,2 obiektu. Województwo opolskie posiada stosunkowo równomiernie rozmieszczone zaplecze obiektów sportowych i rekreacyjnych. Brakuje jednak hal sportowych wielofunkcyjnych z widownią, zbyt mało jest także krytych pływalni, lodowisk i kortów tenisowych.

Obszar **województwa podkarpackiego** charakteryzuje się dużymi walorami i atrakcyjnością turystyczną, które przyciągają turystów do województwa, pomimo zróżnicowanej standardem, często niewystarczającej infrastruktury turystycznej.

W rejestrze zabytków województwa znajdują się 3 520 obiektów nieruchomości. Na listę Światowego Dziedzictwa UNESCO wpisane są dwa drewniane późnogotyckie kościoły w Haczowie i Bliznem. Rozpoczęta została procedura wpisania na listę zespołu „Twierdzy Przemyśl”. Ponadto na liście Pomników Historii umieszczono klasztor oo. Bernardynów w Leżajsku oraz zespół zamkowo-parkowy w Łańcucie.

Znajdujące się w regionie zabytkowe zespoły architektury (miejskie, pałacowo-parkowe, dworsko-parkowe, sakralne), pojedyncze obiekty budowlane (obronne, wojskowe, przemysłowe, cmentarze itd.) reprezentują różne okresy historyczne i style sztuki. Niestety większość jest w złym stanie technicznym i wymaga remontu lub przebudowy.

Znaczną wartość dla kultury materialnej regionu stanowi tradycyjne budownictwo drewniane, obejmujące zabytkowe obiekty sakralne (kościół i

cerkwie) oraz coraz rzadsze zagrody mieszkalne. Wymagają one także niezbędnych remontów lub przebudowy. Liczne cerkwie, których jest 126, mają ważne znaczenie dla umacniania tożsamości mniejszości narodowych.

O jakości walorów przyrodniczo – krajobrazowych województwa świadczy istnienie parków narodowych, parków krajobrazowych i rezerwatów przyrody, bogactwo flory i fauny, stosunkowo czyste powietrze oraz wody rzek, potoków i zbiorników. Istotnym czynnikiem rozwoju turystyki i lecznictwa uzdrowiskowego są mineralne wody lecznicze w znanych uzdrowiskach: Iwonicz Zdrój, Rymanów Zdrój, Horyniec Zdrój, Polańczyk Zdrój oraz m.in. w Komańczy, Czarnej, Lipie, Rabem i Latoszynie, a także liczne udokumentowane wody mineralne (m.in. w Lesku, Krośnie, Fuluszu) i wody termalne, które stwierdzono w okolicach: Rzeszowa, Krosna, Dębicy, Ustrzyk Dolnych, Soliny, Wiśniowej, Lubatówki i Rudawki Rymanowskiej (aktualnie nie są wykorzystywane). Bariery rozwoju uzdrowisk są zwłaszcza zbyt małe środki finansowe na utrzymanie remont lub przebudowę posiadanej bazy.

W zakresie oferty zimowej turystyki Podkarpacie dysponuje ponad 40 wyciągami narciarskimi, w tym 4 wyciągami krzesełkowymi. Generalnie jednak wiele zastrzeżeń budzi zarówno ilość, jak i stan infrastruktury turystyczno-rekreacyjnej. Za mało jest m.in. tras spacerowych i rowerowych, centrów rekreacyjno-sportowych (kortów tenisowych, basenów, kąpielisk), punktów widokowych, parkingów oraz odpowiedniego zaplecza gastronomicznego i sanitarnego.

Dobrze rozwijającą się formą turystyki jest agroturystyka. Obserwuje się stały wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych, które świadczą usługi na coraz wyższym poziomie. Nadal niewystarczająca jest ilość i stan bazy hotelarskiej, szczególnie brakuje dużych obiektów konferencyjnych

Obszar całego **województwa podlaskiego** położony jest w strefie Zielonych Płuc Polski. Na ich atrakcyjność składają się unikalne w skali Europy tereny bagienne, wielkie puszcze i kompleksy leśne, duże jeziora, czyste powietrze, jak również różnorodne zasoby dziedzictwa kulturowego. Szczególną wartość przyrodniczą, historyczną i rekreacyjną stanowią obszary i okolice parków narodowych, parki krajobrazowe, doliny rzek Narwi, Biebrzy i Bugu oraz pojezierze suwalsko-augustowskie z unikatową budowlą w skali światowej jaką jest Kanał Augustowski.

Nieprzeciętne walory przyrodnicze województwa podlaskiego objęto różnymi formami ochrony. W efekcie tego, w regionie funkcjonują 4 parki narodowe: Białowiecki, Biebrzański, Narwiański i Wigierski (w kraju - 23), 3 parki krajobrazowe: Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi, Park Krajobrazowy Puszczy Knyszyńskiej oraz Suwalski Park Krajobrazowy (w kraju – 120), 89 rezerwatów przyrody (w kraju -1385), 15 obszarów chronionego krajobrazu (w kraju - 445), 1641,4 ha użytków ekologicznych (w kraju - 6177 ha) oraz 2110 pomników przyrody (w kraju - 34385). Z uwagi na unikatowe walory przyrodnicze Białowiecki Park Narodowy został uznany przez UNESCO w 1977 r. za Światowy Rezerwat Biosfery, a od 1979 r. - jako jedyny polski obiekt przyrodniczy – znajduje się na liście Światowego Dziedzictwa Ludzkości. Od 1992 r., znaczna część Puszczy Białowieckiej funkcjonuje na liście jako – jeden z siedmiu na świecie i trzech w Europie - polsko-białoruski transgraniczny Obiekt Dziedzictwa Światowego UNESCO.

Walory środowiska stwarzają szanse rozwoju turystyki wiejskiej, kwalifikowanej, krajoznawczej i uzdrowiskowej. Obok tradycyjnych form silnie rozwija się turystyka aktywna: kajakowa, rowerowa, piesza i konna. Charakter regionu sprawia, iż ściśle powiązana z turystyką aktywną jest turystyka przyrodnicza. Bogactwo wielu kultur umożliwia także rozwój turystyki historycznej i kulturowej. (np.: Szlak Tatarski z

meczetami i mizarami, Kraina Otwartych Okiennic z drewnianymi budynkami mieszkalnymi z bogato zdobionymi okiennicami czy trasa ukazująca zróżnicowanie kulturowe i religijne regionu - Szlakiem religii województwa podlaskiego).

Spośród 176 obiektów turystycznych, dysponujących 11,7 tys. miejscami noclegowymi, zaledwie 21 placówek to hotele. Tak niska liczba hoteli świadczy o znacznym niedoborze w zakresie infrastruktury o podwyższonym standardzie, a tym samym stanowi poważną barierę w turystycznym wykorzystaniu regionu. Baza i poziom usług nie odpowiada potrzebom klientów, a połączenia transportowe nie dają szansy na bezpieczne i szybkie przemieszczanie się. Aby zwiększyć wpływ turystyki na rozwój gospodarczy, istnieje potrzeba rozwoju inwestycji w tym sektorze.

Atrakcyjność turystyczna **województwa pomorskiego** tworzą m.in. unikatowe walory naturalne, na które składają się wybrzeże morskie, liczne jeziora, rozległe kompleksy leśne, szlaki wodne oraz czyste środowisko. Istotnym elementem atrakcyjności turystycznej regionu jest także bogate dziedzictwo kulturowe, którego odzwierciedleniem są liczne zabytki i obiekty kultury. Bogactwo to nie jest jak dotąd zasobem w pełni wykorzystywanym w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego, zwłaszcza pod kątem turystyki. Jednym z głównych ograniczeń wykorzystania obiektów dziedzictwa kulturowego dla współczesnych potrzeb jest ich zły stan techniczny, pomniejszający ich historyczne i kulturowe walory.

W województwie pomorskim są warunki dla rozwoju wielu różnych form turystyki, w tym szczególnie turystyki aktywnej, agroturystyki, turystyki morskiej i turystyki uzdrowiskowej.

Zagospodarowanie i ruch turystyczny koncentrują się w strefie nadmorskiej, na Pojezierzu Kaszubskim i w Trójmieście. Ruch turystyczny ma wyraźnie sezonowy charakter (sezon letni). W regionie dominuje turystyka długopobytowa - wczasowa i krótkopobytowa - biznesowa.

Pomorskie ma jedną z największych baz noclegowych zbiorowego zakwaterowania w Polsce. W 2006 roku województwo zajmowało trzecie miejsce pod względem liczby obiektów (797) i drugie pod względem liczby miejsc noclegowych (83,9 tys.). Stopień wykorzystania miejsc noclegowych nieznacznie przewyższał średnią krajową.

Walory przyrodnicze i kulturowe stanowią podstawę atrakcyjności turystycznej **województwa śląskiego**. Znaczną część jego obszaru zajmują jedne z najciekawszych przyrodniczo obszarów południowej Polski: Beskidy Zachodnie i Wyżyna Krakowsko-Częstochowska.

Położenie województwa śląskiego w centrum Europy, na przecięciu szlaków komunikacyjnych biegnących z południa na północ i ze wschodu na zachód (III i VI transeuropejski korytarz transportowy), bliskość trzech międzynarodowych lotnisk (Pyrzowice, Balice, Ostrawa), jak również atrakcyjność gospodarcza i inwestycyjna, stwarzają możliwości rozwoju turystyki biznesowej. Zróżnicowane, industrialne i wielokulturowe dziedzictwo województwa tworzy unikatowe w skali kraju warunki rozwoju turystyki przemysłowej i kulturowej. Ponadto, walory środowiska przyrodniczego (las, góry, wody powierzchniowe) sprawiają, iż region posiada znaczący potencjał w zakresie turystyki aktywnej oraz agroturystyki.

Region to również ważny ośrodek turystyki pielgrzymkowej (także w skali międzynarodowej), skoncentrowanej głównie w sanktuariach maryjnych, wśród których poczesne miejsce zajmuje Klasztor Jasnogórski w Częstochowie, sanktuarium w Piekarach Śląskich oraz inne miejsca kultu religijnego (szlak sakralnej architektury drewnianej).

Mimo to nadal w województwie śląskim na 10 tys. ludności przypada jedynie 75 miejsc noclegowych (w hotelach 26 miejsc), w kraju odpowiednio 151 miejsc (wykres 8), w hotelach 35 miejsc.

Walory przyrodnicze tradycyjnych obszarów turystycznych (Beskidy, Wyżyna Krakowsko–Częstochowska) tworzą znakomite warunki do rozwoju turystyki, które nie są w pełni wykorzystywane. Baza gastronomiczna i noclegowa jest stosunkowo uboga, a zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne poszczególnych subregionów zróżnicowane pod względem intensywności i standardów.

Województwo świętokrzyskie należy do najczystszych ekologicznie obszarów Polski. Teren województwa objęty jest różnego rodzaju formami ochrony - powierzchnia o szczególnych walorach przyrodniczych prawnie chroniona stanowi 63% ogólnej powierzchni województwa (pierwsze miejsce w kraju).

Województwo świętokrzyskie posiada urozmaiconą rzeźbę terenu. Centralną jego część zajmują Góry Świętokrzyskie, które w najwyższym punkcie osiągają 612 m n.p.m. Największą atrakcją turystyczną jest Świętokrzyski Park Narodowy, na terenie którego na szczycie Łysej Góry znajduje się 1000-letni klasztor. Do atrakcji przyrodniczych należy także 70 rezerwatów przyrody (m.in. Jaskinia Raj, Góra Zelejowa) oraz ponad 490 pomników przyrody, a wśród nich liczący 1000 lat dąb Bartek, liczne skałki, jaskinie, wąwozy lessowe.

Dużą wartość estetyczną, poznawczą i dydaktyczną mają również walory kulturowe. Region świętokrzyski zapisał się bogatą przeszłością na kartach historii Polski. Na obszarze obecnego województwa świętokrzyskiego człowiek pojawił się około sto tysięcy lat temu. Ślady jego pobytu można do dziś podziwiać przemierzając podziemne korytarze Jaskini Raj czy kopalni krzemienia pasiastego w Krzemionkach Opatowskich.

Niepowtarzalną wartość poznawczą posiadają zabytki techniki. Ich pozostałości można oglądać do dziś w Muzeum Starożytnego Hutnictwa w Nowej Słupi. Pamiątką po Staropolskim Okręgu Przemysłowym są wspaniale zachowane zabytki techniki: koła wodne, walcownie, ulokowane w muzeach w Sielpi Wielkiej, Starej Kuźnicy czy Maleńcu. Pozostałością minionych epok są również zabytki architektury, które można podziwiać m. in. w Sandomierzu, Wiślicy, Opatowie, Chęcinach, Ujeździe, Wąchocku.

Pozytywny wpływ na rozwój gospodarczy województwa ma bez wątpienia dynamiczny rozwój infrastruktury wystawienniczej. Targi Kielce zajmują pozycję wicelidera polskiego rynku targowego, za Międzynarodowymi Targami Poznańskimi. Aktualnie udział firmy w polskim rynku targowym wynosi około 17%.

Województwo świętokrzyskie zaliczane jest z jednej strony do atrakcyjnych w skali kraju ze względu na walory przyrodnicze i kulturowe, z drugiej zaś strony pod względem posiadanej bazy turystycznej zajmuje przedostatnie miejsce w kraju. Na dzień 31 lipca 2006 roku w województwie znajdowało się 111 turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania (16 miejsce w kraju), w tym 36 hoteli (14 miejsce). Ogółem w tych obiektach znajdowało się 7861 miejsc noclegowych, z tego 3210 w hotelach.

Województwo warmińsko-mazurskie dysponuje znaczącymi w Europie walorami turystyczno-przyrodniczymi. Pojezierze Mazurskie, obok morza i gór, stanowi trzeci główny cel wyjazdów wypoczynkowych w Polsce. Region jest predestynowany przede wszystkim do rozwoju funkcji rekreacyjnej i turystyki aktywnej – żeglarstwa, hippiki oraz turystyki pieszej, rowerowej i samochodowej. Ma także dobre warunki do rozwoju turystyki zimowej, przede wszystkim biegów narciarskich, wyścigów i rajdów psich zaprzęgów, żeglarstwa lodowego.

Silną stroną województwa warmińsko – mazurskiego jest duża różnorodność kulturowa i narodowościowa. Warmia i Mazury stają się też coraz atrakcyjniejszym miejscem dla organizowania przez cały rok szkoleń, konferencji, imprez firmowych i korporacyjnych.

Dziedzictwo kulturowe regionu jest bardzo zróżnicowane, znajdują się tu zabytki architektury gotyckiej (zamki i świątynie) i barokowej, osiemnasto- i dziewiętnastowieczne dwory, secesyjne kamienice, ale też i ciekawe zabytki techniki, jak wiadukty w Stańczykach, Kanał Ostródzko-Elbląski, Kanał Mazurski.

Znajdujące się na Warmii i Mazurach miejsca wydarzeń historycznych (pole bitwy pod Grunwaldem, Szlak Napoleoński, Kwatera Hitlera w Gierłozie, bunkry w Mamerkach i inne) powinny być odpowiednio zagospodarowane, wzbogacając ofertę turystyczną regionu.

Do dyspozycji osób odwiedzających w 2006 roku było 365 obiektów noclegowych zbiorowego zakwaterowania, które zapewniały 38,3 tys. miejsc noclegowych (5 lokata w kraju), w tym całorocznych 18,8 tys. (tj. 49% całej bazy). Coraz większego znaczenia nabierają obiekty noclegowe na obszarach wiejskich (liczbę gospodarstw, zajmujących się tą działalnością, określa się na ok. 2,3 tys).

Specyficzną formą zakwaterowania są jachty i łodzie (szacuje się, że w sezonie na jeziorach pływa od 12 do 14 tys. jednostek, które dysponują ok. 40 tys. miejsc noclegowych). Bardzo ważnym elementem bazy noclegowej są domy letniskowe (szacuje się, że obsługują one ponad 30% indywidualnego ruchu turystycznego w województwie). Taka sytuacja stwarza określone potrzeby w zakresie obsługi oraz infrastruktury.

Potencjał Warmii i Mazur nie jest jednak dostatecznie wykorzystany ze względu na niską jakość infrastruktury turystycznej i zbyt słabą ofertę dla turystyki poza sezonem letnim. Główną przeszkodę stanowi jednak słaba dostępność komunikacyjna województwa. Ciągłe niedostatecznie rozwinięta jest baza noclegowa, obiekty sportowo-rekreacyjne, obiekty wypoczynku specjalistycznego oraz usługi okołoturystyczne. Podobnie niska jest jakość zaplecza obiektów turystycznych, w szczególności bazy gastronomicznej. Nadal nie jest w wystarczającym stopniu przełamany stereotyp postrzegania Warmii i Mazur jako miejsc wyłącznie wypoczynku letniego, zwłaszcza związanego z wodą.

Różnorodność walorów turystycznych **województwa wielkopolskiego** stwarza znaczne możliwości zarówno czynnego wypoczynku, jak i wzbogacenia wiedzy o przeszłości i kulturze. Mnogość obiektów kultury materialnej (kościół, pałace, zamki i inne obiekty zabytkowe) jest potencjalną bazą dla tworzenia z nich produktu markowego w ramach różnych form turystyki (biznesowa, weekendowa, wypoczynkowa, archeologiczna, pielgrzymkowa, tranzytowa, przyrodnicza, czy wycieczki objazdowe).

Przez województwo przebiega wiele różnych szlaków turystycznych. Należą do nich przede wszystkim ważne szlaki kulturowe o zasięgach regionalnym i ponadregionalnym, jak Piastowski, Cysterski i Romański.

Regionalną sieć szlaków turystycznych uzupełnia Wielkopolski System Szlaków Rowerowych, który jest markowym produktem turystycznym regionu. Ogólnie, w Wielkopolsce wyznaczono łącznie ponad 3000 km szlaków rowerowych. Ponadto, w regionie powstały w ostatnim czasie szlaki konne, wyznaczone na terenie działania Międzygminnego Związku Turystycznego „Wielkopolska Gościńska”. Poza ogólnie znanym szlakiem kajakowym na Gwdzie jest też kilka rzecznych i jeziornych szlaków regionalnych.

W ostatnim czasie coraz większego znaczenia w regionie nabiera turystyka pielgrzymkowa (między innymi nad Jeziorem Lednickim, w Licheniu i Kaliszu).

Szansą na rozwój turystyki w regionie może być stworzenie zintegrowanej oferty turystycznej, atrakcyjnej w skali krajowej i międzynarodowej (np. utworzenie Leśnego Parku Tematycznego na terenie Puszczy Zielonka i przyległych kompleksów leśnych, czy stworzenie Europejskiej Akademii Środowisk Leśnych i Polnych). Turystyka masowa z obszaru UE może być skutecznie zatrzymywana nad rzekami Noteć i Warta (rejon Międzychodu i Sierakowa, Puszcza Notecka, Pszczewski Park Krajobrazowy, Puszcza Zielonka). Dodatkowym atutem Wielkopolski jest bliskość dużej aglomeracji miejskiej, jaką jest Berlin, dla której region może być zapleczem wypoczynkowym. Według badań monachijskiego instytutu DIFT Niemcom doskonale odpowiadają walory turystyczne Wielkopolski.

W ostatnich latach zmniejszyła się ogólna liczba miejsc noclegowych w województwie (w 2006 r. było 516 obiektów noclegowych z 36 648 miejscami noclegowymi, co stanowiło tylko 84% miejsc noclegowych z roku 1995). Jest to efekt restrukturyzacji tego sektora, spadku liczby miejsc o niskim standardzie, przy równoczesnym wzroście liczby miejsc o standardzie wysokim.

Województwo zachodniopomorskie posiada unikatowe walory przyrodnicze i kulturowe, związane z nadmorskim, pojeziernym i przygranicznym położeniem. Charakterystyczna dla województwa jest różnorodność krajobrazu i zasoby naturalne, umożliwiające rozwój zróżnicowanych form turystyki. Ukształtowanie terenu oraz warunki przyrodniczo – klimatyczne wpływają na rozwój turystyki aktywnej m.in. rowerowej, wodnej, golfowej, konnej.

Zdecydowanym atutem regionu są jego walory lecznicze i uzdrowiskowe, będące podstawą funkcjonowania zachodniopomorskich uzdrowisk (Kołobrzeg, Kamień Pomorski, Połczyn Zdrój, Świnoujście). Liczba miejsc w sanatoriach i szpitalach uzdrowiskowych wynosi ok. 6 tys., zaś łącznie z bazą prywatnych obiektów sanatoryjnych i wczasowo – rehabilitacyjnych jest ich ok. 20 tys. Do tego dochodzi dynamicznie rosnący segment hoteli z zapleczem typu SPA. Na terenie województwa stwierdzono również występowanie wód geotermalnych (Pyrzyce oraz rejon Stargardu Szczecińskiego), które z uwagi na dużą skuteczność leczniczą zwłaszcza w zakresie chorób układu krążenia i reumatologicznych mogą być w przyszłości wykorzystane w turystyce uzdrowiskowej.

Również zasoby wodne regionu, w tym zwłaszcza Morze Bałtyckie i Zalew Szczeciński oraz liczne rzeki i jeziora, są podstawą do kształtowania bogatej oferty w zakresie turystyki morskiej, żeglarstwa morskiego i śródlądowego, kajakarstwa itp.

Barierą hamującą przełamanie sezonowości wypoczynku w województwie jest przede wszystkim brak dostatecznie rozwiniętej infrastruktury turystycznej i towarzyszącej, zapewniającej alternatywą dla typowej turystyki wypoczynkowej całoroczną ofertę regionu, jak również niewystarczająca polityka promocyjno-marketingowa, zwłaszcza w zakresie kreowania markowych produktów turystycznych. W województwie występują braki pod względem kompleksowego i o wysokim standardzie zagospodarowania zasobów wodnych, a więc infrastruktury typu przystanie, mariny, ośrodki turystyki wodnej, zarówno nad Zalewem Szczecińskim i w pasie wybrzeża morskiego, jak i nad jeziorami i rzekami, szczególnie w subregionie koszalińskim. Mimo bogactwa walorów leczniczych baza uzdrowiskowa i jej otoczenie – poza powstającymi prywatnymi ośrodkami - jest w dużym stopniu zdekapitalizowana i wymaga unowocześnienia. Za niedostateczne uznaje się też na terenie województwa infrastrukturę służącą rozwojowi aktywnych form turystyki: pieszej, rowerowej i konnej oraz zagospodarowanie regionalnych i ponadregionalnych szlaków turystycznych. Niewystarczająca jest ilość obiektów o charakterze centrum kongresowego.

III. TURYSTYKA A UNIA EUROPEJSKA

Turystyka jest częścią rynku wewnętrznego Wspólnot Europejskich. Prowadzone w tym obszarze działania muszą służyć realizacji celów gospodarczych Wspólnoty realizowanych w ramach odnowionej Strategii Lizbońskiej. Cele te zostały zaproponowane w Komunikacie KE *“Wspólne działania na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia - nowy początek Strategii Lizbońskiej – [COM (2005)24]* oraz zaakceptowane przez Radę Europejską w dniach 22-23 marca 2005 r. Są nimi wzrost gospodarczy i zatrudnienie pozostające w pełnej zgodności z celem zrównoważonego rozwoju.

Kierunki prowadzonych na szczeblu UE działań w turystyce zostały określone w Komunikacie Komisji z 22 marca 2006 r. zatytułowanym *“Odnowiona polityka turystyczna UE: Ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej”*. Dokument ten określa co, i w jaki sposób Komisja zamierza zrobić w obszarze turystyki w obecnych ramach prawnych, aby wykorzystać turystykę dla realizacji celów odnowionej Strategii Lizbońskiej.

Zgodnie z tym dokumentem do głównych wyzwań stojących przed turystyką europejską należą: globalizacja, zmiany demograficzne, rozwój transportu, spadek udziału Europy w światowym rynku turystycznym. Te wyzwania sprawiają, że Europa musi się skoncentrować na podnoszeniu swojej konkurencyjności. Większa konkurencyjność przemysłu turystycznego oraz zrównoważenie w zakresie miejsc-celów podróży (destynacji) również przyczyniłoby się do sukcesu odnowionej Strategii Lizbońskiej, zadowolenia turystów oraz zabezpieczenia pozycji Europy jako celu nr 1 podróży turystycznych na świecie.

W komunikacie podkreślono, że wyzwania, przed jakimi stoi turystyka europejska, wymagają spójnej odpowiedzi w zakresie polityki turystycznej na szczeblu UE. Przyjęto, że ta *“odnowiona europejska polityka turystyczna”* powinna być prowadzona w oparciu o dotychczas zdobyte doświadczenia i koncentrować się na jasnych i realistycznych celach, powszechnie akceptowanych przez podmioty odpowiedzialne za podejmowanie decyzji, pracodawców i pracowników, a także przez społeczności lokalne. Powinna w najlepszym możliwym stopniu wykorzystywać dostępne zasoby oraz wszelkie możliwe synergie. Powinna opierać się na całym szeregu działań już przeprowadzonych oraz musi wyraźnie oferować wartość dodaną względem polityk oraz środków krajowych i regionalnych. Komunikat odwołuje się do działań, które zostały określone w następujących dokumentach WE:

- Komunikacie Komisji z 13 listopada 2001 roku *Pracując wspólnie na rzecz przyszłości europejskiej turystyki;*
- Uchwale Rady z 21 maja 2002 r. *w sprawie przyszłości turystyki europejskiej;*
- Komunikacie Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Gospodarczego i Społecznego oraz Komitetu Regionów z dnia 25 listopada 2003 r. - *Podstawowe kierunki dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej;*
- Konkluzjach Rady z 18 kwietnia 2005 r. *w sprawie zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej;*
- Dokumencie *„Wspólne działania na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia – nowy początek Strategii Lizbońskiej” [COM(2005) 24]*, który stanowił podstawę decyzji Rady Europejskiej o odnowieniu Strategii Lizbońskiej i wyznaczeniu priorytetów wzrostu i zatrudnienia, do którego

odwołuje się Komunikat KE w sprawie odnowionej polityki turystycznej. Przyjęto, że europejska polityka turystyczna powinna mieć charakter komplementarny względem polityk realizowanych w państwach członkowskich.

Głównym celem tej polityki będzie podniesienie konkurencyjności europejskiego przemysłu turystycznego oraz stworzenie większej liczby lepszych miejsc pracy poprzez zrównoważony wzrost turystyki w Europie i na świecie. Instrumentami realizacji tej polityki będą:

- koordynacja działań prowadzonych w ramach Komisji,
- współpraca na szczeblu krajowym z zainteresowanymi podmiotami,
- podejmowanie na szczeblu Wspólnoty działań wspierających rozwój turystyki.

Komunikat wymienia działania, które mają służyć realizacji tego celu. Pierwszym z proponowanych kierunków działań jest "włączenie środków wywierających wpływ na turystykę w główny nurt polityki turystycznej". W ramach tego kierunku prowadzone będą działania mające na celu:

- aktywne promowanie poprawy jakości regulacji prawnych dotyczących turystyki;
- koordynację polityk sektorowych, mających wpływ na turystykę.

Ocena wpływu regulacji prawnych na turystykę ma być stosowana w szerszym zakresie niż do tej pory. Biorąc pod uwagę fakt, że duża liczba polityk ma wpływ na turystykę, ma to sprawić, że turystyka zostanie w pełni uwzględniona we wszystkich pracach. Nierozstrzygnięte wnioski legislacyjne zostaną poddane przeglądowi, a istniejące przepisy europejskie będą upraszczane zgodnie z zasadami określonymi w Komunikacie Komisji "*Poprawa otoczenia regulacyjnego w dziedzinie wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w Unii Europejskiej*" (COM 2005). Co roku identyfikowane będą inicjatywy mogące mieć wpływ na turystykę, a zawarte w programie prac Komisji. Ma to sprawić, aby na wczesnym etapie uwzględniony został ich wpływ na konkurencyjność sektora. W latach 2006-2007 dokonano przeglądu dyrektyw mających na celu ochronę życia i zdrowia oraz interesów ekonomicznych konsumentów, w tym Dyrektywy 94/47 w sprawie ochrony nabywców w odniesieniu do niektórych aspektów umów odnoszących się do nabywania praw do korzystania z nieruchomości w oznaczonym czasie oraz Dyrektywy 90/314 o podróżach, i wycieczkach turystycznych i wakacjach sprzedawanych w formie pakietu usług. W wyniku tego przeglądu rozpoczęto prace nad nowelizacją Dyrektywy 94/47.

W ramach realizacji odnowionej polityki turystycznej poprawie ma ulec także wykorzystanie dla potrzeb turystyki, dostępnych europejskich instrumentów finansowych.

Drugim z proponowanych kierunków działań jest "*promowanie zrównoważonej turystyki*". W roku 2004 powołano Grupę ds. Zrównoważonego Rozwoju Turystyki dla opracowania Agendy 21 dla turystyki. Grupa zakończyła prace w 2007 roku przedstawiając raport zatytułowany "*Działania na rzecz bardziej zrównoważonej turystyki europejskiej*". Podkreślono w nim, że turystyka jest branżą szczególnie związaną ze zrównoważonym rozwojem.

Zdaniem twórców Raportu osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju wymaga sprostania 8 kluczowym wyzwaniom, do których zaliczono: 1) redukcję sezonowości popytu, 2) ograniczenie negatywnego oddziaływania transportu turystycznego na środowisko, 3) poprawę jakości zatrudnienia w turystyce, 4) utrzymanie i podniesienie dobrobytu społeczności lokalnych oraz jakości ich życia, 5)

minimalizowanie wykorzystania zasobów i produkcji odpadów, 6) ochronę i nadawanie wartości dziedzictwu naturalnemu i kulturowemu, 7) zapewnienie wszystkim grupom społecznym dostępu do turystyki, 8) wykorzystanie turystyki jako narzędzia w globalnym, zrównoważonym rozwoju.

Raport stanowił podstawę do opracowania następujących dokumentów:

- Komunikatu Komisji z dnia 19.X.2007r. „*Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej*”
- Konkluzji Rady z dnia 22.XI.2007r. „*w sprawie agendy dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej*”.

Dokumenty te wyznaczają zadania dla poszczególnych grup interesariuszy (Komisji Europejskiej, Państw Członkowskich, branży turystycznej oraz innych, zainteresowanych rozwojem turystyki, podmiotów). Wdrożenie Agendy jest procesem długofalowym, zatem wymaga od interesariuszy uwzględnienia ich w kierunkach działania na najbliższe lata.

Trzecim z proponowanych kierunków działań jest "wzmocnienie rozumienia i widoczności turystyki". W ramach tego kierunku prowadzone są takie działania jak:

- nowelizacja Dyrektywy Rady 95/57/WE w sprawie zbierania informacji statystycznych w dziedzinie turystyki oraz wdrożenie *rachunku satelitarne go turystyki* - umożliwiających lepsze poznanie prawdziwych rozmiarów i wartości przemysłu turystycznego;
- wydawanie specjalnych publikacji dla branży i administracji turystycznej,
- rozwój Europejskiego Portalu Turystycznego www.visiteurope.com,
- coroczne przyznawanie europejskiej nagrody dla najlepszych destynacji turystycznych w Europie (*European Destinations of Excellence Award*).
- organizacja corocznego Europejskiego Forum Turystyki.

Realizacja ww. działań przyczyni się do stworzenia korzystnych warunków rozwoju turystyki w państwach UE, w tym również w Polsce i tym samym wykorzystania jej jako ważnego instrumentu realizacji celów Strategii Lizbońskiej. Wzmocnienie działań promocyjnych pozwoli na przyciągnięcie większej liczby turystów do Europy, co z kolei będzie stymulować wzrost gospodarczy i wzrost zatrudnienia.

Przewidziane w ww. dokumentach zadania dla Państw Członkowskich znajdują swoje odzwierciedlenie w zapisach *Kierunków....*; dotyczy to w szczególności:

- uczestniczenia we wdrażaniu koncepcji współpracy między zainteresowanymi podmiotami z sektora turystyki za pomocą otwartej metody koordynacji,
- wyłonienia organów specjalizujących się w prowadzeniu badań w dziedzinie turystyki oraz zachęcania ich do wzajemnego łączenia się na szczeblu europejskim,
- promowania należytego wykorzystywania instrumentów finansowych i niefinansowych Wspólnoty z korzyścią dla sektora turystyki,
- wdrożenia rachunku satelitarne go,
- propagowania zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji,
- popierania dobrowolnego wykorzystywania przez przedsiębiorstwa i miejscowości turystyczne wskaźników zrównoważonego rozwoju w dziedzinie turystyki.

Podpisanie w grudniu 2007 roku Traktatu Lizbońskiego (Traktat Reformujący UE) pociąga za sobą wyraźne określenie i rozszerzenie kompetencji UE w sprawach turystyki o działania koordynacyjne, wspierające oraz uzupełniające działania Państw Członkowskich.

Czynnikiem, który będzie wywierał wpływ na rozwój i strukturę ruchu turystycznego w Polsce w latach 2008-2015 jest wejście Polski z dniem 21 grudnia 2007 roku do strefy Schengen, pociągające za sobą z jednej strony zniesienie kontroli granicznej z państwami tego obszaru, a z drugiej zaostrzenie kontroli przy przekraczaniu granicy z państwami nie należącymi do tej strefy, w tym w szczególności z państwami sąsiadującymi z Polską (Ukrainą, Białorusią, Rosją (obwód Kaliningradzki)).

Zniesienie kontroli granicznej jest czynnikiem stymulującym rozwój wymiany turystycznej z państwami tego obszaru. Wykorzystanie tej szansy wymaga prowadzenia działań mających na celu rozwój i podnoszenie standardu infrastruktury turystycznej w Polsce oraz skutecznych akcji promocyjnych i informacyjnych na rynkach państw UE.

Zaostrzenie kontroli granicznych wobec obywateli państw trzecich, a w szczególności wobec państw sąsiadujących z Polską. (tj. Ukrainy, Białorusi, Rosji) jest czynnikiem hamującym wymianę turystyczną z tymi państwami. Jego usunięcie lub ograniczenie negatywnego wpływu wymaga popierania przez Polskę działań prowadzonych na szczeblu UE, których celem jest ich liberalizacja (takich jak np. zwolnienia od opłat wizowych).

Włączenie Polski do strefy Schengen niesie ze sobą również szanse zwiększenia liczby turystów z państw spoza tego obszaru przyjeżdżających do Polski. Są nią krótkoterminowe wize schengenśkie (na 3 miesiące). Wiza taka upoważnia do podróżowania po całej UE, a tym samym zwalnia organizatorów imprez objazdowych, obejmujących kilka krajów, z konieczności uzyskiwania wiz tranzytowych, co może stać się impulsem do zwiększania liczby imprez objazdowych obejmujących kilka państw UE – w tym również Polskę. Wykorzystanie tej szansy wymaga prowadzenia skutecznych działań promocyjnych na rynkach państw spoza strefy Schengen.

Ważnym wydarzeniem będzie sprawowanie przez Polskę Prezydencji Unii Europejskiej w drugiej połowie 2011 roku oraz związana z nią organizacja kolejnego Europejskiego Forum Turystyki. Dobre przygotowanie i realizacja Forum mogą przyczynić się do poprawy wizerunku Polski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.

IV. TURYSTYKA A ŚRODOWISKO

Rozpoczęcie pogłębionej dyskusji nad zrównoważonym rozwojem turystyki datuje się od Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 roku. Strategię zrównoważonego rozwoju turystyki określano podczas wielu konferencji, m.in. na Konferencji Ministrów Ochrony Środowiska w Sofii w 1995 roku podpisano *Paneuropejską Strategię Ochrony Różnorodności i Krajobrazu*, która zakłada proekologiczną politykę turystyczną. Następnie w 1997 roku w czasie Konferencji Ministrów Ochrony Środowiska w Berlinie nt. *Różnorodności biologicznej i zrównoważonej turystyki* opracowano deklarację rozwoju turystyki przyjaznej dla środowiska. Również dwie największe organizacje turystyczne: Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) oraz Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) opracowały zasady zrównoważonego rozwoju turystyki. Na tej bazie Rada Europy opracowała zalecenia zrównoważonego rozwoju turystyki, które można zakwalifikować do trzech grup, a mianowicie:

- polityki i strategii władz krajowych, regionalnych i lokalnych, zmierzających do zapewnienia w drodze działań legislacyjnych podstaw prawnych dla zrównoważonej turystyki;
- wdrażania zasad zrównoważonej turystyki w różnych sektorach działalności;
- badań naukowych, relacji zachodzących między rozwojem turystyki a ochroną środowiska.

W kontekście przedstawionych zaleceń, zrównoważona turystyka powinna przejawiać się taką formą aktywności turystycznej, która odbywa się z poszanowaniem środowiska naturalnego, gwarantując długotrwałe zachowanie jego walorów. A zatem zrównoważona turystyka musi być wyrazem kompromisu między konkurencyjnymi interesami gospodarki turystycznej a potrzebami ekosystemów. W szerszym ujęciu, turystyka zrównoważona polega na korzystaniu z materialnych i niematerialnych zasobów środowiska z zachowaniem równowagi na płaszczyznach: ekologicznej, społecznej, przestrzennej i ekonomicznej.

W dniu 16 czerwca 2006 r. na Szczycie UE przyjęto *zaktualizowaną strategię zrównoważonego rozwoju UE*, której nadano charakter integrujący różnego rodzaju dokumenty strategiczne. Sformułowano w niej siedem wyzwań i dotyczących ich celów, a mianowicie:

- zmiany klimatyczne i czysta energia, z celem ograniczenia zmian klimatycznych, ich kosztów oraz negatywnych konsekwencji dla społeczeństwa i środowiska naturalnego;
- zrównoważony transport, z celem osiągnięcia takiego transportu, który z jednej strony zaspokoi potrzeby społeczne w zakresie gospodarczym, socjalnym i ekologicznym, a z drugiej – będzie ograniczał niepożądany wpływ na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko naturalne;
- zrównoważona konsumpcja i produkcja, z celem promowania zrównoważonych wzorców konsumpcji i produkcji poprzez zajęcie się rozwojem społeczno-gospodarczym w ramach zdolności ekosystemów oraz oddzielenie wzrostu gospodarczego od degradacji środowiska;

- ochrona i gospodarowanie zasobami naturalnymi, z celem poprawy gospodarowania i przeciwdziałania nadmiernej eksploatacji zasobów naturalnych z uznaniem wartości jakie niosą ze sobą ekosystemy;
- zdrowie publiczne, z celem promowania właściwego zdrowia publicznego dla wszystkich oraz poprawa ochrony zdrowia ludzkiego;
- społeczna integracja, demografia i migracje, z celem tworzenia społecznie zintegrowanego społeczeństwa, biorąc pod uwagę solidarność wewnątrz- i między pokoleniową oraz zapewnienie i podnoszenie jakości życia mieszkańców, jako podstawowy warunek dobrobytu każdej jednostki.

Jednym z elementów proekologicznych działań Unii Europejskiej było także wydanie w 1992 r. rozporządzenia Rady nr 880/92 z dnia 23 marca 1992 w sprawie programu przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego, zrewidowane rozporządzeniem nr 1980/2000 z 17 lipca 2000 r. Celem tego programu jest promowanie produktów, które mają potencjalnie ograniczony szkodliwy wpływ na środowisko w porównaniu z innymi produktami z tej samej grupy produktów, zarówno towarów, jak i usług. Decyzja Komisji nr 2003/287 z dnia 14 kwietnia 2003 r. ustanawia ekologiczne kryteria przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom hotelarskim, a Decyzja Komisji 2005/338/WE z dnia 14 kwietnia 2005 r. ustanawia kryteria ekologiczne dla przyznawania wspólnotowego oznakowania usługom kempingowym.

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku wpisują się wydatnie w strategię zrównoważonego rozwoju UE, jak również w Politykę Ekologiczną Państwa na lata 2007-2010 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2011-2014 oraz Krajową Strategię Ochrony i Umiarkowanego Użytkowania Różnorodności Biologicznej wraz z Programem Działań.

W Polityce Ekologicznej Państwa na lata 2007-2010 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2011-2014 określono najważniejsze problemy, których sposób rozwiązania w tych latach decydować będzie o przyszłym kształcie polityki ekologicznej i możliwości osiągnięcia jej celów oraz o miejscu Polski w tworzeniu i realizowaniu wspólnotowej polityki ekologicznej. Nadrzędnym, strategicznym celem polityki ekologicznej państwa jest zapewnienie bezpieczeństwa ekologicznego kraju (mieszkańców, zasobów przyrodniczych i infrastruktury społecznej) i tworzenie podstaw do zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego. Realizacja tego celu osiągnięta będzie poprzez niezbędne działania organizacyjne, inwestycyjne (w tym wdrażanie postanowień Traktatu Akcesyjnego), tworzenie regulacji dotyczących zakresu korzystania ze środowiska i reglamentowania poziomu tego wykorzystania w najważniejszych obszarach ochrony środowiska. Stąd celami realizacyjnymi Polityki ekologicznej są:

- wzmocnienie systemu zarządzania ochroną środowiska;
- ochrona dziedzictwa przyrodniczego i racjonalne wykorzystanie zasobów przyrody;
- zrównoważone wykorzystanie materiałów, wody i energii;
- dalsza poprawa jakości środowiska i bezpieczeństwa ekologicznego dla ochrony zdrowia mieszkańców Polski;
- ochrona klimatu.

Priorytety 2-5 zgodne są z celami VI Programu Działań na Rzecz Środowiska UE oraz Odnowioną Strategią UE dotyczącą Trwałego Rozwoju. W ten sposób realizacja krajowej polityki ekologicznej wpisując się będzie w osiągnięcie celów tej polityki na poziomie całej Wspólnoty.

Celem nadrzędnym *Krajowej Strategii Ochrony i Umiarkowanego Użytkowania Różnorodności Biologicznej wraz z Programem Działań* jest zachowanie całego rodzimego bogactwa przyrodniczego oraz zapewnienie trwałości i możliwości rozwoju wszystkich poziomów jego organizacji (wewnątrzgatunkowego, międzygatunkowego i podgatunkowego). Ochrona różnorodności biologicznej musi obejmować przyrodę całego kraju, bez względu na formę jej użytkowania, obszary objęte ochroną i użytkowanie gospodarcze oraz stopień jej przekształcenia lub zniszczenia.

W zrównoważonym rozwoju turystyki powinny być uwzględniane oczekiwania wynikające z preferencji turystów oraz stopień zagospodarowania przestrzeni turystycznej (obciążenie ruchem oraz intensywność zagospodarowania – przystosowania do realizacji różnych rodzajów i form turystyki) gwarantujące ochronę środowiska w aspekcie niedopuszczenia do jego degradacji i zachowania walorów naturalnych.

Interakcje między turystyką a środowiskiem naturalnym można rozpatrywać w dwojaki sposób. Z jednej strony, turystyka jako biorca wykorzystuje zasoby środowiska niemal bezgranicznie. Stanowią one bowiem często istotę produktu turystycznego, wyznaczając jednocześnie jego atrakcyjność i wartość. Z drugiej jednak strony, działalność turystyczna, obok innych rodzajów działalności gospodarczej, staje się dość znaczącą częścią siły niszczącej środowisko naturalne, która destabilizuje funkcje jego zasobów, zakłócając tym samym mechanizm wykorzystywania ich w procesie tworzenia i oferowania produktu turystycznego.

Gospodarka turystyczna staje się więc dla siebie zagrożeniem, ponieważ do efektywnego funkcjonowania potrzebuje ekosystemów, które są czyste, przyrodniczo cenne i oryginalne, odznaczające się nieprzeciętnymi walorami.

Zazwyczaj to, co najciekawsze z punktu widzenia turysty jest również najbardziej cenne przyrodniczo i powinno być chronione, również przed dowolną penetracją turystyczną. Udział turystyki w degradacji środowiska naturalnego szacowany jest na 5-7% przy 40% ze strony przemysłu czy 15% rolnictwa (Łabaj 2003). Jednak jej formy organizacyjne i koncentracja w czasie oraz przestrzeni przyczyniają się do znacznego wpływu na środowisko, prowadząc w niektórych obszarach do znacznej degradacji środowiska, a tym samym - przyrodniczych walorów turystycznych.

Nie tylko ruch masowy, ale i źle zaplanowane elementy infrastruktury, funkcjonujące na obszarach o cennych walorach przyrodniczych czy w ich sąsiedztwie, mogą okazać się szczególnie uciążliwe dla środowiska. Nie tylko wielkie centra, ale nawet rozproszone lecz liczne obiekty, stanowią swoiste zagrożenie dla terenów wrażliwych przyrodniczo. Rozbudowa infrastruktury turystycznej stanowi również zagrożenie dla jakości środowiska (czystości wód, powietrza, gleb), krajobrazu czy stanu bioróżnorodności.

Zagrożenie ze strony turystyki nasila się na obszarach szczególnie popularnych, w strefach masowego wypoczynku, gdy dochodzi do nieprzestrzegania ustalonych wcześniej norm dopuszczalnego obciążenia turystycznego. Odpowiedzialni są za to organizatorzy i obsługa ruchu turystycznego, gdy infrastruktura turystyczna, i paraturystyczna oraz infrastruktura komunalna (m.in. kanalizacja, wodociągi, wywóz śmieci) nie jest dostosowana do liczby turystów i charakteru słabo dostosowanych do wymogów uwarunkowań naturalnych funkcjonowania produktów turystycznych.

Natomiast do pozytywnych cech jakie niesie ze sobą rozwój turystyki należy zaliczyć korzyści płynące dla terenów recepcyjnych, w tym przede wszystkim pobudzenie ducha przedsiębiorczości wśród miejscowej ludności, która czerpie pożytek z różnych usług świadczonych turystom. Wzrost potencjału ekonomicznego sprawia, że poprawiają się warunki codziennej egzystencji mieszkańców terenów

receptyjnych. Rozwój turystyki i produktów turystycznych wysokiej jakości będzie miał zatem wpływ zarówno na obszary chronione w oparciu o tradycyjny system ochronny (rezerваты, parki narodowe, parki krajobrazowe), ale przede wszystkim może stać się głównym czynnikiem zapewniającym zrównoważony rozwój na obszarach w ramach Europejskiej Sieci Ekologicznej Natura 2000. Bez wątpienia turystyka może zapewnić bardzo korzystne użytkowanie lokalnych zasobów, z punktu widzenia relacji między kosztami i korzyściami. Promowanie prośrodowiskowych form turystyki, jak agro- i ekoturystyka, wraz z tworzeniem zielonych miejsc pracy oraz propagowanie zarządzania środowiskowego w turystyce i podnoszenie świadomości ekologicznej poprzez turystykę młodego pokolenia to dobry początek kształtowania się polityki ekologicznej w turystyce. Prawidłowa organizacja turystyki w zgodzie z wymogami ochronnymi tych obszarów będzie przyczyniać się do poprawy jakości życia na tych terenach oraz włączy się aktywnie w realizację tych nowoczesnych form ochrony przyrody.

Podsumowując należy stwierdzić iż:

- zrównoważony rozwój już od dość dawna jest wiodącym trendem w polityce Unii Europejskiej;
- z uwagi na to, że walory środowiska naturalnego są rdzeniem produktu turystycznego, jakość ekosystemów będzie wyznaczać dalszy rozwój sektora turystycznego;
- efektywne wypełnianie zasad zrównoważonej turystyki wymaga przede wszystkim pełnej i dojrzałej świadomości zarówno podmiotów oferujących usługi turystyczne, jak i odbiorców tej oferty;
- obie strony powinny w równie czynny sposób propagować ideę zrównoważonej turystyki. Oferenci usług turystycznych poprzez odpowiednie kształtowanie oferty tj. naznaczanie jej walorami ekologicznymi, dając tym samym impuls do zmiany postaw klientów. Klienci natomiast poprzez odpowiednie kształtowanie popytu na usługi turystyczne, wymuszając orientację ekologiczną po stronie podaży;
- bardzo dużą rolę w efektywnym wypełnianiu zasad zrównoważonej turystyki odgrywają lokalne społeczności, dlatego też władze państwowe, regionalne, a w szczególności lokalne powinny odpowiednio wspierać i stymulować wszelkie inicjatywy propagujące zrównoważoną koegzystencję turystyki i środowiska naturalnego.

Projekt dokumentu został poddany prognozie oddziaływania na środowisko, wykonanej przez Instytut na rzecz Ekorozwoju (pierwszą Prognozę wykonano w kwietniu 2005 r. do wersji z dnia 21 marca 2005 r., a jej aktualizacja została wykonana w sierpniu 2006 r.) Przedmiotem prognozy są zagadnienia dotyczące: uwarunkowań, analizy SWOT, misji, celów oraz działań, źródeł finansowania oraz systemu ewaluacji Strategii. Prognoza została wykonana zgodnie z ustawą z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2006 r. Nr 129 poz. 902 z późniejszymi zmianami) oraz Dyrektywą 2001/42/WE z dn. 27 czerwca 2001 w sprawie oceny skutków niektórych planów i programów dla środowiska.

W raporcie z prognozy oddziaływania na środowisko Instytut na rzecz Ekorozwoju stwierdził istnienie w dokumencie wielu pozytywnych elementów, które stwarzają szansę na wsparcie ochrony środowiska i zasad zrównoważonego rozwoju w praktyce turystycznej. Instytut na rzecz Ekorozwoju prognozuje postępujący proces ekologizacji turystyki w Polsce i początek kształtowania się polityki ekologicznej w turystyce, której ciągle brak i której potrzeba sformułowania staje się coraz większa.

V. STRUKTURA ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ W POLSCE

Ministrem właściwym ds. turystyki jest Minister Sportu i Turystyki. Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej nakłada na niego w art. 27 a. zadania obejmujące:

- zagospodarowanie turystyczne kraju;
- mechanizmy regulacji rynku turystycznego.

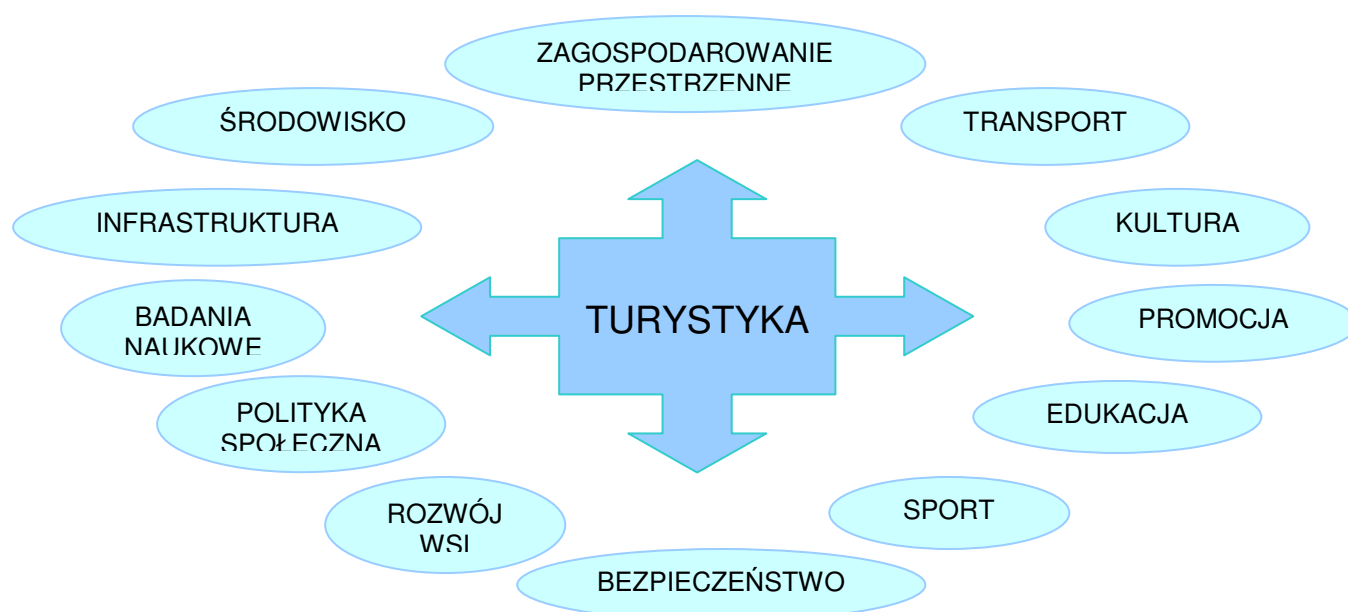
Zadania te znajdują swoje odzwierciedlenie w rozporządzeniu Prezesa Rady Ministrów z dnia 16 listopada 2007 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Sportu i Turystyki (Dz. U. Nr 216, poz. 1602), przekazującego mu w § 1 ust. 2 pkt 2 kierowanie działem administracji rządowej „turystyka”. W budżecie państwa, wydatki przeznaczane na dział „turystyka” obejmują:

- upowszechnianie turystyki;
- pozostałą działalność (w szczególności wspieranie, wytyczanie i konserwacja szlaków turystycznych).

Minister właściwy do spraw turystyki jest również ministrem wiodącym dla ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz. U. z 2004 r. Nr 223 poz. 2268 z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62 poz. 689 z późn. zm.). Zgodnie z tą ustawą, minister właściwy do spraw turystyki sprawuje nadzór nad Polską Organizacją Turystyczną (POT). Do zadań POT należy przede wszystkim :

- promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie;
- zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie;
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju remontu lub przebudowy infrastruktury turystycznej.

Problematyka rozwoju turystyki jest jednak złożona, ze względu na zróżnicowanie obejmujących ją zjawisk i zagadnień. Turystyka nie jest jednorodną, zwartą dziedziną gospodarki; składa się na nią kilkadziesiąt samodzielnych sektorów gospodarki, powodując często implikacje natury organizacyjnej, produkcyjnej, prawnej i technologicznej.



Wiele zadań i działań, które bezpośrednio lub pośrednio wpływają na rozwój turystyki w Polsce, znajduje się w kompetencjach innych ministerstw i urzędów centralnych. Odzwierciedleniem powyższego jest tabela nr 8, w której zaprezentowano statutowe zadania ministrów i prezesów urzędów centralnych mające związek z rozwojem turystyki w Polsce.

Tab. 8 Zadania poszczególnych ministrów/prezesów wpływające na rozwój turystyki

LP	MINISTER/ PREZES	Zadania poszczególnych ministrów/prezesów urzędów centralnych wpływające na rozwój turystyki
1.	Minister właściwy ds. budownictwa, gospodarki przestrzennej i mieszkaniowej	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tworzenie warunków oraz instrumentów kształtowania ładu przestrzennego i polityki architektonicznej państwa ▪ odnowa miast i kształtowanie polityki miejskiej ▪ prowadzenie spraw z zakresu gospodarki przestrzennej oraz zintegrowanego zarządzania rozwojem przestrzennym, w tym tworzenie regulacji z zakresu planowania przestrzennego oraz wdrażanie polityki przestrzennej państwa ▪ prowadzenie monitoringu rozwoju przestrzennego na szczeblu krajowym ▪ inspirowanie i wspieranie badań naukowych, studiów i programów w zakresie gospodarki przestrzennej
2.	Minister właściwy ds. finansów publicznych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kształtowanie systemu podatków i opłat lokalnych ▪ tworzenie systemu udzielania gwarancji, poręczeń i pożyczek ▪ realizacja polityki finansowej
3.	Minister właściwy ds. gospodarki	<ul style="list-style-type: none"> ▪ realizacja zadań dotyczących instrumentów wsparcia rozwoju gospodarczego, ich koordynacja, nadzorowanie wdrażania oraz monitorowanie ▪ kształtowanie warunków wspierających partnerstwo publiczno-prywatne ▪ koordynowanie zadań związanych z poprawą jakości regulacji i wdrożenie systemu nowoczesnych regulacji gospodarczych ▪ realizacja zadań związanych z przygotowaniem i monitorowaniem średniookresowych strategii i programów rozwoju gospodarczego, w szczególności w zakresie konkurencyjności, innowacyjności oraz przedsiębiorczości. ▪ działania na rzecz zapewnienia swobodnego przepływu towarów i swobodnego świadczenia usług poprzez systemy funkcjonujące w ramach Rynku Wewnętrznego Unii Europejskiej ▪ prowadzenie spraw związanych z realizacją, koordynacją i monitorowaniem programów oraz działań kierowanych bezpośrednio do małych i średnich przedsiębiorców, mających na celu rozwój przedsiębiorczości ▪ prowadzenie spraw związanych z wdrażaniem instrumentów wspierających inwestycje, w tym bezpośrednie inwestycje zagraniczne ▪ prowadzenie spraw związanych z wdrażaniem instrumentów polityki eksportowej ▪ prowadzenie spraw związanych ze współpracą transgraniczną

4.	Minister właściwy ds. gospodarki morskiej	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kształtowanie warunków do rozwoju transportu morskiego, portów i przystani morskich ▪ zadania w zakresie administracji morskiej
5.	Prezes Krajowego Zarządu Gospodarki Wodnej	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kształtowanie ochrony i racjonalnego wykorzystania zasobów wodnych, utrzymanie śródlądowych wód powierzchniowych, stanowiących własność Skarbu Państwa, wraz z infrastrukturą techniczną oraz prowadzenie nadzoru nad realizacją zadań z zakresu budowy, modernizacji i utrzymania śródlądowych dróg wodnych
6.	Minister właściwy ds. kultury i ochrony dziedzictwa narodowego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykonywanie i koordynacja realizacji zadań w zakresie ochrony zabytków ▪ podejmowanie i wspieranie działań na rzecz promocji kultury polskiej za granicą ▪ realizacja i koordynacja resortowych i międzyresortowych programów edukacji kulturalnej, w tym edukacji kulturalnej dzieci i młodzieży i działań mających na celu umożliwienie osobom niepełnosprawnym uczestnictwo w życiu kulturalnym ▪ opracowanie i aktualizacja informacji na temat cyklicznych imprez organizowanych w kraju ▪ realizacja zadań wynikających z „Koncepcji polityki przestrzennego zagospodarowania kraju” w tym koordynacja opracowań przestrzennej dyspozycji zasobów dziedzictwa kulturowego i koncepcji wykorzystania zasobów tego dziedzictwa ▪ prowadzenie działań na rzecz ochrony dziedzictwa kultury ludowej
7.	Minister właściwy ds. kultury fizycznej i sportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wspieranie działań na rzecz aktywnego wypoczynku dzieci i młodzieży ▪ opracowywanie strategii infrastruktury sportowej oraz opracowywanie i opublikowanie warunków technicznych budowy obiektów sportowych ▪ udział w pracach dotyczących planów przestrzennego zagospodarowania kraju w dziedzinie kultury fizycznej ▪ współpraca z Polskim Komitetem Normalizacyjnym oraz Polskim Centrum Badań i Certyfikacji w zakresie bezpieczeństwa i certyfikacji urządzeń sportowo-rekreacyjnych ▪ określanie priorytetów i zadań w zakresie uczestnictwa społeczeństwa w systematycznej aktywności ruchowej oraz inicjowanie i koordynacja działań w ramach programów rządowych i środowiskowych ▪ upowszechnianie aktywności sportowej w społeczeństwie
8.	Minister właściwy ds. nauki	<ul style="list-style-type: none"> ▪ koordynacja prac związanych z wprowadzaniem edukacji proinnowacyjnej ▪ koordynacja realizacji założeń regionalnej polityki na rzecz wzrostu innowacyjności ▪ koordynacja prac związanych z przygotowaniem rozwiązań prawnych i organizacyjnych dotyczących współpracy jednostek naukowych z przedsiębiorcami ▪ przygotowywanie projektów przedsięwzięć i programów związanych z rozwojem innowacyjności oraz współpracy między nauką i gospodarką

9.	Minister właściwy ds. oświaty i wychowania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wspieranie wychowawczej funkcji szkoły i placówki w zakresie: kształtowania tożsamości kulturowej, regionalnej i europejskiej, promocji zdrowia i zachowań prozdrowotnych, kształtowanie umiejętności spędzania czasu wolnego oraz organizowanie zajęć pozalekcyjnych, zorganizowanych form wypoczynku dzieci i młodzieży, krajoznawstwa i turystyki dzieci i młodzieży ▪ określanie podstaw programowych kształcenia ogólnego ▪ określanie podstaw programowych kształcenia w poszczególnych profilach kształcenia ogólnozawodowego i kształcenia w poszczególnych zawodach ▪ klasyfikacja zawodów szkolnictwa zawodowego ▪ zasady przeprowadzania egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe ▪ ustalanie warunków i trybu organizowania i realizowania przez uczniów praktycznej nauki zawodu ▪ założenia organizacyjne, programowe oraz zasady kształcenia nauczycieli ▪ określanie polityki wzajemnego uznawania wykształcenia, w szczególności zasad i trybu nostryfikacji świadectw uzyskanych za granicą
10.	Minister właściwy ds. pracy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie spraw dot. zatrudnienia i przeciwdziałania bezrobociu; stosunków pracy i warunków pracy; wynagrodzeń i świadczeń pracowniczych
11.	Minister właściwy ds. zabezpieczenia społecznego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie spraw dot. pomocy społecznej i świadczeń na rzecz rodziny, w tym świadczeń socjalnych, zatrudnienia, rehabilitacji społecznej i zawodowej osób niepełnosprawnych
12.	Minister właściwy ds. rozwoju wsi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ochrona dziedzictwa kulturowego wsi ▪ aktywizacja społeczna i zawodowa mieszkańców wsi ▪ rozwój przedsiębiorczości oraz rynku pracy w rolnictwie i na wsi
13.	Minister właściwy ds. rozwoju regionalnego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tworzenie systemu zarządzania środkami unijnymi, gwarantującego właściwą i terminową realizację programów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej ▪ koordynowanie wdrażania Narodowej Strategii Spójności i programów operacyjnych na lata 2007-2013 oraz monitorowanie systemu zarządzania środkami unijnymi, w celu zagwarantowania właściwej i terminowej realizacji programów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej, jak również monitorowanie realizacji Strategii Rozwoju Kraju na lata 2007-2015, ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju regionalnego
14.	Minister właściwy ds. Skarbu Państwa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kwalifikacja przedsiębiorstw państwowych i spółek do komercjalizacji i prywatyzacji ▪ prowadzenie procesów prywatyzacji bezpośredniej przedsiębiorstw państwowych, dla których Minister jest organem założycielskim ▪ opracowywanie projektów planów prywatyzacji oraz określanie planowanych przychodów z

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ prywatyzacji na kolejne lata nadzorowanie m.in. przedsiębiorstw turystycznych i uzdrowisk
15.	Minister właściwy ds. spraw wewnętrznych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie spraw związanych z zarządzaniem kryzysowym i planowaniem cywilnym na potrzeby bezpieczeństwa powszechnego (w tym m.in.: ratownictwa i ochrony ludności, nadzoru nad działalnością Państwowej Straży Pożarnej i nad funkcjonowaniem krajowego systemu ratowniczo-gaśniczego, nadzoru nad ratownictwem górskim i wodnym, przeciwdziałania i usuwania skutków ataków terrorystycznych i innych zagrożeń asymetrycznych, ▪ prowadzenie spraw związanych z wydawaniem dowodów osobistych i paszportów ▪ prowadzenie spraw z zakresu ochrony bezpieczeństwa i porządku publicznego oraz ochrony granicy państwowej i kontroli ruchu granicznego ▪ przygotowywanie programów, inicjatyw i rozwiązań z zakresu przeciwdziałania przestępczości i patologiom społecznym generującym przestępczość
16.	Minister właściwy ds. spraw zagranicznych	<ul style="list-style-type: none"> ▪ promocja Rzeczypospolitej Polskiej i języka polskiego za granicą oraz kształtowanie jej wizerunku ▪ kierowanie działalnością przedstawicielstw dyplomatycznych i urzędów konsularnych ▪ utrzymywanie stosunków Rzeczypospolitej Polskiej z innymi państwami oraz organizacjami międzynarodowymi ▪ reprezentowanie i ochrona interesów Rzeczypospolitej Polskiej i jej obywateli oraz polskich osób prawnych za granicą
17.	Minister właściwy ds. szkolnictwa wyższego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nadawanie, zawieszanie, cofanie i przywracanie uprawnień do prowadzenia kierunków studiów, makrokierunków i studiów międzykierunkowych w uczelniach publicznych i niepublicznych ▪ koordynowanie i prowadzenie prac dotyczących zmian w systemie szkolnictwa wyższego
18.	Minister właściwy ds. środowiska	<ul style="list-style-type: none"> ▪ koordynowanie spraw związanych z dokumentami programowymi w zakresie ochrony środowiska ▪ prowadzenie spraw z zakresu trwale zrównoważonego wykorzystania złóż kopalin ▪ inicjowanie, opracowywanie i monitorowanie rozwiązań planistycznych i techniczno-technologicznych, kształtujących i wspomagających ochronę środowiska w Polsce ▪ opracowanie zasad lokalizacji inwestycji zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, w kontekście planów zagospodarowania przestrzennego ▪ ustalanie standardów emisyjnych i standardów jakości środowiska oraz zasad ich monitorowania ▪ wdrażanie polityki ekologicznej państwa w zakresie ochrony przyrody i krajobrazu, krajowej strategii ochrony przyrody oraz programu ochrony różnorodności biologicznej

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie spraw z zakresu organizowania i funkcjonowania sieci Natura 2000 ▪ prowadzenie spraw z zakresu nadzoru Ministra nad parkami narodowymi, w tym nad inwestycjami realizowanymi przez parki narodowe
19.	Minister właściwy ds. transportu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kreowanie polityki państwa w zakresie rozwoju transportu, przygotowywanie dokumentów strategicznych w dziedzinie transportu oraz zapewnienie koordynacji planów strategicznych w tym obszarze. ▪ kreowanie polityki oraz prowadzenie spraw dotyczących transportu drogowego, opracowywanie programów rozwoju transportu drogowego ▪ kreowanie polityki oraz prowadzenie spraw dotyczących lotnictwa cywilnego, opracowywanie programów rozwoju lotnictwa cywilnego ▪ kreowanie polityki w zakresie rozwoju transportu kolejowego, analizowanie założeń inwestycyjnych infrastruktury kolejowej, realizacja zadań dotyczących funkcjonowania kolei polskich w systemie kolei Wspólnoty Europejskiej i współpraca z zagranicznymi instytucjami transportu kolejowego, ▪ sprawy dot. śródlądowego transportu wodnego, portów i przystani rzecznych, w tym infrastruktury portowej. ▪ sprawy dot. stworzenia warunków do rozwoju dostępu do sieci internet
20.	Minister właściwy ds. zdrowia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie spraw, związanych z uzdrowiskami i lecznictwem uzdrowiskowym ▪ realizacja zadań, związanych z nadzorem Ministra nad państwowym ratownictwem medycznym ▪ tworzenie warunków do dalszej poprawy bezpieczeństwa zdrowotnego turystów przebywających na terenie Polski ▪ prowadzenie spraw z zakresu współpracy z Głównym Inspektorem Sanitarnym
21.	Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie postępowań antymonopolowych w sprawach praktyk ograniczających konkurencję – nadużywania pozycji dominującej na rynku oraz niedozwolonych porozumień ▪ prowadzenie postępowań i wydawanie decyzji w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów ▪ działania zmierzające do wyeliminowania z obrotu prawnego niedozwolonych postanowień umownych
22.	Prezes Głównego Urzędu Statystycznego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ organizowanie i prowadzenie badań statystycznych, w tym spisów powszechnych ▪ udział w pracach metodologicznych w poszczególnych dziedzinach statystyki i informowanie o metodologii i zakresie badań prowadzonych w ramach statystyki publicznej ▪ udostępnianie i rozpowszechnianie wyników informacji statystycznych uzyskanych w badaniach statystycznych statystyki publicznej, w tym podstawowych wielkości i wskaźników ▪ prowadzenie prac dla potrzeb opracowań statystyki regionalnej i rachunków narodowych.

Biorąc powyższe pod uwagę widać wyraźnie, że wiele zadań warunkujących rozwój turystyki nie leży w kompetencjach ministra właściwego ds. turystyki. Co więcej, wiele zadań wpływających na rozwój turystyki leży w kompetencjach samorządu terytorialnego.

Do zakresu działania **samorządu wojewódzkiego** w zakresie turystyki należy:

- dokonywanie wpisu do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych i ich kontroli,
- nadawanie uprawnień pilota wycieczek i przewodnika turystycznego,
- zaszeregowanie obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów i kategorii i ich kontroli,
- prowadzenie instytucji kultury fizycznej i wypoczynku mających charakter regionalny, koordynacja działań i finansowe wspieranie jednostek kultury fizycznej, sportu i turystyki o zasięgu wojewódzkim oraz wojewódzkich organizacji sportowych i turystycznych,
- współdziałanie w zakresie rozwoju turystyki, kreowanie nowych produktów turystycznych i promocja potencjału turystycznego poprzez m.in. udział samorządu województwa w Regionalnej Organizacji Turystycznej,
- koordynacja i rozwój sieci informacji turystycznej w województwie,
- współpraca z instytucjami zajmującymi się turystyką na szczeblu krajowym, wojewódzkim, powiatowym i gminnym,
- organizacja i nadzór wypoczynku dzieci i młodzieży,
- realizacja zadań z zakresu kultury fizycznej i turystyki w ramach zajęć szkolnych (w tym także „zielone szkoły”),

Do kompetencji **powiatu** w zakresie turystyki należy:

- prowadzenie instytucji kultury fizycznej, turystyki i wypoczynku działających na terenie powiatu,
- prowadzenie szkolnych schronisk młodzieżowych,
- ewidencja i nadzór nad działalnością oraz dofinansowanie stowarzyszeń działających w sferze kultury fizycznej, związków sportowych i stowarzyszeń turystycznych, mających siedzibę na terenie powiatu,
- wspieranie finansowe organizacji imprez sportowych, rekreacyjnych i turystycznych wysokiej rangi odbywających się na terenie powiatu,
- współdziałanie w zakresie planowania rozwoju przestrzennego i zagospodarowania terenu w obiekty sportowe, rekreacyjne i turystyczne,
- koordynacje działań i wspieranie ratownictwa wodnego i górskiego,
- wspieranie organizacyjne i finansowe stowarzyszeń i organizacji turystycznych działających na obszarze powiatu,
- promocja i współdziałanie w zakresie rozwoju turystyki kwalifikowanej i innych form aktywnej turystyki w powiecie,
- realizacja zadań z zakresu kultury fizycznej i turystyki w ramach zajęć szkolnych (w tym także „zielone szkoły”),
- współpraca w zakresie promocji rozwoju turystyki w powiecie ze szczególnym uwzględnieniem współpracy z Regionalnymi i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi.

Do kompetencji **gmin** w zakresie turystyki należy przede wszystkim:

- prowadzenie ewidencji pól biwakowych i innych obiektów, w których świadczone są usługi hotelarskie i prawo kontrolowania obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie,

- utrzymanie, remont lub przebudowa i rozbudowa obiektów i urządzeń sportowych i turystycznych na terenie gminy,
- tworzenie korzystnych warunków podejmowania działalności gospodarczej w sferze turystyki na terenie gminy,
- prowadzenie instytucji kultury fizycznej, turystyki i wypoczynku działających na terenie gminy,
- dofinansowanie stowarzyszeń kultury fizycznej, związków sportowych i stowarzyszeń turystycznych mających siedzibę na terenie gminy,
- planowanie rozwoju przestrzennego i zagospodarowania terenu m.in. w obiekty sportowe, rekreacyjne i turystyczne,
- wspieranie organizacyjne i finansowe stowarzyszeń i organizacji turystycznych działających na terenie gminy,
- rozbudowa i utrzymanie infrastruktury technicznej (np. transportowej) i społecznej o znaczeniu wojewódzkim,
- realizacja zadań z zakresu kultury fizycznej i turystyki w ramach zajęć szkolnych (w tym także „zielone szkoły”),
- działania na rzecz ochrony środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego.
- promocja gminy

Dlatego też dla harmonijnego rozwoju turystyki w Polsce niezbędna jest wielostronna współpraca administracji rządowej, jednostek samorządu terytorialnego, podmiotów gospodarczych i ich zrzeszeń oraz organizacji pozarządowych i społeczności lokalnych. Reasumując, uczestnikami systemu turystycznego są generalnie następujące jednostki i organizacje:

- Rząd Rzeczypospolitej Polskiej, a w szczególności minister właściwy ds. turystyki;
- Polska Organizacja Turystyczna wraz z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi;
- samorząd terytorialny wszystkich szczebli oraz społeczności lokalne;
- podmioty gospodarcze i ich zrzeszenia, w tym w szczególności Polska Izba Turystyki, Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, Polska Izba Hotelarstwa, Polska Izba Turystyki Młodzieżowej, Izba Gospodarcza "Uzdrowiska Polskie", a także Rada Krajowa Izby Turystyki w Polsce;
- uczelnie oraz przedsiębiorcy prowadzący działalność oświatową i eksperci;
- organizacje pozarządowe, w tym w szczególności Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych, Polska Federacja Campingu i Caravaningu, Polska Federacja Turystyki Wiejskiej "Gospodarstwa Gościnne", Polskie Stowarzyszenie Hotelarstwa i Turystyki, Stowarzyszenie "Konferencje i Kongresy w Polsce", Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP.

VI. ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE - MISJA, CELE, OBSZARY PRIORYTETOWE I DZIAŁANIA

Treść i konstrukcja *Kierunków...* zostały oparte na czterech grupach założeń, stanowiących fundament dokumentu. Założenia te dotyczą zagadnień związanych z:

- kształtowaniem relacji pomiędzy rozwojem turystyki a rozwojem społeczno-gospodarczym kraju,
- wielopodmiotowym układem rozwijania turystyki w oparciu o łączenie aktywności wielu podmiotów i potencjałów będących w ich dyspozycji,
- zapewnieniem elastyczności, a co za tym idzie adekwatności zapisów do zmieniających się warunków w całym horyzoncie wdrażania,
- promowaniem zrównoważonej konsumpcji, kształtowaniem zdrowia publicznego poprzez turystykę, popieraniem działań przyczyniających się do zmniejszenia presji na klimat globalny – zwłaszcza w transporcie, integrowaniem społeczeństwa wokół lokalnych produktów turystycznych oraz ochroną zasobów naturalnych i usług, które nam dostarczają ekosystemy.

Realizacja założeń związana jest z szerokim traktowaniem turystyki i celów jej rozwoju, wykraczającym poza uwzględnianie aspektów rynkowych, zmierzającym do określenia pozycji turystyki zarówno w rozwoju gospodarczym jak i społecznym kraju. W tym kontekście *Kierunki...* są zorientowane na osiągnięcie takich efektów jak:

- wykorzystywanie nieuaktywnionych lub niewłaściwie użytkowanych potencjałów, zwłaszcza zaś potencjału ludzkiego, kulturowego i środowiskowego,
- wzmacnianie kapitału społecznego, kreowanie lokalnych liderów, rozwijanie korzystnych postaw i wartości,
- tworzenie nowych szans dla obszarów o słabszym tempie rozwoju i zwiększanie spójności społecznej i gospodarczej kraju i regionów,
- eksponowanie i zachowywanie cennych wartości kulturowych i środowiskowych,
- stymulowanie przedsiębiorczości oraz postaw innowacyjnych związanych z umiejętnością kreowania nowych usług, tworzenia nowych produktów oraz zdolnością do ich stałego doskonalenia,
- kształtowanie pozytywnego wizerunku kraju i regionów przekładającego się na wzrost atrakcyjności życiowej i inwestycyjnej.

Założenia zostały oparte na misji rozwoju turystyki w Polsce, zawierającej opis roli turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym kraju. Wielopodmiotowy układ rozwijania turystyki znalazł swoje odzwierciedlenie przede wszystkim w partnerskim trybie formułowania dokumentu. Warsztaty oraz szereg różnych spotkań i konsultacji organizowanych w trakcie wypracowywania zapisów dokumentu przyczyniły się do uzgodnienia stanowisk w najważniejszych kwestiach lub wyjaśnienia różnicy stanowisk. Zadania zapisane w *Kierunkach...* zmierzają do rozwijania turystyki w oparciu o łączenie aktywności wielu podmiotów i potencjałów będących w ich dyspozycji.

Warto podkreślić, iż *Kierunki...* realizują zasadę spójności społecznej, tj. zasadę sprawiedliwego dostępu poszczególnych grup społecznych do usług turystycznych, jak również zasadę spójności w ujęciu terytorialnym.

W *Kierunkach...* znalazło się szereg zapisów dotyczących kształtowania funkcji turystycznych w odniesieniu do uwarunkowań międzynarodowych. Wynika to z tego, że oferta turystyczna powinna, przynajmniej w swojej części, być adresowana na rynki światowe, jak również z faktu, że krajowi odbiorcy coraz częściej wybierają ofertę zagraniczną. Rynek usług turystycznych stał się rynkiem w pełni globalnym. Stąd też, wykonane analizy, uwzględniają na tyle na ile to możliwe, przy posiadanej bazie informacyjnej, rozwój krajowych funkcji turystycznych w relacji do konkurentów światowych.

Reasumując przedstawione założenia można stwierdzić, że rozwój turystyki powinien być podporządkowany osiągnięciu trzech generalnych wartości tworzących **MISJE** rozwoju turystyki w Polsce:

- **turystyka będzie rozwijana jako dziedzina synergiczna w stosunku do innych, ważnych z punktu widzenia rozwoju kraju celów, przyczyniająca się do tworzenia istotnej części dochodu narodowego, budowania pozytywnego obrazu Polski wśród mieszkańców naszego kraju oraz wzmocnienia wizerunku Polski w świecie,**
- **turystyka będzie dziedziną eksponującą i wykorzystującą w sposób efektywny, a równocześnie respektującą zasady rozwoju zrównoważonego cenne potencjały kraju, w szczególności dziedzictwo kultury i tradycji oraz bogactwo przyrody,**
- **Polska będzie kierunkiem atrakcyjnym turystycznie dla turystów krajowych i zagranicznych, ze skutecznie funkcjonującym przemysłem turystycznym oraz nowoczesnymi, konkurencyjnymi i wysokiej jakości produktami i usługami turystycznymi.**

Dotychczasowe tempo i profil rozwoju turystyki w naszym kraju nie są do końca zadowalające. Odległe od oczekiwań i niewielkie w stosunku do możliwości jest również znaczenie turystyki dla rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. Kształtowanie rozwoju turystyki wymaga więc połączenia mechanizmu wsparcia z mechanizmem rynkowym. Obydwa te mechanizmy nie mają się eliminować czy zastępować, ale mają stanowić elementy komplementarnego systemu. Wynikiem funkcjonowania tego systemu powinno być dynamizowanie procesów pozytywnych (wsparcie mechanizmu rynkowego) oraz kreowanie nowych zjawisk.

Dlatego też **celem nadrzędnym jest tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno - gospodarczemu Polski oraz podniesienie konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.**

Natomiast do **wiodących celów** rozwoju turystyki zalicza się:

- a) **Wzrost znaczenia ekonomicznego turystyki w rozwoju gospodarczym kraju;**
- b) **Wzrost jakości środowiska i życia mieszkańców;**
- c) **Współpraca oraz integracja na rzecz turystyki i jej otoczenia w wymiarze społecznym, przestrzennym i ekonomicznym.**

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku będą realizowane na 2 poziomach:

- A. Poziomie zadań rekomendowanych przez Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (Poziom I)
- B. Poziomie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (Poziom II)

A. Zadania rekomendowane przez Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (poziom I)

W celu zapewnienia skutecznej realizacji polityki turystycznej państwa oraz mając na uwadze interdyscyplinarność i wielopłaszczyznowość problematyki rozwoju turystyki planuje się powołanie przez Prezesa Rady Ministrów **Międzyresortowego Zespołu ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku***, w skład którego powinni wejść wysokiej rangi przedstawiciele tych ministerstw i urzędów centralnych, których zakres działania wywiera istotny wpływ na rozwój polskiej turystyki. Przewodniczącym Zespołu i koordynatorem jego prac byłby minister właściwy ds. turystyki.

	Przewiduje się, że do ZADAŃ ZESPOŁU będzie należało inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie:
1.	propozycji rozwiązań legislacyjnych w zakresie obowiązujących regulacji prawnych mających wpływ na rozwój turystyki
2.	kierunków działań zmierzających do wzmocnienia konkurencyjności polskiego produktu turystycznego
3.	działań dotyczących wzmocnienia współpracy w zakresie promocji turystycznej Polski i kształtowania jej wizerunku jako kraju atrakcyjnego turystycznie
4.	kierunków promowania inwestycji turystycznych
5.	kierunków zmian w zakresie standardów kształcenia w turystyce pod kątem potrzeb rynku
6.	projektów działań na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, w szczególności na rzecz wzrostu dostępności usług dla dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych, osób starszych oraz rodzin
7.	kierunków zmian związanych z dostępnością transportową do miejsc atrakcyjnych turystycznie
8.	działań związanych z przygotowaniem polskiej branży turystycznej do międzynarodowych wydarzeń kulturalno-sportowych odbywających się w Polsce, m.in. Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012

Szczegółowy zakres zadań *Międzyresortowego Zespołu...* określony zostanie w zarządzeniu Prezesa Rady Ministrów powołującego ww. Zespół.

Ponadto, do zagadnień tematycznych, którymi planuje się, że będzie się zajmował Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*, będą należeć m.in.:

- standardy i normy jakościowe w turystyce, gastronomii, hotelarstwie, transporcie, uzdrowiskach w Polsce w odniesieniu do norm i standardów europejskich i światowych (w tym Światowej Organizacji Turystyki);
- standardy świadczenia usług w celu skutecznej ochrony praw konsumenta na rynku usług turystycznych;
- rozwój krajowego produktu turystycznego⁷ oraz partnerstwa publiczno-prywatnego i publiczno-społecznego w turystyce dla wzmocnienia skutecznego zarządzania;
- kwestia wykorzystania turystyki, rekreacji, sportu, kultury i rozrywki dla tworzenia ośrodków wzrostu gospodarczego generujących rozwój regionalny oraz wzrost zatrudnienia:
 - promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie m.in. poprzez:
 - przygotowanie przez *Polską Organizację Turystyczną* marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015
 - wprowadzenie skutecznych metod współpracy z regionami w celu zwiększenia promocji polskich regionów na rynku krajowym i zagranicznym;
 - rozwój systemu informacji turystycznej ukierunkowanej na stworzenie Krajowego Systemu Rezerwacji i Dystrybucji Usług;
- zasady zrównoważonego rozwoju w turystyce wraz z ich upowszechnianiem w regionach turystycznych oraz wśród branży turystycznej;
- zagadnienia dotyczące nowych technologii i innowacyjności w turystyce;
- wykorzystywanie i upowszechnianie możliwości Polski wynikających z członkostwa w organizacjach międzynarodowych, umowach dwustronnych i wielostronnych do współpracy na rzecz turystyki oraz propagowanie międzyregionalnych przedsięwzięć o charakterze turystycznym i znaczeniu ogólnokrajowym i międzynarodowym;
- wzmocnienie komunikacji ze wszystkimi uczestnikami rynku turystycznego poprzez organizowanie cyklicznych spotkań konsultacyjno-doradczych pod nazwą „Forum Turystyki Polskiej”.

Powyższe zadania mają przede wszystkim na celu:

- koncentrację działań na kilku wybranych celach strategicznych, w których kompetencje ma Rząd RP;
- uruchomienie działań wspierających rozwój turystyki o charakterze politycznym, organizacyjnym i merytorycznym, które znajdują się w kompetencjach poszczególnych ministrów;
- wspieranie działań na rzecz turystyki i związanych z nią sektorów;
- kontynuowanie procesu likwidacji barier w rozwoju turystyki i jej otoczenia w skali państwa.

⁷⁾ na podstawie istniejącej koncepcji zawartej w Strategii Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego opracowanej w ramach programu PHARE Tourin I i II

B. Zadania rekomendowane wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (poziom II)

Założenia *Kierunków...* na poziomie II będą realizowane poprzez działania wszystkich podmiotów działających na rzecz rozwoju turystyki w Polsce w ramach 4 obszarów priorytetowych:

1) Obszar priorytetowy 1 - Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności

Do celów operacyjnych obszaru 1 należy:

- I.1. Kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych
- I.2. Rozwój Infrastruktury turystycznej
- I.3. Integracja produktów i oferty turystycznej regionów
- I.4. Rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki
- I.5. Rozwój wiodących typów turystyki

2) Obszar priorytetowy 2 - Rozwój zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki

Do celów operacyjnych obszaru 2 należy:

- II.1. Przygotowanie kadr operacyjnych gospodarki turystycznej
- II.2. Rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej
- II.3. Monitorowanie potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych

3) Obszar priorytetowy 3 - Wsparcie marketingowe

Do celów operacyjnych obszaru 3 należy:

- III.1. Usprawnienie systemu informacji turystycznej
- III.2. Zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce, zwłaszcza promocji.

4) Obszar priorytetowy 4 - Kształtowanie przestrzeni turystycznej

Do celów operacyjnych obszaru 4 należy:

- IV.1. Kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni
- IV.2. Zwiększenie dostępności turystycznej do regionów przez rozwój transportu

Schemat znajdujący się na następnej stronie obrazuje założenia *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku*, z uwzględnieniem misji, celu nadrzędnego, celów wiodących, a także zadań realizowanych na poziomie I oraz obszarów priorytetowych realizowanych na poziomie II.

MISJA

- turystyka to dziedzina synergiczna w stosunku do innych, ważnych z punktu widzenia rozwoju kraju celów, przyczyniająca się do tworzenia istotnej części dochodu narodowego, budowania pozytywnego obrazu Polski wśród mieszkańców naszego kraju oraz wzmacniania wizerunku Polski w świecie;
- turystyka to dziedzina eksponująca i wykorzystująca w sposób efektywny, a równocześnie respektujący zasady rozwoju zrównoważonego potencjału kraju, w szczególności dziedzictwo kultury i tradycji oraz bogactwo przyrody;
- Polska to kierunek atrakcyjny turystycznie dla turystów krajowych i zagranicznych, ze skutecznie funkcjonującym przemysłem turystycznym oraz nowoczesnymi, konkurencyjnymi i wysokiej jakości produktami i usługami turystycznymi.

CEL NADRZĘDNY

Tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno - gospodarczemu Polski oraz podniesienie konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.

CEL WIODĄCY 1

Wzrost znaczenia ekonomicznego turystyki w rozwoju gospodarczym kraju

CEL WIODĄCY 2

Wzrost jakości środowiska i życia mieszkańców

CEL WIODĄCY 3

Współpraca oraz integracja na rzecz turystyki i jej otoczenia w wymiarze społecznym, przestrzennym i ekonomicznym

POZIOM I

Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku

Przewiduje się, że do **ZADAŃ ZESPOŁU** będzie należeć inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie:

- propozycji rozwiązań legislacyjnych w zakresie regulacji prawnych mających wpływ na rozwój turystyki
- kierunków działań zmierzających do wzmocnienia konkurencyjności polskiego produktu turystycznego
- działań dotyczących wzmocnienia współpracy w zakresie promocji turystycznej Polski i kształtowania jej wizerunku jako kraju atrakcyjnego turystycznie
- kierunków promowania inwestycji turystycznych
- kierunków zmian w zakresie standardów kształcenia w turystyce pod kątem potrzeb rynku
- projektów działań na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, w szczególności na rzecz wzrostu dostępności usług dla dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych, osób starszych oraz rodzin
- kierunków zmian związanych z dostępnością transportową do miejsc atrakcyjnych turystycznie
- działań związanych z przygotowaniem polskiej branży turystycznej do międzynarodowych wydarzeń kulturalno-sportowych m.in. Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012

POZIOM II

Wszystkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki

**OBSZAR PRIORYTETOWY 1
PRODUKT TURYSTYCZNY O
WYSOKIEJ
KONKURENCYJNOŚCI**

**OBSZAR PRIORYTETOWY 2
ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH
NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI**

**OBSZAR PRIORYTETOWY 3
WSPARCIE MARKETINGOWE**

**OBSZAR PRIORYTETOWY 4
KSZTAŁTOWANIE
PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ**

OBSZAR PRIORYTETOWY I - PRODUKT TURYSTYCZNY O WYSOKIEJ KONKURENCYJNOŚCI

Kreacja oraz rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych, scalonych w spójną i innowacyjną ofertę, stanowi jedno z najważniejszych wyzwań stojących przed sektorem turystycznym w Polsce. Na rozwój polskiej oferty turystycznej składają się przedsięwzięcia obejmujące:

- rozwijanie dotychczasowych produktów turystycznych o korzystnych perspektywach,
- kreowanie nowych produktów turystycznych
- stałe doskonalenie produktów turystycznych i wzmacnianie ich jakości,
- integrowanie produktów w kompleksową, zdywersyfikowaną a jednocześnie synergiczną ofertę m.in. poprzez integrowanie przestrzenne oferty, polegające na eliminowaniu zbędnej konkurencji pomiędzy różnymi obszarami kraju oraz na tworzeniu urozmaiconych produktów wykorzystujących specyfikę lokalną i regionalną,
- badanie i monitorowanie rynku oraz dostosowywanie oferty do oczekiwań odbiorców
- monitorowanie ekologicznych skutków tworzenia produktów.

Rozwój produktów następować będzie nie tylko poprzez integrację różnych elementów i składników produktu turystycznego tj. atrakcji, bazy turystycznej, usług, infrastruktury komunikacyjnej, informacji w spójną dla odbiorcy całość, ale także przez rozwój nowoczesnej infrastruktury, podnoszenie jakości i efektywności inwestowania.

Produkt turystyczny będzie tworzony i rozwijany przede wszystkim na poziomie lokalnym we współpracy samorządu terytorialnego i branży turystycznej, a także na poziomie regionalnym w odniesieniu do produktów wykraczających poza granice jednego regionu. Koncepcja “od idei do produktu” stanowi podstawowy kierunek tego obszaru, a zasada “myśl globalnie, działaj lokalnie” winna tu być powszechnie stosowana.

W ramach pierwszego obszaru priorytetowego zdefiniowano cel strategiczny:

CS1. Kreowanie i rozwój zintegrowanych i konkurencyjnych produktów turystycznych

Analiza SWOT została przeprowadzona przy uwzględnieniu wpływu poszczególnych czynników na realizację założonych celów strategicznych. Podział czynników został dokonany w następujący sposób:

- mocne i słabe strony: czynniki o charakterze wewnętrznym, kształtujące pozycję konkurencyjną krajowej oferty turystycznej, pozytywnie lub negatywnie oddziałujące na osiągnięcie założonych celów,
- szanse i zagrożenia: czynniki o charakterze zewnętrznym (międzynarodowym) oraz najważniejsze zjawiska spoza sfery turystyki.

W podanych tabelach zostały zaprezentowane tylko najistotniejsze czynniki.

<u>Mocne strony</u>	<u>Słabe strony</u>
<p>S1. bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,</p> <p>S2. wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi,</p> <p>S3. znaczny potencjał kulturowy Polski</p> <p>S4. wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,</p> <p>S5. urozmaicone ukształtowanie powierzchni terytorium Polski</p> <p>S6. ogólna dostępność terenów cennych przyrodniczo oraz kulturowo</p> <p>S7. niska intensyfikacja zabudowy – liczne możliwości doboru tras</p> <p>S8. atrakcyjność miejscowości kultu religijnego</p>	<p>W1. zbyt mała liczba charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych</p> <p>W2. brak turystycznego wizerunku Polski i regionów,</p> <p>W3. niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna,</p> <p>W4. niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości,</p> <p>W5. niekorzystne relacje pomiędzy ceną a jakością produktów,</p> <p>W6. brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej,</p> <p>W7. niezadowalający poziom bezpieczeństwa wewnętrznego rzutujący na atrakcyjność turystyczną,</p> <p>W8. braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej,</p> <p>W9. brak koordynacji między lokalnymi a także regionalnymi politykami wpływającymi na rozwój oferty turystycznej,</p> <p>W10. brak systemu tras rowerowych z właściwym wyznaczeniem, oznakowaniem i infrastrukturą towarzyszącą,</p> <p>W11. występowanie niedostatecznej infrastruktury ochrony środowiska, zwłaszcza w zakresie gospodarki wodno-ściekowej oraz gospodarki odpadami w regionach rozwiniętych i potencjalnie turystycznych,</p> <p>W12. niewystarczająca liczba obiektów noclegowych przystosowanych do współczesnych potrzeb i struktury ruchu turystycznego.</p>
<u>Szanse</u>	<u>Zagrożenia</u>
<p>O1. szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „Incentives”),</p> <p>O2. wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską,</p>	<p>T1. wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych,</p> <p>T2. nowe trendy pasywnego spędzania wolnego czasu dostrzegalne zwłaszcza wśród ludzi młodych,</p> <p>T3. ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów,</p> <p>T4. degradacja zasobów naturalnych</p>

<p>O3. wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi,</p> <p>O4. zainteresowanie ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską, ze strony turystów w najwyższych grupach wiekowych o coraz wyższych dochodach</p> <p>O5. członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów</p> <p>O6. wzrost zainteresowania ogólnodostępnymi formami aktywności ruchowej, zwłaszcza dającymi możliwość poznawania.</p>	<p>zwłaszcza cennych przyrodniczo obszarów, w tym będących częścią sieci Natura 2000 lub krajowego systemu obszarów chronionych,</p> <p>T5. niewystarczająca ilość miejsc noclegowych i innej infrastruktury komplementarnej służącej tworzeniu i rozwojowi produktów turystycznych m.in. w ramach Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.</p>
--	---

Cel operacyjny I.1 - Kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych

Tworzenie i rozwijanie produktów turystycznych przyczyni się do potęgowania efektów synergii, koncentracji zasobów, a w efekcie wpłynie na poprawę konkurencyjności polskiej turystyki i spełnienie rosnących wymagań klientów. Wyznacznikiem i stymulatorem atrakcyjności i konkurencyjności polskich produktów turystycznych jest budowa marki przyjaznej środowisku jako integralnego elementu wizerunku turystycznego Polski.

Wsparcia wymagają między innymi: działania z zakresu ochrony i prezentacji dóbr kultury, kreowania produktów ekoturystycznych, aktywności nakierowane na zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce.

Budowanie produktów turystycznych powinno następować zarówno poprzez jakość środowiska jak i proekologiczną jakość świadczenia usług. Wymaga to szerokiego wprowadzenia certyfikatów jakości środowiskowej oraz ekoetykietowania, jako strategicznego elementu tworzenia produktu. Świadectwem myślenia kategorią jakości środowiskowej musi być zapewnienie stosowania wskaźników dotyczących efektywnego użytkowania zasobów przyrodniczych oraz promowanie form zarządzania środowiskowego. Ponadto sprzyjać to będzie stymulowaniu proekologicznych postaw i zachowań konsumenckich.

Przy kreowaniu produktów turystycznych powinno się także kierować zasadą ich tworzenia w powiązaniu z ograniczaniem, tam gdzie jest to możliwe, potrzeb transportowych, minimalizowaniem konieczności korzystania z indywidualnych środków transportu oraz z popieraniem alternatywnych rozwiązań w systemach transportowych w skali kraju i regionów, a nawet miejscowości lub mikro obszarów turystycznych. Powinno to znaleźć odbicie w strategii inwestowania w rozwój regionów.

Okazją ku temu by bardziej postawić na rozwój w naszym kraju produktu związanego z krótkimi pobytami w miastach tzw. „city breaks” jest organizacja w Polsce ważnych wydarzeń kulturalno-sportowych, takich jak np. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.

Natomiast w przypadku pobytowej turystyki krajowej, należałoby wykorzystać wielkie zainteresowanie wydarzeniami sportowymi do rozwoju i promocji turystyki aktywnej oraz zintensyfikowania wdrażania idei „sportu dla wszystkich”.

Należałoby również wykorzystać markę turystyki przyjaznej środowisku jako sposób realizacji treści i przesłania turystycznego logo Polski poprzez:

- zapewnienie zasobów naturalnych w odpowiedniej ilości i jakości dla potrzeb rekreacyjnych i pozarekreacyjnych, a szczególnie zasobów wód dla różnorodnego ich wykorzystywania (kąpieliska, uzdrowiska, aqua-parki, woda do picia itd.);
- promowanie *Oznakowania ekologicznego dla obiektów infrastruktury turystycznej* (The European Eco-Label for Tourist Accomodations);
- ograniczenie wprowadzania niekorzystnych zmian w środowisku poprzez zmniejszenie ilości wytwarzanych odpadów i aktywną proekologiczną gospodarkę odpadami;
- wykorzystanie istniejących obiektów budowlanych jako bazy i atrakcji turystycznych;
- przestrzeganie przepisów dotyczących ochrony przyrody i ograniczenia szkodliwych oddziaływań turystyki na obszary przyrodniczo cenne, w tym na obszary sieci Natura 2000, biorąc pod uwagę preferencje turystów.

Realizacja poszczególnych celów operacyjnych zostanie osiągnięta dzięki podjęciu przedsięwzięć w ramach opisanych poniżej działań.

Koncepcje działań zostały skorelowane z czynnikami zapisanymi dla poszczególnych celów w analizie SWOT. Działania i mieszczące się w ich ramach potencjalne projekty zostały tak sformułowane aby:

- wykorzystywać zidentyfikowane wewnętrzne siły oraz szanse w otoczeniu,
- przewycięzać wewnętrzne słabości i zagrożenia w otoczeniu.

Wykorzystywane mocne strony:

- bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,
- atrakcyjność miejscowości kultu religijnego

Przewyciężane słabe strony:

- zbyt mała liczba charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych
- brak turystycznego wizerunku Polski i regionów,

Wykorzystywane szanse:

- szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „incentives”),

Działanie I.1.1:

Stworzenie podstaw w zakresie wiedzy i informacji dla kreowania nowych i rozwoju dotychczasowych konkurencyjnych produktów turystycznych.

Działanie jest nakierowane na zgromadzenie, usystematyzowanie i odpowiednie udostępnienie wiedzy o potencjalach turystycznych regionów i kraju. Realizacja działania obejmie m.in.:

- prowadzenie badań regionalnych i horyzontalnych w obszarze produktów turystycznych w zakresie potencjalnych segmentów docelowych odbiorców, oceny dostosowania aktualnych produktów do potencjału regionów oraz możliwości dalszego rozwoju produktów w regionach,
- badania jakościowe w zakresie obecnych,

Przewyższane zagrożenia:

- wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych,

jak i projektowanych produktów turystycznych, opracowanie niezbędnych ekspertyz i analiz w zakresie potencjału turystycznego regionów oraz uwarunkowań związanych z jego wykorzystaniem,

- opracowanie i udostępnianie skutecznych metodologii w zakresie kreowania i wdrażania produktów.

Wykorzystywane mocne strony:

- bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,
- wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi,
- wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,
- atrakcyjność miejscowości kultu religijnego,
- Przewyższane słabe strony:
- zbyt mała liczba charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych
- niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości,
- niekorzystne relacje pomiędzy ceną a jakością produktów,
- Wykorzystywane szanse:
- szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „incentives”),
- wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi,
- członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów
- Przewyższane zagrożenia:
- ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów,
- degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym,

Działanie I.1.2

Wspieranie procesów powstawania lokalnych i regionalnych produktów turystycznych

Istotą działania jest dywersyfikacja produktów turystycznych oparta o wykorzystanie lokalnych i regionalnych potencjałów, prowadząca do tworzenia produktów niszowych, efektywnie wykorzystujących różne zasoby. Efektem tego działania jest również odkrywanie nowych nisz rynkowych, dotarcie do kolejnych grup odbiorców, stworzenie produktów komplementarnych w stosunku do oferty dotychczasowej. Realizacja działania obejmuje m.in.:

- programy wspierające powstawanie produktów, w tym produktów komplementarnych dla realizacji działań programowych związanych z międzynarodowymi imprezami kulturalno-sportowymi jak Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, na zasadzie współpracy wszystkich odpowiedzialnych i zainteresowanych stron, zwłaszcza administracji publicznej,
- przedsięwzięcia stymulujące kreatywność i przedsiębiorczość w wykorzystywaniu dostępnych szans i potencjałów,
- szkolenia lokalnych i regionalnych animatorów turystyki,
- tworzenie zintegrowanych strategii (w tym strategii promocji, dystrybucji, zarządzania),
- wydawanie specjalistycznych poradników w zakresie kreacji produktów lokalnych na obszarach atrakcyjnych turystycznie,.

Omawiane działanie stanowi kontynuację działania I.1.1, które ma charakter przygotowawczy i porządkujący.

Wykorzystywane mocne strony:

- wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,
- atrakcyjność miejscowości kultu religijnego,
- Przewyższane słabe strony:
- niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna,
- niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości,

Działanie I.1.3

Opracowanie i wdrożenie mechanizmów oraz narzędzi wpływających na podnoszenie jakości produktu turystycznego

Realizacja działania powinna doprowadzić do stopniowego, systematycznego podnoszenia jakości oferowanych produktów, obudowywania produktu zasadniczego dodatkowymi usługami, zwiększania nakładów pracy zawartych w

<ul style="list-style-type: none"> ▪ niekorzystne relacje pomiędzy ceną a jakością produktów, ▪ Wykorzystywane szanse: ▪ zainteresowanie ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską, przez turystów w najwyższych grupach wiekowych o coraz wyższych dochodach ▪ członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów ▪ Przewyżczone zagrożenia: ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>produkcje, podwyższania wartości produktu oraz jego konkurencyjności. Przedsięwzięcia podejmowane w ramach działania powinny prowadzić do podwyższenia atrakcyjności polskich produktów turystycznych.</p> <p>Dla usługodawców wysoka jakość produktu oznacza wzrost nakładów, ale w zamian zyskuje się wzrost zainteresowania ich ofertą oraz ułatwia pozyskiwanie lojalnych klientów. Dla turystów jakość oferowanego produktu jest, obok ceny, podstawowym czynnikiem kształtującym decyzje o jego nabyciu.</p> <p>Istotną rolę będzie spełniać kategoryzacja hoteli i innych obiektów noclegowych. Funkcję uzupełniającą, wpływającą na jakość i konkurencyjność usług, obiektów turystycznych i atrakcji turystycznych spełniać będą międzynarodowe systemy rekomendacyjne przyjęte przez wydawców przewodników i informatorów.</p> <p>Obok kategoryzacji systemy rekomendacyjne, wprowadzone przez wiarygodne instytucje, szczególnie w odniesieniu do obszarów mało znanych, mogą spełniać ważną rolę informacyjną i wspomagać w podjęciu decyzji w sprawie wyjazdu turystycznego i jego programu.</p> <p>Budowa jakości produktów turystycznych następować będzie także poprzez podnoszenie jakości środowiskowej – jakości środowiska oraz proekologicznego świadczenia usług m.in. poprzez certyfikację, ekoetykietowanie, monitoring i zarządzanie środowiskowe oraz stymulowanie postaw i zachowań konsumenckich.</p> <p>Działanie obejmie wsparcie przedsięwzięć podnoszących poziom jakości produktów turystycznych m.in. poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ projektowanie i wdrażanie systemów zarządzania jakością w usługach turystycznych, projektów i programów mających na celu poprawę jakości produktów turystycznych i destynacji turystycznych, ▪ organizację szkoleń dotyczących jakości w turystyce, ▪ stworzenie systemu zachęt dla podmiotów wdrażających systemy jakości oraz wprowadzających innowacje do swoich ofert turystycznych, takich jak ekoetykietowanie (ecolabelling) ▪ promowanie Oznakowania ekologicznego dla obiektów infrastruktury turystycznej (The European Eco-Label for Tourist Accomodations) <p>Ważnym działaniem będzie również poprawa sprawności i estetyki infrastruktury turystycznej i paraturystycznej oraz jakości obsługi i informacji we wszystkich miejscach pierwszego kontaktu z</p>
---	--

	naszym krajem dla turystów zagranicznych.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna, ▪ niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz incentives), ▪ wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ nowe trendy pasywnego spędzania wolnego czasu dostrzegalne zwłaszcza wśród ludzi młodych, ▪ degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym, 	<p>Działanie I.1.4: Stymulowanie innowacyjności w obszarze kreacji oraz marketingu produktów turystycznych</p> <p>Szybka ewolucja oczekiwań odbiorców, rosnąca presja konkurencji wymagają nie tylko zachowań adaptacyjnych, ale również kreacyjnych, polegających na uprzedzaniu działań konkurentów w zakresie tworzenia oferty turystycznej oraz aktywnym kształtowaniu oczekiwań odbiorców. Zagadnienia innowacyjności i kreatywności dotyczą zarówno tworzenia nowych idei produktów turystycznych, jak też nowych form ich marketingu.</p> <p>Działanie zakłada:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stymulowanie postaw innowacyjnych poprzez warsztaty i programy promocyjne, ▪ szkolenie z zakresu zarządzania procesem innowacyjnym, ▪ wsparcie badań rozwojowych w turystyce, ▪ stworzenie systemu grantów nakierowanych na podnoszenie innowacyjności grup produktów, ▪ praktyki, staże i szkolenia dla przyszłej kadry animatorów w obszarze kreacji produktów oraz zarządzania innowacyjnymi produktami w turystyce.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, ▪ atrakcyjność miejscowości kultu religijnego, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ograniczona znajomość potrzeb turystów przez osoby kształtujące ofertę turystyczną, ▪ brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej, ▪ brak koordynacji między lokalnymi a także regionalnymi politykami wpływającymi na rozwój oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.1.5: Stworzenie systemu monitorowania i dostosowywania produktów turystycznych do potrzeb rynku</p> <p>Wszystkie działania związane z kreowaniem lub rozwijaniem produktów turystycznych, a także z ich promowaniem muszą bazować na stale aktualizowanej wiedzy o zmianach rynkowych (ewolucji oczekiwań klientów oraz zachowaniach głównych konkurentów).</p> <p>Realizacja działania obejmie m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stworzenie jednolitego systemu badań oczekiwań konsumentów w odniesieniu do produktów turystycznych (element badań wizerunku Polski), ▪ włączenie lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych (LOT i ROT) w proces zbierania danych, ▪ opracowywanie regionalnych, kierunkowych planów rozwoju produktów turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem przewidywanych zmian wzorców konsumpcji, m.in. takich przedsięwzięć międzynarodowych jak Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niezadowalający poziom bezpieczeństwa wewnętrznego rzutu na atrakcyjność turystyczną, ▪ braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ nowe trendy pasywnego spędzania wolnego czasu dostrzegalne zwłaszcza wśród ludzi młodych. 	<p>Działanie I.1.6:</p> <p>Wzmacnianie bezpieczeństwa turystów</p> <p>Zapewnienie bezpieczeństwa turystom jest warunkiem koniecznym odpowiedniego kształtowania produktu turystycznego, jego dostępności i atrakcyjności.</p> <p>W zakresie bezpieczeństwa osobistego uczestników ruchu turystycznego należy doprowadzić w dłuższej perspektywie czasowej do wypracowania spójnego systemu ostrzegania i monitorowania zagrożeń dla turystów, którego istotnym elementem powinien być monitoring zagrożeń ekologicznych i pożarowych.</p> <p>Dodatkowo, wzmacnianie bezpieczeństwa turystów powinno uwzględniać specyfikę poszczególnych regionów np. wsparcie dla służb ratownictwa górskiego, wodnego itp.</p>
---	--

Cel operacyjny I.2 – Rozwój infrastruktury turystycznej

Warunkiem koniecznym dla wzmacniania konkurencyjności wytworzonych produktów turystycznych jest rozwój odpowiedniej infrastruktury turystycznej umożliwiającej komercjalizację produktów turystycznych, ich odpowiednie eksponowanie oraz spinanie w sieć. Kształtowana infrastruktura musi cechować się odpowiednim standardem, dostępnością komunikacyjną i dostępnością dla osób niepełnosprawnych, a także spójnością w stosunku do zakładanej koncepcji produktu oraz marki a jej lokalizacja i technologia musi uwzględniać uwarunkowania wynikające z potrzeb ochrony środowiska. Oprócz podstawowej infrastruktury noclegowo-gastronomicznej, niezbędny jest także rozwój infrastruktury rekreacyjno-sportowej, która w znaczący sposób przyczynia się do podniesienia atrakcyjności danej miejscowości. Co więcej, w trakcie wielkich wydarzeń kulturalno-sportowych, takich jak np. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, infrastruktura ta może być wykorzystywana do stworzenia ciekawej oferty komplementarnej w zakresie turystyki aktywnej i specjalistycznej.

Przy rozwoju infrastruktury turystycznej niezbędne jest także zapewnienie bezpieczeństwa infrastrukturalnego (obiektów, bezpośredniego otoczenia budynków, zastosowania systemów monitoringu i in.) Realizacja tego celu wymaga współpracy szeregu podmiotów z odpowiednimi służbami. Stanowi to zasadniczy element podnoszenia bezpieczeństwa osobistego turystów.

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi, ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ atrakcyjność miejscowości kultu religijnego, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki infrastrukturalne wpływające 	<p>Działanie I.2.1:</p> <p>Rozwój infrastruktury atrakcji turystycznych</p> <p>Działanie powinno doprowadzić do lepszego i skuteczniejszego wyeksponowania atrakcji turystycznych, zwiększenia ich dostępności, wzbogacenia o kolejne usługi, podniesienia zainteresowania kolejnych grup odbiorców, w tym osób niepełnosprawnych. Odpowiednio</p>
---	--

negatywnie na jakość oferty turystycznej,
Wykorzystywane szanse:

- wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi,

Przewyższające zagrożenia:

- ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów,

przygotowana infrastruktura może przyczynić się również do właściwego ukształtowania ruchu turystycznego, a co za tym idzie do skuteczniejszej ochrony zasobów naturalnych i kulturowych.

Działanie będzie realizowane poprzez:

- unowocześnienie i dynamizowanie form i metod prezentacji atrakcji turystycznych (sposób ekspozycji, prezentacje interaktywne),
- udogodnienia techniczne dla specyficznych grup turystów np. dzieci, niepełnosprawnych, grup edukacyjnych,
- wspieranie procesów zarządzania atrakcjami oraz wdrażanie innowacji technologicznych.

Wykorzystywane mocne strony:

- bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,

Przewyższające słabe strony:

- braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej,

Wykorzystywane szanse:

- szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „incentives”),
- wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską,

Przewyższające zagrożenia:

- wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych,

Działanie I.2.2:

Rozbudowa specjalistycznej infrastruktury turystycznej

Przewiduje się, że dzięki realizacji działania nastąpi integrowanie przedsięwzięć na poziomie międzyregionalnym, a także transgranicznym, przy remoncie lub przebudowie oraz rozwoju infrastruktury wokół produktów przekraczających granice określonego regionu geograficznego i administracyjnego

W ramach działania zostaną podjęte przedsięwzięcia nakierowane na:

- utworzenie lub rozbudowę produktów turystycznych o ogólnopolskim znaczeniu
- tworzenie infrastruktury wokół szlaków turystyki kwalifikowanej,
- rozwój infrastruktury wodnych szlaków śródlądowych i morskich,
- tworzenie udogodnień i usprawnień dla uprawiania specjalistycznych form turystyki, służących m.in. organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.

Wykorzystywane mocne strony:

- wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi,
- znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast,

Przewyższające słabe strony:

- braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej,
- niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna,

Wykorzystywane szanse:

- wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską,
- wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi

Przewyższające zagrożenia:

Działanie I.2.3:

Rozwój infrastruktury noclegowej oraz gastronomicznej m.in. pod kątem organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012

Wdrożenie działania powinno sprzyjać ukształtowaniu urozmaiconej infrastruktury noclegowej i gastronomicznej, dostępnej dla odbiorców o różnych oczekiwaniach i możliwościach finansowych, zwłaszcza dla osób niepełnosprawnych, skoordynowanej z charakterem oferty turystycznej, spełniającej ustalone standardy jakościowe. Obok zagadnień związanych z materialnym kształtowaniem infrastruktury działanie obejmie również kwestie jej właściwego funkcjonowania.

Realizacja działania będzie polegała na tworzeniu

<ul style="list-style-type: none"> ▪ niewystarczająca ilość miejsc noclegowych powodująca odpływ turystów 	<p>instrumentów finansowych i promocyjnych dla rozwoju i remontu lub przebudowy infrastruktury noclegowej i gastronomicznej obejmujących:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rozbudowę i remont lub przebudowę bazy noclegowej. ▪ rozwijanie działań dotyczących standaryzacji infrastruktury noclegowej i podnoszenie jakości infrastruktury gastronomicznej ▪ stworzenie systemu grantów i dotacji związanych z estetyzacją bazy noclegowej i otoczenia, ▪ promowanie i upowszechnianie systemu poręczeń i gwarancji dla podejmowanych działań w zakresie usług hotelarskich i gastronomicznych, ▪ stworzenie w powiązaniu z instytucjami rynku pracy systemu grantów na tworzenie nowych miejsc pracy związanych z rozwojem bazy noclegowej ▪ stworzenie systemu informacji o innowacyjnych rozwiązaniach związanych z gospodarką odpadową bazy noclegowej i gastronomicznej. <p>Do ważnych zasobów infrastrukturalnych, których rozwój może zapewnić podniesienie pozycji konkurencyjnej np. w aspekcie Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, należy rozbudowana baza turystyczna organizacji społecznych, która wymaga remontu lub przebudowy i dokapitalizowania.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej, ▪ wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi, ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, ▪ atrakcyjność miejscowości kultu religijnego, <p>Przewidywane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej, ▪ brak koordynacji między lokalnymi a także regionalnymi politykami wpływającymi na rozwój oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, ▪ zainteresowanie ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską, przez turystów w najwyższych grupach wiekowych o coraz wyższych dochodach, 	<p>Działanie I.2.4:</p> <p>Wsparcie rozwoju infrastruktury uzupełniającej istotnej dla konkurencyjności produktów turystycznych oraz sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego</p> <p>Działanie zmierza do stymulowania rozwoju najbardziej istotnych elementów w zakresie infrastruktury uzupełniającej dla turystyki np. kulturalnej, transportowej, informacyjnej, edukacyjnej, sportowej, ratowniczej oraz w zakresie bezpośredniego bezpieczeństwa osobistego turystów.</p> <p>Realizacja działania obejmie m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stworzenie skutecznych instrumentów finansowych na rzecz obszarów o szczególnych walorach turystycznych oraz niskim stopniu rozwoju gospodarczego, ▪ wspieranie zintegrowanych regionalnych planów rozwoju infrastruktury turystycznej i innej wykorzystywanej dla turystyki, ▪ wspieranie rozwoju infrastruktury turystycznej przyczyniającej się do wydłużenia sezonu turystycznego, ▪ wspieranie rozwoju infrastruktury turystycznej minimalizującej szkodliwe oddziaływanie na środowisko w miejscach

<p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów. 	<p>zagrożonych nadmierną presją ruchu turystycznego.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską, wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym 	<p>Działanie I.2.5:</p> <p>Wsparcie rozwoju infrastruktury proekologicznej</p> <p>Działania inwestycyjne w infrastrukturę proekologiczną zabezpieczają trwałość produktu turystycznego i pozwalają na wykorzystanie cennych zasobów nie tylko przez obecne, ale i przyszłe pokolenia.</p> <p>Przewidziane w tym względzie inwestycje infrastrukturalne mają wzmacniać:</p> <ul style="list-style-type: none"> ochronę przyrody i krajobrazu, w tym obszary sieci NATURA 2000, podczas ich udostępniania dla turystów . ochronę krajobrazu kulturowego jako elementu produktu turystycznego, udostępnienie wiedzy o systemach ochrony przyrody i krajobrazu poza obszarami instytucjonalnej ochrony (NATURA 2000, obszary chronione z mocy ustaw).
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> brak turystycznego wizerunku Polski i regionów, niewystarczająco kompleksowo pakietowana oferta turystyczna, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.2.6:</p> <p>Współpraca międzynarodowa w zakresie rozwoju turystyki, w tym rozwoju infrastruktury turystycznej</p> <p>W ramach realizacji działania przewiduje się wspieranie współpracy z organizacjami międzynarodowymi i partnerskimi, zwłaszcza ze Światową Organizacją Turystyki, Organizacją Współpracy i Rozwoju w Europie, instytucjami Unii Europejskiej, Inicjatywą Środkowoeuropejską, Grupą Wyszehradzką oraz regionami przygranicznymi w ramach euroregionów. Działania mogą być realizowane m.in. poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none"> wspólny udział w projektach i programach międzynarodowych dotyczących poprawy jakości infrastruktury i bazy turystycznej, organizowanie seminariów, sympozjów, warsztatów oraz publikację wspólnych wydawnictw.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi, atrakcyjność miejscowości kultu religijnego, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p>	<p>Działanie I.2.7:</p> <p>Stworzenie systemu zachęt inwestycyjnych</p> <p>Realizacja działania obejmie stworzenie zachęt inwestycyjnych poprzez opracowanie modeli współpracy samorządów z inwestorami. Współpraca ta będzie miała na celu rozwój produktów wraz z infrastrukturą poprzez opracowanie skutecznych i kompleksowych</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów <p>Przewidywane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów, 	<p>programów proinwestycyjnych w szczególności wspierających wykorzystanie istniejących budynków i budowli oraz zachowanie obiektów małej architektury o walorach kulturowych i krajobrazowych; uregulowanie stanu prawnego terenów przeznaczonych w planach zagospodarowania przestrzennego pod rozwój działalności turystycznej; zapewnienie włączenia do programów szkoleń dla samorządów terytorialnych tematyki profesjonalnej obsługi podmiotów turystycznych, w tym inwestorów.</p> <p>Ważne dla realizacji imprez o charakterze międzynarodowym jak np. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012 będzie przygotowanie procedur w zakresie realizacji inwestycji turystycznych na zasadach partnerstwa publiczno-prywatnego.</p>
--	---

Cel operacyjny I. 3 – Integracja produktów i oferty turystycznej regionów

Istotą niniejszego celu jest osiągnięcie kilku ważnych efektów decydujących o podniesieniu konkurencyjności krajowej oferty turystycznej. Do tych pożądaných efektów należy zaliczyć:

- poprawę i zawiązywanie współpracy pomiędzy obszarami, usługodawcami, podmiotami kształtującymi ofertę turystyczną i wprowadzenie w to miejsce relacji współpracy,
- podwyższanie konkurencyjności polskiej oferty turystycznej na rynkach międzynarodowych,
- eliminowanie zbędnych kosztów, w szczególności związanych z indywidualnym promowaniem poszczególnych produktów lub obszarów,
- stworzenie oferty komplementarnej, atrakcyjnej poprzez różnorodność,
- sukcesywne zwiększanie liczby produktów turystycznych oraz ich lansowanie w powiązaniu z silnymi dotychczasowymi produktami i markami,
- tworzenie specjalnie profilowanych produktów turystycznych w oparciu o wydarzenia kulturalne i sportowe o charakterze międzynarodowym odbywające się w Polsce jak np. Rok Chopinowski w 2010 czy Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012,
- wypracowanie kryteriów oceniających, z punktu widzenia presji na środowisko, zintegrowane markowe produkty turystyczne (np. energochłonność czy zasobochłonność w tym terenochłonność, skala presji na twory przyrody objęte różnymi formami ochrony, skala wytwarzania zanieczyszczeń czy zakłóceń),
- określenie zasad nawiązujących do zrównoważonego rozwoju jakimi należy kierować się przy zawiązywaniu współpracy pomiędzy różnymi obszarami służącej kreowaniu zintegrowanych produktów,
- nawiązanie współpracy ze służbami ochrony przyrody czy ochrony środowiska w trakcie budowania czy rozwijania zintegrowanych markowych produktów turystycznych.

Wykorzystywane mocne strony:

- wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi,
- znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast,
- wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,
- atrakcyjność miejscowości kultu religijnego,

Przewyższające słabe strony:

- zbyt mała liczba charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych
- niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości,
- niekorzystne relacje pomiędzy ceną a jakością produktów,

Wykorzystywane szanse:

- wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi,

Przewyższające zagrożenia:

- wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych,

Działanie I.3.1:

Budowa i rozwój wiodących produktów turystycznych

Działanie zakłada stworzenie modelowych rozwiązań prawnych i organizacyjnych, mających na celu inicjowanie przez samorządy procesów tworzenia lokalnych i regionalnych produktów turystycznych, a także wspieranie funkcjonowania produktów turystycznych. Ważnym elementem jest także stworzenie platformy współpracy w dziedzinie turystyki, umożliwiającej efektywne tworzenie partnerstwa publiczno-prywatnego przez samorząd, partnerów społecznych i gospodarczych.

Realizacja działania obejmuje m.in.:

- inwestowanie w rozwój wiodących produktów,
- opracowanie programów budowy i rozwoju produktów wokół wybranych szlaków tematycznych wraz z infrastrukturą specjalistyczną oraz zagospodarowaniem głównych atrakcji,
- wykorzystywanie doświadczeń w zakresie rozwoju produktów niszowych,
- opracowanie efektywnych modeli wdrażania produktów,
- budowę silnej platformy partnerskiej wokół kreowanych i wdrażanych rozwiązań w zakresie partnerstwa publiczno-prywatnego, transferu technologii, a także identyfikację potencjału i możliwości rozwoju produktów niszowych, z uwzględnieniem specyfiki regionalnej,
- określenie możliwości budowy i rozwoju produktów transgranicznych o strategicznym znaczeniu dla polskiej turystyki.

Wykorzystywane mocne strony:

- bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,
- wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,
- atrakcyjność miejscowości kultu religijnego,

Przewyższające słabe strony:

- brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej,

Wykorzystywane szanse:

- szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności

Działanie I.3.2:

Zawiązywanie współpracy pomiędzy różnymi obszarami dla kreowania zintegrowanych produktów turystycznych

Realizacja działania zmierza do tworzenia atrakcyjnych produktów turystycznych, bazujących na łączeniu najsilniejszych atutów różnych obszarów. Istotą działania jest solidarne "dzielenie się" klientem przez podmioty zainteresowane rozwojem turystyki oraz zapewnienie turystom możliwości swobodnego przemieszczania się pomiędzy atrakcjami turystycznymi.

Działanie obejmuje takie przedsięwzięcia jak:

- realizowanie wspólnej polityki promocyjnej, wzajemne działania promocyjne różnych miejscowości, powiatów, regionów,

<p>spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „incentives”),</p> <p>Przewidywane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów, 	<p>“przekazywanie” klientów pomiędzy obszarami, zwiększanie dostępności do informacji o atrakcjach występujących na innych obszarach,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ tworzenie szlaków turystycznych łączących atrakcje na różnych obszarach i ułatwiających przemieszczanie się turystów. ▪ realizowanie wspólnych przedsięwzięć związanych z wielkimi wydarzeniami kulturalnymi i sportowymi.
---	---

Cel operacyjny I.4 – Rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki

Realizacja celu związana jest z uaktywnieniem przedsiębiorstw i organizacji biorących udział w kształtowaniu rynku turystycznego, współpracą z władzami samorządowymi i tworzeniem wspólnych przedsięwzięć m.in. w formule partnerstwa publiczno-prywatnego. Współdziałanie partnerów publicznych, społecznych i gospodarczych wpływa na rozwój produktów turystycznych w regionach, a także na rozwój współpracy pomiędzy władzami a podmiotami gospodarczymi. Działania takie niezbędne są zarówno na poziomie kraju, jak też w regionach. W tym celu konieczne jest wypracowanie zasad współpracy pomiędzy partnerami m.in. poprzez przygotowanie modelowych rozwiązań prawnych i organizacyjnych, w tym w zakresie działań planistycznych.

Należy również wziąć pod uwagę konieczność uwzględniania w rozwoju przedsiębiorstw i produktów turystycznych ograniczeń wynikających z istnienia w bezpośredniej bliskości terenów prawnie chronionych oraz o oparciu rozwoju turystyki o walory takich terenów już na etapie planowania produktów i uzależnienie od tego wsparcia dla rozwoju tych produktów.

Istotna jest także efektywność i środowiskowe aspekty inwestycji w rozwoju infrastruktury turystycznej oraz preferencje dla wykorzystywania istniejącego budownictwa, remontu lub przebudowy istniejącej infrastruktury i działań minimalizujących zawłaszczanie przestrzeni pod infrastrukturę.

Duży nacisk będzie kładziony na wspieranie tworzenia innowacyjnych produktów zmniejszających negatywny wpływ sezonowości ruchu turystycznego na środowisko poprzez przygotowanie produktów konkurencyjnych w czasie i przestrzeni do szczególnie obciążonych ruchem turystycznym obszarów cennych przyrodniczo.

Wykorzystywane mocne strony:

- wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów,

Przewidywane słabe strony:

- ograniczona znajomość potrzeb turystów przez osoby kształtujące ofertę turystyczną,

Wykorzystywane szanse:

- członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów

Przewidywane zagrożenia:

- ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku

Działanie I.4.1:

Wdrożenie regionalnych i lokalnych programów doradztwa dla przedsiębiorstw turystycznych

Działanie zakłada adaptację systemu doradczo-konsultacyjnego, wspierającego rozwój przedsiębiorstw, do specyfiki sektora turystycznego. Działanie to będzie realizowane w uzgodnieniu z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości, na poziomie regionalnym

<p>do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów,</p>	<p>i lokalnym, przy współpracy instytucji wspierających rozwój turystyki.</p> <p>Przewiduje się pomoc w dostępie do wiedzy i doradztwa, m.in. poprzez zapewnienie przedsiębiorcom specjalistycznego doradztwa związanego z wykorzystaniem i promowaniem nowoczesnych technologii, wdrażaniem i projektowaniem systemów zarządzania jakością, środowiskiem, BHP, uzyskaniem certyfikatów.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, <p>Przewyciężane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej, ▪ ograniczona znajomość potrzeb turystów przez osoby kształtujące ofertę turystyczną, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyciężane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.4.2:</p> <p>Poprawa warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych</p> <p>Działanie obejmie przygotowanie modelowych rozwiązań organizacyjno – prawnych, ułatwiających współpracę przedsiębiorców m.in. przy przygotowaniu produktów turystycznych oraz poprawiających współpracę przedsiębiorców z samorządami, poprzez wsparcie przygotowania dokumentów planistycznych uwzględniających potrzeby związane z rozwojem turystyki i ochroną potrzebnych jej zasobów przyrodniczych i kulturowych.</p> <p>Ponadto działanie przewiduje dokonanie oceny wpływu regulacji prawnych na funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych. Przeprowadzana modyfikacja będzie uwzględniać specyfikę sektora, w tym m.in. potrzebę uwzględnienia problemu sezonowości w turystyce.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej, <p>Przewyciężane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyciężane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.4.3:</p> <p>Poprawa dostępu do kapitału przedsiębiorstw turystycznych</p> <p>Działanie ma na celu wsparcie rozwoju sektora turystycznego, w szczególności małych i mikroprzedsiębiorstw i zapewnienie dostępu do kapitału poprzez profilowanie systemu gwarancji, poręczeń oraz funduszy pożyczkowych, w tym także regionalnych, na potrzeby sektora turystycznego.</p> <p>Promowane i upowszechniane będą informacje na temat alternatywnych instrumentów finansowania działalności gospodarczej i inwestycyjnej (fundusze wysokiego ryzyka, rynek kapitałowy, sieci skupiające inwestorów chcących ulokować pieniądze na nowo powstające przedsiębiorstwa oraz finansowanie w ramach wierzycelności).</p> <p>Ułatwiany będzie dostęp do kapitału podmiotom rozpoczynającym pozarolniczą działalność gospodarczą. Przewiduje się finansowe wsparcie przedsiębiorstw w postaci dotacji inwestycyjnych</p>

	<p>na zakup urządzeń, wyników prac badawczo-rozwojowych oraz wdrażanie i komercjalizację technologii i produktów innowacyjnych. Szczególnie promowany będzie prośrodowiskowy charakter podejmowanych działań.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej, ▪ brak koordynacji między lokalnymi a także regionalnymi politykami wpływającymi na rozwój oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - 	<p>Działanie I.4.4:</p> <p>Wsparcie regionalnych, lokalnych i branżowych organizacji turystycznych</p> <p>Działanie ma na celu wsparcie merytoryczne i organizacyjne dla podmiotów turystycznych oraz rozwój współpracy organizacji branżowych z przedsiębiorstwami, samorządami terytorialnymi i administracją rządową.</p> <p>Działanie zakłada również opracowanie zasad dobrej praktyki współpracy pomiędzy Regionalnymi i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi. Takie rozwiązanie pozwoli zachować pełną autonomię, przy jednoczesnym określeniu zasad i kierunków współpracy dla realizacji konkretnych przedsięwzięć, jak np. budowa systemów informacji turystycznej, szlaków turystycznych itp.</p> <p>Płaszczyzna współdziałania powinna obejmować także podmioty z sektorów, których działalność wpływa pośrednio lub bezpośrednio na atrakcyjność turystyczną regionów i miejsc, w tym instytucje i organizacje - kultury, doradztwa rolniczego, ochrony przyrody i środowiska i innych.</p> <p>Niezwykle ważna jest bezpośrednia współpraca środowiska turystycznego z administracją publiczną oraz innymi środowiskami w oparciu o zasady partnerstwa publiczno-prywatnego.</p>

Cel operacyjny I. 5 - Rozwój wiodących typów turystyki

Podjęcie działań w ramach tego celu powinno doprowadzić do odkrywania nowych niszowych produktów turystycznych związanych z wyróżniającymi się kompetencjami kraju i regionów w dziedzinie turystyki, jak też głównymi zjawiskami zachodzącymi na rynku turystycznym, w tym potrzebami określonych grup odbiorców, w szczególności osób niepełnosprawnych, dzieci i osób starszych. Wyróżnienie kluczowych typów turystyki jest zarówno zwróceniem uwagi na pomijane dotąd bądź zapomniane obszary aktywności turystycznej, jak też wskazaniem takich działalności turystycznych, które mają największe szanse rozwoju. Wskazane w dokumencie typy turystyki są powiązane również z innymi celami społeczno-gospodarczego rozwoju kraju, budując w szerszy sposób pozycję turystyki.

Przy ustalaniu kluczowych typów turystyki wzięto pod uwagę pięć obszarów marek polskiej turystyki mających największe szanse szybkiego wzrostu, zawartych w

“Strategii rozwoju krajowego produktu turystycznego Polski” z 1997 r. Z nimi powiązane są następujące działania rozwijające niżej wymienione wiodące typy turystyki:

- z obszarem “turystyka biznesowa”: wspieranie rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej,
- z obszarem “turystyka w miastach i kulturowa”: wspieranie rozwoju turystyki miejskiej, wspieranie rozwoju turystyki kulturowej o wysokiej jakości, wspieranie rozwoju turystyki pielgrzymkowej i etnicznej, wspieranie turystyki w obiektach przemysłowych
- z obszarem “turystyka na terenach wiejskich”: wspieranie rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki,
- z obszarem “turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna”: wspieranie rozwoju turystyki uzdrowiskowej, medycznej i rehabilitacyjnej; wspieranie turystyki aktywnej m.in. turystyki wodnej i turystyki rowerowej
- z obszarem “turystyka przygraniczna i tranzytowa”: wspieranie rozwoju turystyki w strefach przygranicznych, a szczególnie na granicach Unii Europejskiej.

Świadomość potrzeby zrównoważonego rozwoju poszczególnych typów turystyki powinna być kluczowym założeniem i jako takie wyznaczać podstawowy wymiar skali podejmowanych działań.

Wykorzystywane mocne strony:

- bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej,

Przewyższane słabe strony:

- brak wypracowanego modelu współpracy między partnerami publicznymi i prywatnymi przy opracowywaniu nowych produktów oraz tworzeniu oferty turystycznej,

Wykorzystywane szanse:

- wzrost zainteresowania ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską,

Przewyższane zagrożenia:

- ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów,
- degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym,

Działanie I.5.1

Wspieranie rozwoju turystyki uzdrowiskowej, medycznej, rehabilitacyjnej oraz turystyki typu wellness

Wybór turystyki uzdrowiskowej jest podyktowany uzyskaniem następujących oczekiwanych efektów:

- rewitalizacja miejscowości uzdrowiskowych,
- możliwość kreowania nowych ośrodków w oparciu o bogate regionalne zasoby środowiskowe (mikroklimat, źródła itp.),
- duże możliwości wprowadzania innowacji, w tym technologicznych, w ofercie tego typu turystyki, w tym m.in. dla osób niepełnosprawnych,
- możliwość stworzenia w kraju nowych atrakcyjnych miejsc pracy dla lekarzy, pielęgniarek, rehabilitantów itp. (powstrzymanie zjawiska migracji),
- generowanie oferty o wysokiej jakości i dochodowości.

Rozwojowi tego typu turystyki sprzyjają zmiany demograficzne (starzenie się społeczeństwa), położenie geograficzne Polski zwiększające dostępność do usług dla starszych osób z rozwiniętych krajów UE, moda na zdrowy styl życia, zwiększająca zainteresowanie usługami uzdrowisk ludzi o stosunkowo dobrym stanie

	<p>zdrowia i osób młodszych.</p> <p>Sekwencja przedsięwzięć składających się na realizację niniejszego działania obejmuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ prowadzenie prac badawczych dla identyfikowania kolejnych miejsc o walorach uzdrowiskowych, ▪ przedsięwzięcia podwyższające estetykę i wyposażenie miejscowości uzdrowiskowych, ▪ opracowywanie innowacyjnych produktów i usług uzdrowiskowych, ▪ prowadzenie działań marketingowych nakierowanych na stworzenie polskiej marki uzdrowiskowej w oparciu o renomę i potencjał najlepszych uzdrowisk.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ znaczny potencjał kulturowy Polski, ▪ atrakcyjność miejscowości kultu religijnego, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ograniczona znajomość potrzeb turystów przez osoby kształtujące ofertę turystyczną, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zainteresowanie ofertą turystyki prozdrowotnej oraz turystyką miejską przez turystów w najwyższych grupach wiekowych o coraz wyższych dochodach <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.5.2</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki miejskiej, turystyki kulturowej i turystyki w obiektach dziedzictwa przemysłowego</p> <p>Rozwój tego typu turystyki uzasadniony jest koniecznością budowania nowego wizerunku polskiej turystyki, jak i wizerunku kraju. Tworząc ofertę eksponującą najcenniejsze zasoby polskiej kultury należy podjąć starania o dotarcie do zamożnych, a równocześnie opiniotwórczych grup odbiorców. Należy zwrócić uwagę na odbiorców o wyrobionym guście i wysokim statusie materialnym. Ukształtowanie oferty w ramach tego działania może pomóc w nadaniu polskiej ofercie turystycznej niezbędnego prestiżu.</p> <p>W działaniu tym mieści się również wzmocnienie metropolii, ich oferty kulturalnej, wykorzystanie środowisk twórczych związanych z najsilniejszymi ośrodkami regionalnymi.</p> <p>Wymieniony w tym działaniu typ turystyki koresponduje z założeniami polityki regionalnej, dotyczącymi rozwoju ośrodków miejskich i metropolitalnych, traktowanych jako bieguny rozwoju kraju. Realizacja tego działania pozwoli wyeksponować lepiej potencjał polskich miast zarówno dla odwiedzających, jak i dla mieszkańców. W tym sensie przekładać się będzie na atrakcyjność mieszkaniową i atrakcyjność inwestycyjną.</p> <p>Sprzyjać będzie również wykorzystaniu potencjałów obecnie nieaktywnych, lub aktywnych tylko w niewielkiej części. W ramach tego typu turystyki powinny znaleźć się również przedsięwzięcia wchodzące w zakres turystyki kulturowej i poprzemysłowej.</p> <p>Na osobną uwagę zasługuje organizacja imprez kulturalnych, sportowych oraz spotkań politycznych mogących tworzyć wizerunek regionów i kluczowych metropolii.</p>

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ wysoka atrakcyjność miejscowości kultu religijnego <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ szereg trendów społecznych i zmian w konsumpcji sprzyjających generowaniu nowych produktów turystycznych (moda na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, wzrost intensywności spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz podróży motywacyjnych tzw. „incentives”), <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ nowe trendy pasywnego spędzania wolnego czasu dostrzegalne zwłaszcza wśród ludzi młodych, 	<p>Działanie I.5.3</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki pielgrzymkowej i etnicznej</p> <p>Rozwój tego typu turystyki, może mieć zasadnicze znaczenie dla budowania wizerunku naszego kraju. Jednym z wyróżników Polski na świecie są miejsca kultu religijnego. Należy podjąć starania, aby wykorzystać dla realizacji tego działania potencjał polskich sanktuariów, ich kulturotwórcze i historyczne znaczenie, wieloletnie tradycje pielgrzymek (wiele pielgrzymek o znaczeniu regionalnym lub nawet krajowym i międzynarodowym), odwołać się do spuścizny Jana Pawła II, a równocześnie pokazywać wielokulturowość naszego kraju, tradycje tolerancji religijnej i przykłady koegzystencji różnych wyznań. W ten sposób Polska ma szansę stać się jednym z ważnych światowych centrów ekumenizmu; podtrzymując wizerunek kraju katolickiego może pokazać swoją otwartość i różnorodność.</p> <p>W oparciu o to działanie możliwe stanie się eksponowanie lokalnego kolorytu oraz wykorzystanie dużej aktywności podmiotów zajmujących się dzisiaj turystyką tego typu. Konieczne jest podwyższenie standardu świadczonych usług i wzbogacenie infrastruktury dla potrzeb tej turystyki.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych części polskich regionów, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zbyt mała liczba charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych ▪ brak turystycznego wizerunku Polski i regionów, ▪ niewystarczająca kompleksowa, pakietowana oferta turystyczna, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący wzrostem dochodów ludności i rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi i konsumpcyjnymi, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych, 	<p>Działanie I.5.4</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki w strefach przygranicznych</p> <p>Rozwój tego typu turystyki rekomendowany jest zwłaszcza na terenach przygranicznych Polski wschodniej i południowej. Wybór tego typu turystyki podyktowany został przede wszystkim chęcią ograniczenia barier komunikacyjnych w rozwoju funkcji turystycznych. W planowanym horyzoncie strategicznym wewnętrzna sieć komunikacyjna kraju będzie ulegała stopniowej poprawie co pomoże przełamać obecnie bariery w przemieszczaniu się turystów po Polsce.</p> <p>Dla realizacji tego działania można wykorzystać dobrą sieć komunikacyjną w krajach sąsiednich oraz połączenia morskie. Uwzględnić należy możliwości tworzenia wspólnej oferty z krajami sąsiednimi, co mogłoby zwiększyć zasięg i siłę oferty.</p> <p>Ten typ turystyki ma szczególne znaczenie dla przyciągnięcia turystów z zagranicy oraz zainteresowania ich szerszą ofertą naszego kraju. Warunkiem jest prowadzenie w strefach przygranicznych intensywnej promocji walorów</p>

	<p>turystycznych Polski.</p> <p>Wśród szczegółowych rozwiązań należy w tym przypadku wskazać rozwój turystyki carawaningowej cieszącej się dużą popularnością w Europie Zachodniej oraz tworzenie nowej oferty turystycznej nad Bałtykiem.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka atrakcyjność turystycznego potencjału polskiej wsi, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niekorzystne relacje pomiędzy ceną a jakością produktów, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ członkostwo w Unii Europejskiej szeroko otwierające Polskę na nowych turystów <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ograniczony dostęp do źródeł finansowania turystyki, nieproporcjonalnie mały w stosunku do potrzeb rozwojowych turystyki i kreowania nowych produktów, 	<p>Działanie I.5.5</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki wiejskiej</p> <p>Waga działania przejawia się w znaczeniu tego typu turystyki dla rozwoju społecznego oraz dla aktywizacji obszarów wiejskich. W pierwszym kontekście należy pamiętać o wysokiej dostępności kosztowej tego typu turystyki dla odbiorców. Realizacja tego działania pozwoli zdynamizować rozwój obszarów wiejskich oraz zdywersyfikować o działalności pozarolnicze zakres działalności gospodarczych realizowanych na tych obszarach.</p> <p>Turystyka wiejska może stać się specyficzną, wyróżniającą formą turystyki naszego kraju pod warunkiem zachowania oryginalnego charakteru kulturowego i przyrodniczego polskiej wsi.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ urozmaicone ukształtowanie powierzchni terytorium Polski ▪ ogólna dostępność terenów cennych przyrodniczo oraz kulturowo ▪ niska intensyfikacja zabudowy – liczne możliwości doboru tras <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak systemu tras rowerowych z właściwym wyznaczeniem, oznakowaniem i infrastrukturą towarzyszącą <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost zainteresowania ogólnodostępnymi formami aktywności ruchowej, zwłaszcza dającymi możliwość poznawania <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ - 	<p>Działanie I.5.6</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki aktywnej i specjalistycznej oraz tworzenia nowych produktów turystycznych z rozszerzonym pakietem usług, w tym dla uczestników Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012</p> <p>Działanie wychodzi naprzeciw oczekiwaniom turystów, które są związane z dbaniem o właściwe samopoczucie oraz kondycję psychiczną i fizyczną.</p> <p>Poprzez aktywność fizyczną turystyka aktywna i specjalistyczna w ujęciu sektorowym czerpie i łączy wiele zasobów innych typów turystyki, zapewniając tym samym właściwą dla turystyki wartość poznawczą.</p> <p>W konsekwencji umożliwienie pełniejszego udostępniania dyscyplin sportu i rekreacji w turystyce prowadzi do pełnej realizacji idei sportu dla wszystkich, natomiast w ujęciu przestrzennym do bezpośredniego łączenia oferty turystycznej terenów wiejskich ze zurbanizowanymi w ramach określonego produktu turystycznego.</p> <p>Niezwykle ważnym instrumentem w promocji turystyki aktywnej mogą okazać się wielkie wydarzenia sportowe, jak np. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, dzięki którym</p>

	<p>będzie możliwe propagowanie wśród Polaków, w szczególności dzieci i młodzieży, potrzeby aktywności ruchowej.</p> <p>Należy w tym zakresie zaznaczyć szczególną rolę działania na poziomie lokalnym i regionalnym, inspirowanego przez administrację publiczną, zobowiązaną do rozwoju kultury fizycznej oraz rozwoju turystyki.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ znaczny potencjał kulturowy polskich metropolii i miast, ▪ bogate i stosunkowo dobrze zachowane środowisko mogące być podstawą dla kreowania produktów turystycznych unikatowych w skali europejskiej, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak turystycznego wizerunku Polski i regionów, ▪ niewystarczająca liczba produktów turystycznych o wysokiej jakości, ▪ niezadawalający poziom bezpieczeństwa wewnętrznego rzutujący na atrakcyjność turystyczną, ▪ braki infrastrukturalne wpływające negatywnie na jakość oferty turystycznej <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków recepcyjnych. 	<p>Działanie I.5.7</p> <p>Wspieranie rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej</p> <p>Realizacja działania pozwoli na rozwój działalności turystycznych o wysokiej efektywności ekonomicznej. Równocześnie wpływać będzie na kształtowanie i wzmacnianie inwestycyjnego wizerunku kraju i regionów. Obejmie takie działania jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ tworzenie bazy dla organizacji kongresów, spotkań biznesowych, konferencji i seminariów, ▪ organizację targów, wystaw, spotkań gospodarczych i politycznych o wysokiej randze, ▪ rozszerzenie oferty dla firm w zakresie organizacji podróży motywacyjnych i innych form związanych z integracją i edukacją załóg przedsiębiorstw. <p>Wspieranie rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej powinno także uwzględniać polską specyfikę, jaką jest tworzenie i remont lub przebudowa zaplecza dla małych i średnich konferencji w obiektach dziedzictwa historycznego i kulturowego.</p> <p>Jednocześnie dla wzmocnienia rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej należy wykorzystać polską prezydencję Unii Europejskiej w 2011 roku.</p>

Obszar priorytetowy I :

PRODUKT TURYSTYCZNY O WYSOKIEJ KONKURENCYJNOŚCI

CEL OPERACYJNY 1 Kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych

DZIAŁANIA

- Stworzenie podstaw w zakresie wiedzy i informacji dla kreowania nowych i rozwoju dotychczasowych konkurencyjnych produktów turystycznych
- Wspieranie procesów powstawania lokalnych i regionalnych produktów turystycznych
- Opracowanie i wdrożenie mechanizmów oraz narzędzi wpływających na podnoszenie jakości produktu turystycznego
- Stymulowanie innowacyjności w obszarze kreacji oraz marketingu produktów turystycznych
- Stworzenie systemu monitorowania i dostosowywania produktów turystycznych do potrzeb rynku
- Wzmacnianie bezpieczeństwa turystów

CEL OPERACYJNY 2 Rozwój infrastruktury turystycznej

DZIAŁANIA

- Rozwój infrastruktury atrakcji turystycznych
- Rozbudowa specjalistycznej infrastruktury turystycznej
- Rozwój infrastruktury noclegowej oraz gastronomicznej m.in. pod kątem organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012
- Wspieranie rozwoju infrastruktury uzupełniającej istotnej dla konkurencyjności produktów turystycznych oraz sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego
- Wspieranie rozwoju infrastruktury proekologicznej
- Współpraca międzynarodowa w zakresie rozwoju turystyki, w tym rozwoju infrastruktury turystycznej
- Stworzenie systemu zachęt inwestycyjnych

CEL OPERACYJNY 3 Integracja produktów i oferty turystycznej regionów

DZIAŁANIA

- Budowa i rozwój wiodących produktów turystycznych
- Zawijazywanie współpracy pomiędzy różnymi obszarami dla kreowania zintegrowanych produktów turystycznych

CEL OPERACYJNY 4 Rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki

DZIAŁANIA

- Wdrożenie regionalnych i lokalnych programów doradztwa dla przedsiębiorstw turystycznych
- Poprawa warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych
- Poprawa dostępu do kapitału przedsiębiorstw turystycznych
- Wspieranie regionalnych i branżowych organizacji turystycznych

CEL OPERACYJNY 5 Rozwój wiodących typów turystyki

DZIAŁANIA

- Wspieranie rozwoju turystyki uzdrowiskowej, medycznej, rehabilitacyjnej oraz turystyki typu wellness
- Wspieranie rozwoju turystyki miejskiej, turystyki kulturowej i turystyki w obiektach dziedzictwa przemysłowego
- Wspieranie rozwoju turystyki pielgrzymkowej i etnicznej
- Wspieranie rozwoju turystyki w strefach przygranicznych
- Wspieranie rozwoju turystyki wiejskiej
- Wspieranie rozwoju turystyki aktywnej i specjalistycznej
- Wspieranie rozwoju turystyki biznesowej i kongresowej

OBSZAR PRIORYTETOWY II – ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI

Turystyka, zgodnie z założeniami przedstawionymi w części VI niniejszego dokumentu, wykracza poza tradycyjnie rozumianą działalność gospodarczą. W kontekście rozwoju turystyki należy wziąć pod uwagę dwie zgeneralizowane grupy zasobów ludzkich, które można określić mianem:

- kreatora oferty turystycznej,
- odbiorcy oferty turystycznej.

W przypadku pierwszej grupy chodzi o kształtowanie kompetencji pozwalających na tworzenie innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych oraz właściwą obsługę klientów. Kreatorzy oferty turystycznej muszą posiadać – oparte na przedsiębiorczości i elastyczności działania – zdolności do sprostania wymaganiom rynku.

Kwalifikacje i umiejętności zawodowe są kluczową determinantą dla osiągnięcia wysokiej jakości usług turystycznych i wdrażania wysokiej jakości produktów turystycznych. Od jakości zasobów ludzkich zależą możliwości dostosowawcze do szybko zmieniających się potrzeb rynku. W odniesieniu do branży turystycznej (pracodawców) głównym celem powinna być promocja idei ciągłego kształcenia i doskonalenia zawodowego kadr w celu sprostania rosnącym potrzebom klientów.

W przypadku drugiej grupy ważne jest kształtowanie odpowiednich postaw i nawyków związanych ze spędzaniem wolnego czasu, tworzeniem popytu na wartościową ofertę turystyczną, sprzyjającą regeneracji fizycznej i psychicznej, rozwijającą horyzonty myślowe.

Dlatego też dla rozwoju całości turystyki niezbędne jest wsparcie kadr społecznych, które przyczyniają się do kształtowania odpowiednich postaw konsumentów, wzmagają aktywność całego społeczeństwa poprzez turystykę i rekreację oraz rozwijają zainteresowanie wartościami krajoznawczymi, kulturowymi i przyrodniczymi. Kadry społeczne mają szczególne znaczenie w przypadku turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży. Turystyka tego typu integruje szkolne i pozaszkolne wychowanie i kształcenie oraz ma wielkie znaczenie dla kształtowania postaw młodych ludzi. Spełniają też ważną rolę w zapobieganiu patologiom społecznym wśród dzieci i młodzieży.

Niezbędnym elementem kształtowania kadr w kontekście rozwoju turystyki jest tematyka ekologiczna. Dotyczy to zarówno osób kreujących podaż jak i popyt na usługi turystyczne zgodnie z regułami korzystania z zasobów środowiska naturalnego. Rozwój zrównoważony w przypadku turystyki powinien być rozumiany szerzej niż tylko ochrona środowiska. Pojęcie to musi zostać rozszerzone na pielęgnowanie dziedzictwa kulturowego i zachowanie lokalnych i regionalnych tradycji, których wykorzystanie w turystyce nie powinno prowadzić do zbyt daleko idącej komercjalizacji. Dobrze przygotowane kadry turystyczne poprzez właściwą promocję ofert podnoszą świadomość ekologiczną usługobiorcy (klienta), współtworząc w ten sposób jakość produktu i wizerunek przedsiębiorstwa. W rozwoju turystyki bowiem bierze też udział jej konsument, a nie tylko organizator.

Zarówno na pierwszej, jak i na drugiej grupie ciąży odpowiedzialność za środowisko przyrodnicze i dziedzictwo kulturowe, które stanowią bazę dla tworzenia oferty turystycznej.

Ważnym elementem kształtowania kadr jest również przygotowanie odpowiednich kadr do obsługi turystów niepełnosprawnych.

Istotnym zadaniem będzie także przygotowanie i skoordynowanie kadr do obsługi wielkich wydarzeń kulturalnych i sportowych, jak np. Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, które będą odbywały się w naszym kraju. Dotyczyć to będzie zarówno kadr profesjonalnych jak i wolontariuszy, którzy powinni zostać precyzyjnie wyszkoleni do przyjęcia określonego typu turysty, w zależności od rodzaju imprezy na którą przyjechał.

W ramach drugiego obszaru priorytetowego zdefiniowano cel strategiczny:

CS2. Przygotowanie wykwalifikowanych kadr dla turystyki

Analiza SWOT została przeprowadzona przy uwzględnieniu wpływu poszczególnych czynników na realizację założonych celów strategicznych. Podział czynników został dokonany w następujący sposób:

- mocne i słabe strony: czynniki o charakterze wewnętrznym, kształtujące pozycję konkurencyjną krajowej oferty turystycznej, pozytywnie lub negatywnie oddziałujące na osiągnięcie założonych celów,
- szanse i zagrożenia: czynniki o charakterze zewnętrznym (międzynarodowym) oraz najważniejsze zjawiska spoza sfery turystyki.

W podanych tabelach zostały zaprezentowane tylko czynniki najistotniejsze.

<u>Mocne strony</u>	<u>Słabe strony</u>
S1. funkcjonowanie szkół ponadgimnazjalnych oraz placówek i przedsiębiorców prowadzących działalność oświatową, specjalizujących się w kształceniu i doskonaleniu kadr dla turystyki oraz rozwój szkolnictwa wyższego w tej dziedzinie,	W1. niewystarczające umiejętności obsługi klientów i brak znajomości ich oczekiwań,
S2. rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem,	W2. brak uznanego międzynarodowo systemu certyfikacji zawodowej,
S3. wzrost zainteresowania wolontariatem,	W3. niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych,
S4. rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się amatorsko gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku,	W4. bariery językowe w obsłudze turystów zagranicznych,
S5. funkcjonowanie kadr naukowych wyspecjalizowanych w dziedzinie turystyki,	W5. sezonowość w zatrudnianiu w gospodarce turystycznej,
S6. duże zainteresowanie młodzieży kształceniem się w zawodach i na kierunkach związanych z branżą turystyczną.	W6. różnorodność turystycznego rynku pracy (m.in. biura podróży, hotelarstwo, gastronomia, transport, ubezpieczenia, zagospodarowanie turystyczne, rekreacja),
	W7. niewystarczająca współpraca branży turystycznej z placówkami kształcącymi

	<p>kadry w zakresie praktycznej nauki zawodu,</p> <p>W8. niski poziom świadomości ekologicznej wiedzy o walorach przyrodniczych kadr turystycznych</p>
<u>Szanse</u>	<u>Zagrożenia</u>
<p>O1. rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych,</p> <p>O2. rosnący dostęp do wiedzy światowej i nauki za granicą,</p> <p>O3. wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki,</p> <p>O4. duże zainteresowanie turystyką w zakresie zagospodarowania czasu wolnego,</p>	<p>T1. odpływ profesjonalnej kadry za granicę,</p> <p>T2. wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji,</p> <p>T3. ograniczone środki na kształtowanie zachowań turystycznych dzieci i młodzieży,</p> <p>T4. luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce,</p>

Cel operacyjny II.1 – Przygotowanie kadr operacyjnych gospodarki turystycznej

Działania zmierzające do realizacji tego celu skierowane będą w sposób bezpośredni do trzech podstawowych grup odbiorców:

- osób aktualnie zatrudnionych w branży turystycznej,
- osób, które potencjalnie mogą znaleźć zatrudnienie w branży turystycznej,
- osób, które prowadzą lub są zainteresowane podjęciem działalności na własny rachunek w branży turystycznej.

Wśród osób znajdujących zatrudnienie w branży turystycznej warto wyróżnić, ze względu na odmienną konieczność kwalifikacji, te, które zajmują się bezpośrednią obsługą ruchu turystycznego oraz menedżerów.

Realizacja celu operacyjnego zakłada podnoszenie i doskonalenie umiejętności menedżerskich szczebla zarządzającego branży turystycznej, a także podnoszenie kwalifikacji personelu bezpośrednio obsługującego turystów. Działania obejmą wszystkich pracowników przemysłu turystycznego, aczkolwiek najważniejszym ogniwem będą przedstawiciele biur podróży, sekcji hoteli i restauracji oraz przewodnicy i piloci wycieczek. W efekcie realizacji zakłada się podniesienie jakości świadczonych usług. Przygotowanie profesjonalnych kadr turystyki i ich doskonalenie powinno koncentrować się m.in. na wdrażaniu umiejętności praktycznych, a ich realizacja powinna następować w warunkach porównywalnych z docelowym miejscem pracy. W kontekście tego ostatniego założenia wskazane jest włączenie w proces podnoszenia kwalifikacji podmiotów zajmujących się świadczeniem usług turystycznych.

Ponadto, turystyka, jako dziedzina usługowa, cechująca się dużą pracochłonnością może być szansą dla osób bezrobotnych, zainteresowanych reorientacją zawodową,

absolwentów szkół, którzy po odbyciu odpowiednio zaprogramowanego systemu szkoleń zawodowych będą przygotowani do podjęcia pracy w branży turystycznej. Realizacja tego celu zakłada także przygotowanie nowych kadr operacyjnych gospodarki turystycznej i monitorowanie kształcenia w celu lepszego dostosowania do wymogów rynku.

Część funkcji turystycznych może być realizowana przy stosunkowo niewielkich nakładach kapitałowych. Dlatego turystyka może być interesującą alternatywą dla osób zainteresowanych rozpoczęciem działalności gospodarczej na własny rachunek. Jednak warunkiem koniecznym jest zawsze dobre przygotowanie do prowadzenia biznesu i nabycie umiejętności kreatywnego postrzegania szans rynkowych.

Ważnym zadaniem będzie również zapewnienie, by w trakcie szkoleń i staży zawodowych dla nowych kadr obsługi ruchu turystycznego, jak i dla menadżerów oraz pracowników tego sektora poruszane były zagadnienia związane z obsługą szczególnych grup turystów, zwłaszcza osób niepełnosprawnych, a także zagadnienia z zakresu szeroko pojętej ochrony środowiska i ekologii - muszą oni posiadać wiedzę na temat ograniczeń, jakie na tę działalność nakłada konstytucyjny obowiązek ochrony środowiska, zasad tej ochrony (zarówno prawnych, instytucjonalnych jak i praktycznych), źródeł pozyskiwania informacji o stanie środowiska, korzyściach, jakie działalność turystyczna uzyskuje dzięki zachowaniu środowiska przyrodniczego we właściwym stanie.

Wykorzystywane mocne strony:

- funkcjonowanie szkół ponadgimnazjalnych oraz placówek i przedsiębiorców prowadzących działalność oświatową, specjalizujących się w kształceniu i doskonaleniu kadr dla turystyki oraz rozwój szkolnictwa wyższego w tej dziedzinie,

Przewidywane słabe strony:

- niewystarczające umiejętności obsługi klientów i brak znajomości ich oczekiwań,
- brak uznanego międzynarodowo systemu certyfikacji zawodowej,
- bariery językowe w obsłudze turystów zagranicznych,
- niewystarczająca współpraca branży turystycznej z placówkami kształcącymi kadry, w zakresie praktycznej nauki zawodu.

Wykorzystywane szanse:

- rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych,
- rosnący dostęp do wiedzy światowej i nauki za granicą,

Przewidywane zagrożenia:

- wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji,

Działanie II.1.1:

Przygotowanie nowych kadr dla obsługi ruchu turystycznego, w tym m.in. do obsługi Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012

W ramach działania przewiduje się realizację następujących przedsięwzięć:

- rozwój kształcenia na poziomie wyższym (studia licencjackie i magisterskie) na kierunkach przygotowujących profesjonalną kadrę dla gospodarki turystycznej,
- opracowanie i wdrożenie systemu szkoleń dla bezrobotnych i zainteresowanych reorientacją zawodową,
- monitorowanie kształcenia i doskonalenia zawodowego kadr dla turystyki oraz proponowanie nowych rozwiązań w tym zakresie,
- opracowanie i wdrożenie systemu szkoleń oraz staży dla osób rozpoczynających działalność w sektorze usług turystycznych,
- wspomaganie praktycznej nauki zawodu.

Wykorzystywane mocne strony:

- rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem,

Działanie II.1.2:

Podnoszenie kwalifikacji kadry zarządzającej

<p>Przewyższane słabe strony:</p> <p>-</p> <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji, 	<p>Działanie będzie wdrażane poprzez takie przedsięwzięcia jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ opracowanie i wdrożenie zintegrowanego systemu szkoleń dla menedżerów, ▪ opracowanie i wdrożenie systemu staży zawodowych.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych, ▪ niewystarczająca współpraca branży turystycznej z placówkami kształcącymi kadry, w zakresie praktycznej nauki zawodu. <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji, 	<p>Działanie II.1.3:</p> <p>Podnoszenie kwalifikacji kadr operacyjnych w turystyce</p> <p>Niniejsze działanie należy podjąć ze względu na:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ konieczność systematycznego doskonalenia zawodowego pracowników obsługi ruchu turystycznego w reakcji na zmieniające się potrzeby rynku pracy, ▪ możliwość przejmowania przez turystykę pracowników z innych dziedzin, nie posiadających odpowiedniego wykształcenia kierunkowego, ▪ konieczność uzupełniania wykształcenia kierunkowego przez zatrudnionych w turystyce. <p>Na realizację działania złożą się:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ opracowanie i wdrożenie systemu szkoleń dla pracowników sektora turystycznego, ▪ opracowanie i wdrożenie systemu szkoleń dla pracowników sektora usług okołoturystycznych, ▪ opracowanie i wdrożenie systemu staży zawodowych.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku, ▪ funkcjonowanie kadr naukowych wyspecjalizowanych w dziedzinie turystyki <p>Przewyższane słabe strony:</p> <p>-</p> <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji, 	<p>Działanie II.1.4:</p> <p>Doskonalenie kadr dydaktycznych: nauczycieli, wykładowców i trenerów.</p> <p>Integralnym elementem działania będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wspieranie kadry wykładowców i trenerów w opracowywaniu i realizacji programów nauczania, nowoczesnych metod treningowych; kształceniu umiejętności specjalistycznych i oceny możliwości personalnych w odniesieniu do usług turystycznych oraz szans jakie dla turystyki niesie ścisła integracja polityki ekologicznej i turystycznej poprzez rozwijanie nowych form turystyki przyjaznej dla środowiska, otwieranie się na nowych, innych odbiorców, zwracających uwagę na środowiskowe aspekty, a także możliwości dla rozwoju

	<p>lokalnego jakie niesie integracja przyjaznych środowisku form turystyki z rolnictwem ekologicznym, programami rolnośrodowiskowymi i produktami lokalnymi czy regionalnymi,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wspomaganie przedsięwzięć mających na celu upowszechnianie badań, nowoczesnych technik i technologii stosowanych w gospodarce turystycznej, ▪ tworzenie bazy trenerów (liderów) realizujących zadania w zakresie doskonalenia kadr turystyki, ▪ wypracowanie zasad funkcjonowania zespołów doradczych wspomagających administrację rządową.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku, ▪ rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem, ▪ funkcjonowanie kadr naukowych wyspecjalizowanych w dziedzinie turystyki <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak uznanego międzynarodowego systemu certyfikacji zawodowej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji. 	<p>Działanie II.1.5:</p> <p>Zapewnienie szerokiego dostępu do profesjonalnych usług doradczych, badawczych oraz szkoleniowych.</p> <p>Działanie ma na celu przede wszystkim:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wdrożenie rozwiązań poprawiających możliwość korzystania z usług wyspecjalizowanych, doświadczonych jednostek konsultingowych i doradczych; ▪ ułatwienie dostępu do europejskiej sieci ośrodków badawczych, ▪ rozwój portali tematycznych oraz utworzenie systemu rekomendacji, w wyniku którego powstanie lista firm doradczych działających w obszarze turystyki, ▪ programowanie i rozwój badań, prac badawczo-rozwojowych, ekspertyz.

Cel operacyjny II.2 – Rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej

Turystyka nie jest dziedziną o znaczeniu czysto rynkowym. Jej wpływ na postawy ludzi, jakość kapitału społecznego i ludzkiego, oddziaływanie na środowisko naturalne sprawiają, że konieczne staje się wychowywanie dla turystyki traktowanej jako znacząca kategoria dla edukacji, ekologii, zdrowia i kultury.

Odpowiedzialność za właściwe kształtowanie rozwoju turystyki spoczywa zarówno na podmiotach kształtujących ofertę turystyczną jak też na turystach. Rozsądne korzystanie z zasobów środowiskowych i kulturowych, rozwijanie szacunku dla lokalnych tradycji, udostępnianie takich sposobów spędzania wolnego czasu, które rozwijają fizycznie i intelektualnie, a równocześnie zainteresowanie odbiorców ofertą bardziej ambitną to przesłanki stojące za przyjęciem niniejszego celu.

Ważnym zagadnieniem w ramach realizacji tego celu jest również rozwijanie zainteresowania mieszkańców Polski korzystaniem z oferty krajowej, uświadamianie jej atrakcyjności, ale także uzmysławianie wpływu jaki wywiera wybór miejsca spędzania wolnego czasu na lokalne rynki pracy i sytuację ekonomiczną kraju.

Ponadto w ramach tego celu realizowane będą działania na rzecz aktywizowania osób niepełnosprawnych w uprawianiu turystyki, które podejmowane będą zarówno po stronie organizatorów, jak i odbiorców.

Istotnym etapem wychowania dla turystyki jest turystyka i wypoczynek dzieci i młodzieży, dzięki czemu kształtuje się przyszłych konsumentów usług turystycznych.

Wykorzystywane mocne strony:

- wzrost zainteresowania wolontariatem

Przewidywane słabe strony:

- -

Wykorzystywane szanse:

-

Przewidywane zagrożenia:

- ograniczone środki na kształtowanie zachowań turystycznych dzieci i młodzieży,

Działanie II.2.1:

Opracowanie, wdrożenie i upowszechnianie programów edukacji turystycznej (w szczególności dla dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych)

Poza stałą współpracą w doskonaleniu programów edukacyjnych dla dzieci realizowanych przez MEN do najważniejszych kierunków działań należeć będzie kontynuowanie szkolenia kadry pedagogicznej w zakresie organizacji wypoczynku dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych w ramach organizacji takich jak PTTK, PTSM, KZLZS, PFCC organizacje harcerskie oraz tworzenie warunków do rozwoju kadr społecznych (animatorów turystyki, organizatorów, przodowników itp.).

Wykorzystywane mocne strony:

- rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku,

Przewidywane słabe strony:

- -

Wykorzystywane szanse:

-

Przewidywane zagrożenia:

- luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce,

Działanie II.2.2:

Wsparcie kadr rządowych i samorządowych

Edukacja turystyczna pracowników administracji pozwoli na stosowanie nowoczesnych rozwiązań w:

- tworzeniu programów rozwoju turystyki (regionalnych gminnych, lokalnych, centrów turystycznych itp.),
- wdrażaniu projektów wynikających z rządowych programów strategicznych,
- nadzorowaniu realizacji zadań ustawowych, monitorowanie,
- wnioskowaniu, sprawozdawczości, inicjowaniu rozwiązań,
- promocji turystyki, organizacji badań, organizowaniu baz danych i informacji turystycznej.

Edukacja powinna również dotyczyć problematyki ochrony środowiska, ze szczególnym uwzględnieniem sieci NATURA 2000.

Wykorzystywane mocne strony:

- rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem,

Przewidywane słabe strony:

- niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych,

Wykorzystywane szanse:

- wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki,

Działanie II.2.3:

Szkolenie przedstawicieli Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych

Szkolenia przeprowadzane w ramach działania powinny usuwać kompetencyjne bariery kadr Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych.

W ramach szkoleń powinna się znaleźć problematyka ochrony środowiska, ze szczególnym uwzględnieniem

<p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce, 	<p>sieci NATURA 2000.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> rosnąca liczba instytucji zajmujących się szkoleniem, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce, 	<p>Działanie II.2.4:</p> <p>Wsparcie kadr organizacji pozarządowych (społecznych kadr turystyki), działających w sektorze turystyki</p> <p>W zakresie tego działania mieści się zapewnienie warunków prawno-organizacyjnych realizacji zadań w ramach dotacji celowych, porządkujących m.in. zadania realizowane przez organizacje społeczne (oznakowanie szlaków, organizacja wypoczynku dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych, bezpieczeństwo, ratownictwo górskie i wodne itp.).</p> <ul style="list-style-type: none"> upowszechnianie wiedzy krajoznawczej szczególnie wśród dzieci i młodzieży rozwój szkolnych i pozaszkolnych form zainteresowania (np. turystyka kwalifikowana, krajoznawstwo, wędrówki piesze ...), <p>Działanie przewiduje także wspieranie i rozwijanie kadr związanych i pracujących z dziećmi i młodzieżą oraz osobami niepełnosprawnymi, w tym nauczycieli, kreatorów i animatorów turystyki, celem kształtowania świadomości młodego pokolenia w zakresie krajoznawstwa, turystyki oraz poszanowania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a także bezpiecznego korzystania z czasu wolnego.</p> <p>Realizacja działania następować będzie poprzez wsparcie szkoleń i staży, jak również wsparcie opracowywania programów oraz wydawania publikacji związanych z tą tematyką.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku, <p>Przewyższane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych, <p>Przewyższane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce, 	<p>Działanie II.2.5:</p> <p>Wspomaganie funkcjonowania społecznych kadr ruchu turystycznego</p> <p>W rozwoju turystyki duże znaczenie mają społeczne kadry. Ich działania mają wpływ na wzrost aktywność turystycznej społeczności oraz rozwijają zainteresowanie wartościami krajoznawczymi, przyrodniczymi i kulturowymi. W ramach organizacji wpływają na kształtowanie różnorodnych form turystyki i wypoczynku, zdobywają niezbędne umiejętności, kształtują nowy stosunek do ludzi i walorów odwiedzanych obszarów.</p> <p>Działanie obejmie przygotowanie i wdrożenie programów szkoleniowych skierowanych do członków organizacji pozarządowych, których statutowym zadaniem jest rozwijanie i animowanie turystyki. Programy nakierowane będą na pobudzenie aspiracji i potrzeby poznania otoczenia, regionu, kraju, w szczególności przez dzieci i młodzież.</p>

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost zainteresowania wolontariatem, rosnąca liczba osób i instytucji zajmujących się gromadzeniem wiedzy o krajoznawstwie, kulturze i środowisku, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> niewystarczająca współpraca branży turystycznej z placówkami kształcącymi kadry, w zakresie praktycznej nauki zawodu. <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> luki w obecnym prawodawstwie umożliwiające rozwój szarej strefy w turystyce i utrudniające rzetelne badanie procesów zachodzących w turystyce. 	<p>Działanie II.2.6:</p> <p>Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki</p> <p>Działanie zakłada nawiązanie stałego dialogu oraz współpracy organów administracji publicznej odpowiedzialnych za rozwój turystyki i racjonalne gospodarowanie zasobami przyrody.</p> <p>Działanie przewiduje budowanie partnerskich relacji między administracją publiczną i organizacjami pozarządowymi w realizacji zadań publicznych oraz powstawaniu lokalnych inicjatyw obywatelskich w zakresie działalności pożytku publicznego, służących budowie społeczeństwa obywatelskiego, zajmujących się zrównoważonym rozwojem, ochroną środowiska i ochroną przyrody.</p>
--	---

Cel operacyjny II.3 – Monitorowanie potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych.

Rynek pracy związany z turystyką charakteryzuje się zróżnicowanymi miejscami pracy pod względem wymagań kwalifikacyjnych. Wykonywanie licznych zawodów wymaga posiadania wysokich kwalifikacji oraz umiejętności dostosowywania się do zmieniających się warunków rynkowych. Konieczność utrzymania wysokiego poziomu wiedzy i umiejętności pracowników stanowiących personel podstawowy, w tym kadry kierowniczej, wymaga ustawicznego inwestowania w rozwój kadr. Wzrost konkurencji pomiędzy poszczególnymi obszarami recepcji turystów wymusza działania ukierunkowane na wzrost efektywności prowadzonej działalności. Stworzenie bazy informacyjnej (dot. podaży i popytu) dla rynku biur podróży, hotelarskiego, turystycznego, gastronomicznego przyczyni się do utworzenia zasobu kadr stanowiących bazowy personel dla przedsiębiorstw wytwarzających wpływy z turystyki, posiadający umiejętności stosowania rozwiązań wobec zmieniającego się popytu na usługi turystyczne.

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> różnorodność turystycznego rynku pracy (m.in. biura podróży, hotelarstwo, gastronomia, transport, zagospodarowanie turystyczne, rekreacja ...) <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> odpływ profesjonalnej kadry za granicę, wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji. 	<p>Działanie II.3.1:</p> <p>Stworzenie systemu monitorowania zmian w zakresie potrzeb kadrowych w obrębie turystyki</p> <p>Kolejne działania oraz zawarte w nich przedsięwzięcia powinny bazować na rzetelnej wiedzy o zapotrzebowaniu na kwalifikacje pracowników w turystyce. Realizacja tego działania wymaga łączenia wiedzy z różnych źródeł informacji, a w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> potrzeb zgłaszanych przez pracodawców, prognoz zapotrzebowania na kwalifikacje uwzględniających trendy krajowe i międzynarodowe, w tym kwalifikacje związane z tematyką turystyczno-ekologiczną i z rozwojem turystyki przyjaznej środowisku. <p>Doskonalenie kwalifikacji kadr nie może stanowić</p>
---	---

prostej reakcji na problemy i występujące w danym momencie braki na rynku pracy. To kwalifikacje mogą stanowić siłę napędową dla rozwoju turystyki. Efekt taki może zostać osiągnięty jedynie wówczas, gdy będzie stale gromadzona wiedza o potrzebach pracodawców, a wyniki analiz będą przekładane na działania w obrębie systemu edukacji.

W ramach niniejszego działania powinny być podejmowane przedsięwzięcia nakierowane na:

- określanie lokalnych potrzeb na profesjonalne kadry,
- tworzenie banków danych o dostępnych zasobach pracy,
- tworzenie banków danych o podmiotach zajmujących się kształceniem kadr dla turystyki z uwzględnieniem kierunków i technicznych możliwości kształcenia,
- tworzenie scenariuszy rozwoju rynku pracy w dziedzinie turystyki z uwzględnieniem zjawisk odpływu pracowników za granicę.

Należy podkreślić, że wszystkie przedsięwzięcia podejmowane w ramach tego działania powinny być realizowane w sposób ciągły.

Wykorzystywane mocne strony:

- funkcjonowanie placówek specjalizujących się w kształceniu i doskonaleniu kadr dla turystyki oraz rozwój szkolnictwa wyższego w tej dziedzinie,

Przewyższające słabe strony:

- brak uznanego międzynarodowo systemu certyfikacji zawodowej,
- niewystarczająca znajomość nowoczesnych technologii możliwych do wykorzystania w dziedzinie usług turystycznych,

Wykorzystywane szanse:

- rosnące zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji, obserwowane zwłaszcza wśród ludzi młodych,
- rosnący dostęp do wiedzy światowej i nauki za granicą,
- wysoki poziom przedsiębiorczości, perspektywnie możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki,

Przewyższające zagrożenia:

- odpływ profesjonalnej kadry za granicę,
- wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji.

Działanie II.3.2:

Utworzenie krajowego Centrum Szkolenia i Doskonalenia Zawodowego Kadr Turystyki oraz regionalnych Centrów Szkolenia i Doskonalenia Zawodowego Kadr Turystyki

Punktem wyjścia dla realizacji działania jest przygotowanie podstaw prawno-organizacyjnych do funkcjonowania centrów szkolenia. Działanie powinno być realizowane we współpracy z organizacjami branżowymi oraz wyspecjalizowanymi jednostkami funkcyjnymi w zakresie doskonalenia zawodowego, zarządzania jakością, przedstawicielami środowisk naukowych itp. Do przygotowania podstaw organizacyjnych dla funkcjonowania centrów mogą zostać wykorzystane instytucje i organizacje aktualnie działające na rynku poprzez połączenie, przekształcenie itp. Istotą działania centrów będzie przygotowywanie pracowników bezpośredniej obsługi klientów dla potrzeb sezonu turystycznego.

- wypracowanie koncepcji funkcjonowania centrów,
- utworzenie warunków prawno-organizacyjnych dla funkcjonowania centrów,
- sukcesywne wdrożenie koncepcji, w tym powołanie jednostek,
- przygotowanie materiałów szkoleniowych, podręczników, poradników, skryptów itp.
- stworzenie systemu akredytacji jednostek szkolenia kadr dla turystyki,
- współpraca i wsparcie ośrodków szkolenia i doskonalenia kadr dla turystyki.

Obszar priorytetowy II:

ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI

CEL OPERACYJNY 1 Przygotowanie kadr operacyjnych gospodarki turystycznej

DZIAŁANIA

- ❑ Przygotowanie nowych kadr dla obsługi ruchu turystycznego, w tym m.in. do obsługi Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012
- ❑ Podnoszenie kwalifikacji kadry zarządzającej
- ❑ Podnoszenie kwalifikacji kadr operacyjnych w turystyce
- ❑ Doskonalenie kadr dydaktycznych: nauczycieli, wykładowców i trenerów
- ❑ Zapewnienie szerokiego dostępu do profesjonalnych usług doradczych, badawczych oraz szkoleniowych.

CEL OPERACYJNY 2 Rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej

DZIAŁANIA

- ❑ Opracowanie, wdrożenie i upowszechnianie programów edukacji turystycznej (w szczególności dla dzieci i młodzieży oraz osób niepełnosprawnych)
- ❑ Wsparcie kadr rządowych i samorządowych
- ❑ Szkolenie przedstawicieli Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych
- ❑ Wsparcie kadr organizacji pozarządowych (społecznych kadr turystyki), działających w sektorze turystyki
- ❑ Wspomaganie funkcjonowania społecznych kadr ruchu turystycznego
- ❑ Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki

CEL OPERACYJNY 3 Monitorowanie potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych

DZIAŁANIA

- ❑ Stworzenie systemu monitorowania zmian w zakresie potrzeb kadrowych w obrębie turystyki
- ❑ Utworzenie krajowego Centrum Szkolenia i Doskonalenia Zawodowego Kadr Turystyki oraz regionalnych Centrów Szkolenia i Doskonalenia Zawodowego Kadr Turystyki

OBSZAR PRIORYTETOWY III – WSPARCIE MARKETINGOWE

Stworzenie systemu marketingu turystycznego w Polsce ma na celu wzmocnienie przekazu promocyjnego, a przez to zwiększenie turystyki zagranicznej przyjazdowej oraz turystyki krajowej.

Nabiera to szczególnego znaczenia w kontekście organizacji przez Polskę wielkich wydarzeń kulturalnych i sportowych m.in. Piłkarskich Mistrzostw Europy w 2012 roku. Powinno się to wyrazić w nasileniu kampanii promocyjnych, przygotowaniu specjalnych wydawnictw tematycznych, organizowaniu ukierunkowanych podróży studyjnych, silnej obecności na targach turystycznych oraz współpracą z organizatorami imprez turystycznych tak, by nowe produkty turystyczne, związane z wielkimi wydarzeniami kulturalno-sportowymi odbywającymi się w Polsce, znalazły się w katalogach zagranicznych biur podróży.

Realizacja marketingu produktów turystycznych w założonym horyzoncie strategicznym powinna objąć kilka faz, w ramach których będą akcentowane następujące przekazy informacyjne:

- faza I: eksponowanie największych atrakcji turystycznych, tworzenie świadomości – zarówno wśród odbiorców, jak też aktualnych i potencjalnych kreatorów oferty turystycznej – istnienia w kraju wielu walorów turystycznych stanowiących dobrą podstawę dla interesującego spędzania wolnego czasu,
- faza II: profilowanie produktów turystycznych do wymagań wyselekcjonowanych grup odbiorców, rozszerzanie produktów o kolejne, mniej spektakularne, lecz interesujące dla specyficznych odbiorców atrakcje,
- faza III: wzmacnianie wizerunku wysokiej jakości krajowych produktów turystycznych.

Pojęcie jakości wymaga szerokiej interpretacji. Należy tak profilować przekaz, aby odbiorca zyskał przekonanie, że oferta turystyczna spełnia następujące warunki:

- pewność wyboru – przedstawiona oferta jest rzetelna, jasna, nie operuje informacjami nieprawdziwymi,
- zindywidualizowane podejście – oferta generalna może być elastycznie dostosowywana, w ramach możliwości, do oczekiwań konkretnego klienta, wzbogacana o kolejne elementy, lub korygowana zgodnie z możliwościami finansowymi klienta; w tym sensie, jakość jest obecna również w ofercie stosunkowo taniej i przystępnej cenowo dla większości odbiorców,
- bezpieczeństwo – korzystanie z oferty turystycznej nie pociąga za sobą niebezpieczeństwa, turyści nie są narażeni na zagrożenia związane z przestępczością czy wypadkami.

Jest istotne również by składniki oferty turystycznej tworzyły poczucie respektowania lokalnych wartości kulturowych, środowiskowych i tradycji społecznej.

Podstawą efektywnej współpracy w tworzeniu konkurencyjnego produktu, jest wypracowanie modelu partnerstwa. Same rozwiązania prawne, techniczne czy operacyjne są w wielu przypadkach niewystarczające. Konieczne jest wytworzenie świadomości i potrzeby współpracy w tworzeniu i komercjalizacji produktów, czasem nawet między konkurencyjnymi regionami. Należy również zaznaczyć, iż istnieje

silna zależność pomiędzy procesami komercjalizacji i tworzenia produktu turystycznego, a tworzeniem „marki Polska” i budową brandingu narodowego. Dlatego też istotnym elementem w odniesieniu do budowy wizerunku „marki Polska” jest także wzmocnienie tożsamości rynkowej produktów, aby były rozpoznawalne jako polskie, co jest warunkiem koniecznym dla sukcesu brandingu narodowego.

Podmiotem wiodącym w działaniach realizowanych w ramach tego obszaru priorytetowego jest Polska Organizacja Turystyczna, która wraz regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi, a także samorządami terytorialnymi podejmuje działania w ramach międzynarodowego i krajowego marketingu turystycznego.

W związku z tym, że efekty promocji są często widoczne dopiero po wieloletnich działaniach, niezmiernie ważna jest kwestia planowania strategicznego w ramach marketingu obszaru. Powszechną praktyką w promocji regionów powinno stać się zatem planowanie wieloletnie oparte na strategii rozwoju turystyki dla danego regionu. Działania promocyjne powinny się zatem cechować ciągłością (cyklicznością) i długofalowością. Oznacza to w praktyce, iż formuła działań promocyjnych lub realizowane przez nie treści merytoryczne, nie powinny mieć z zasady charakteru tylko jednorazowego wydarzenia, ale wpisywać się w szerszą strategię promocyjną.

Dlatego też planuje się przygotowanie przez Polską Organizację Turystyczną marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015.

W ramach trzeciego obszaru priorytetowego zdefiniowano cel strategiczny:

CS3. Stworzenie i rozwój spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce

Spójny i skuteczny system marketingu turystycznego z wykorzystaniem zintegrowanego narodowego systemu informacji turystycznej ma na celu budowanie pozytywnego turystycznego wizerunku Polski, stymulowanie rozwoju jej produktów turystycznych oraz zwiększanie liczby turystów zagranicznych i podróży krajowych.

Założenia dotyczące wsparcia marketingowego zawarte w niniejszym obszarze są kompatybilne z *Założeniami do Strategii promocji gospodarki polskiej 2007-2015*, w których jednym z priorytetów jest wzrost liczby przyjazdów turystycznych do Polski m.in. poprzez promocję polskich produktów turystycznych i rozwój systemu informacji turystycznej.

Analiza SWOT została przeprowadzona przy uwzględnieniu wpływu poszczególnych czynników na realizację założonych celów strategicznych. Podział czynników został dokonany w następujący sposób:

- mocne i słabe strony: czynniki o charakterze wewnętrznym, kształtujące pozycję konkurencyjną krajowej oferty turystycznej, pozytywnie lub negatywnie oddziałujące na osiągnięcie założonych celów,
- szanse i zagrożenia: czynniki o charakterze zewnętrznym (międzynarodowym) oraz najważniejsze zjawiska spoza sfery turystyki

<u>Mocne strony</u>	<u>Słabe strony</u>
<p>S1. rosnące zainteresowanie samorządów kreowaniem lokalnych i regionalnych marek turystycznych,</p> <p>S2. produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym,</p> <p>S3. miejscowości i obszary o pozytywnym wizerunku,</p>	<p>W1. brak kompleksowego systemu informacji i rezerwacji turystycznej i ograniczony dostęp do Internetu,</p> <p>W2. brak turystycznego wizerunku Polski i regionów,</p> <p>W3. niewielkie doświadczenia współpracy w dziedzinie marketingu podmiotów kreujących ofertę turystyczną,</p> <p>W4. brak środków na wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych i tworzenie regionalnych i krajowych sieci informacyjnych,</p> <p>W5. niewielka liczba spektakularnych wydarzeń wzmacniających wizerunek kraju bądź wizerunek regionów i zwiększających zainteresowanie krajową ofertą turystyczną</p>
<u>Szanse</u>	<u>Zagrożenia</u>
<p>O1. rozwój nowoczesnych technologii pozwalający przełamywać bariery informacyjne,</p> <p>O2. rosnące zainteresowanie nowymi obiektami/obszarami turystycznymi,</p>	<p>T1. wzrost aktywności marketingowej konkurencyjnych ośrodków recepcyjnych na świecie,</p> <p>T2. wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych)</p>

Cel operacyjny III.1 - Usprawnienie systemu informacji turystycznej

Komercjalizacja produktów turystycznych wymaga dynamicznego rozwoju istniejących systemów informacji turystycznej oraz nowoczesnych usług informacyjnych dostosowanych do zmieniających się potrzeb rynku, w tym m.in. w obliczu powierzenia Polsce i Ukrainie praw do organizacji finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, włączonych do systemów międzynarodowych.

Oczekuje się, że w wyniku realizacji celu zostaną osiągnięte trzy główne rezultaty:

- nastąpi rzeczywiste scalenie informacji turystycznej znajdującej się w różnych źródłach w zintegrowany system, stale aktualizowany w oparciu o dane od podmiotów gospodarczych, instytucji zajmujących się turystyką, samorządów lokalnych itp.,
- nastąpi techniczna poprawa dostępności do systemu informacji turystycznej z różnych miejsc i przy wykorzystaniu różnych kanałów przekazu,

- nastąpi lepsze dostosowanie informacji i sposobu jej przekazywania do oczekiwań poszczególnych grup odbiorców, w szczególności osób niepełnosprawnych.

Wykorzystywane mocne strony:

- rosnące zainteresowanie samorządów kreowaniem lokalnych i regionalnych marek turystycznych,

Przewyciężane słabe strony:

- brak kompleksowego systemu informacji turystycznej i ograniczony dostęp do Internetu,

Wykorzystywane szanse:

- rozwój nowoczesnych technologii pozwalający przełamywać bariery informacyjne,

Przewyciężane zagrożenia:

- wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych)

Działanie III.1.1:

Rozbudowa i rozwój zintegrowanego systemu informacji turystycznej

W zakresie systemu analogowego przewiduje się rozwijanie sieci centrów i punktów informacji turystycznej, wprowadzenie systemu wydawnictw informacyjnych i promocyjnych, systemu oznakowania miast, atrakcji i dróg publicznych, przygotowanie systemu informowania o stanie i wartości środowiska naturalnego, a także przygotowanie kadry tego systemu, w szczególności wykwalifikowanych informatorów.

System cyfrowy obejmować będzie tworzenie cyfrowych baz danych, centrów obsługi baz danych i programów, centrów koordynacji i udostępniania baz danych innym technologiom komunikacyjnym, serwisów internetowych, elektronicznych kiosków informacji turystycznej i wydawnictw multimedialnych.

System informacji cyfrowej będzie się rozwijał na trzech poziomach, a mianowicie na poziomie krajowym (narodowy portal turystyczny POT), regionalnym (portale regionalne ROT-ów) i lokalnym (portale LOT-ów), opierając się o portale o identycznej strukturze i mapie. Zintegrowany system informacji internetowej będzie zawierać instrumenty harmonizujące, pozwalające dowolnie i jednocześnie maksymalnie wykorzystywać posiadane bazy danych.

System będzie dostosowywał informacje i sposób ich przekazywania do oczekiwań poszczególnych grup odbiorców, w szczególności osób niepełnosprawnych.

O stopniu spójności systemu "it" będzie świadczyć zakres terytorialny oraz zakres powiązania ze sobą elementów systemu "analogowego" z "cyfrowym". Zasadą integralności polskiego systemu informacji turystycznej powinno być oparcie obu elementów na tych samych cyfrowych bazach danych. Należy podkreślić, iż usprawnienie systemu informacji turystycznej nie jest możliwe bez większego zaangażowania samorządu terytorialnego w funkcjonowanie placówek informacji turystycznej.

Ponadto przewiduje się usprawnienie działania Internetowego Systemu Informacji Turystycznej (ISIT) poprzez uruchomienie i funkcjonowanie na terenie wszystkich województw, włączenie w system możliwie największej liczby środowisk lokalnych i obszarów atrakcji, dofinansowanie tworzenia serwisu na poziomie regionalnym i lokalnym ze środków publicznych, zapewnienie

wielu wersji językowych systemu, uruchomienie serwisów tematycznych, włączenie do systemów międzynarodowych.

System będzie na bieżąco aktualizowany przez administratorów regionalnych i lokalnych, którzy zbierają informacje na swoim terenie. Natomiast koordynacją krajową w dalszym ciągu zajmować się będzie Polska Organizacja Turystyczna. Taki system ma gwarantować wiarygodność i rzetelność informacji, a także jej stałą aktualizację.

Oznakowanie turystyczne miast, atrakcji turystycznych i dróg publicznych będzie bardzo ważnym elementem prowadzącym do uatrakcyjnienia podróży turystycznych oraz zapewniającym lepszą frekwencję w miejscach atrakcji turystycznych, w tym przyrodniczych i środowiskowych.

Rozwiązania zastosowane w tworzeniu systemu ISIT będą w łatwy sposób integrowały dane tematyczne dla realizacji działań dot. imprez międzynarodowych odbywających się w Polsce jak np. Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.

Będzie się to również przekładać na stworzenie kompleksowego, serwisu internetowego w kilku językach, poświęconego kalendarzowi imprez kulturalno-sportowych odbywających się w Polsce.

Wykorzystywane mocne strony:

- produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym,
- miejscowości i obszary o pozytywnym wizerunku,

Przewidywane słabe strony:

- brak środków na wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych i tworzenie regionalnych i krajowych sieci informacyjnych,

Wykorzystywane szanse:

- rozwój nowoczesnych technologii pozwalający przełamywać bariery informacyjne,

Przewidywane zagrożenia:

- wzrost aktywności marketingowej konkurencyjnych ośrodków recepcyjnych na świecie,
- wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych)

Działanie III.1.2:

Wykorzystanie nowoczesnych technologii w rozwoju systemu informacji i rezerwacji turystycznej

Elektroniczna dostępność do określonego produktu turystycznego jest jednym z kluczowych czynników decydujących o wartości jego marki. Realizacja tego działania będzie się odbywać m.in. poprzez utworzenie i szerokie udostępnianie cyfrowych baz danych, powiązanie serwisów informacyjnych z rynkiem markowych produktów turystycznych oraz wykorzystywanie danych z systemów rezerwacyjnych i płatniczych do badań rynku konsumenta.

Wsparcie przewidziane jest dla rozwoju elektronicznych systemów rezerwacyjnych z możliwością dokonywania zakupu usług "on-line", co jest logicznym następstwem w zaspakajaniu pobudzonego popytu turystycznego w wyniku działań informacyjno-promocyjnych.

Krajowy system turystycznej informacji będzie dopasowany do europejskiego portalu turystycznego będącego pod zarządem ETC, a także będzie powiązany z innymi serwisami i systemami poza Europą.

Cel operacyjny III.2 – Zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce

Brak wyraźnie i pozytywnie ukształtowanego wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie powoduje, że w okresie 2008-2015 istnieje pilna potrzeba wdrożenia programów promocyjnych będących odpowiedzią na ujawnione trendy w turystyce i specyfikę rynków docelowych. W wyniku realizacji celu powinny zostać usunięte dotkliwe z punktu widzenia perspektyw rozwoju turystyki niedogodności, takie jak:

- brak zdywersyfikowanej, kompleksowej oferty, łączącej atuty i usługi turystyczne oferowane przez różne podmioty na różnych obszarach,
- stosunkowo niska, w kontekście wymagań międzynarodowych, siła konkurencyjna krajowej oferty, wynikająca przede wszystkim z nieukształtowanego wizerunku,
- silne negatywne stereotypy, również niezwiązane z turystyką (np. poziom bezpieczeństwa, higieny itp.) osłabiające wizerunek krajowej oferty turystycznej.

Rozwój marketingu powinien charakteryzować się zintegrowaniem działań w "układzie pionowym" i "układzie poziomym" oraz opierać się w szczególności na Polskiej Organizacji Turystycznej, Regionalnych i Lokalnych Organizacjach Turystycznych.

Wykorzystywane mocne strony:

- produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym,
- miejscowości i obszary o pozytywnym wizerunku,

Przewyższające słabe strony:

- brak turystycznego wizerunku Polski i regionów,
- niewielkie doświadczenia współpracy w dziedzinie marketingu podmiotów kreujących ofertę turystyczną,

Wykorzystywane szanse:

- rosnące zainteresowanie nowymi miejscami turystycznymi,

Przewyższające zagrożenia:

- wzrost aktywności marketingowej konkurencyjnych ośrodków recepcyjnych na świecie,
- wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych)

Działanie III.2.1:

Wspieranie budowy konkurencyjnych produktów turystycznych

Działanie stanowi pomost pomiędzy kreowaniem bądź rozwijaniem produktu a tworzeniem jego pozycji na rynku. Nakierowane jest na wzmocnienie pozycji polskich produktów turystycznych, eksponowanie ich przewag, kreowanie atrakcyjności dla odbiorców, przy równoczesnym, stałym analizowaniu potrzeb klientów.

Ważnym elementem wsparcia będzie ukierunkowana promocja określonych miejsc lub regionów poprzez odbywające się tam wydarzenia kulturalno-sportowe o charakterze międzynarodowym lub ogólnopolskim, które przyczynią się do zwiększenia ruchu turystycznego i wzmocnienia wizerunku Polski w świecie.

Działanie zakłada wspieranie rozwoju produktów turystycznych poprzez:

- stworzenie programu małych grantów dla podmiotów sektora,
- opracowanie koncepcji wizualizacji, strategii marketingowych, badań potencjału marek produktów.

W system udzielania wsparcia zostaną włączone kryteria środowiskowe.

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak turystycznego wizerunku Polski i regionów, ▪ niewielkie doświadczenia współpracy w dziedzinie marketingu podmiotów kreujących ofertę turystyczną, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnące zainteresowanie nowymi miejscami turystycznymi, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost aktywności marketingowej konkurencyjnych ośrodków recepcyjnych na świecie, ▪ wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych) 	<p>Działanie III.2.2:</p> <p>Budowa zintegrowanego systemu marketingu turystycznego</p> <p>Działanie obejmuje kompleksowy i skoordynowany marketing turystyczny Polski wspierający realizację regionalnych, ponadregionalnych i transgranicznych projektów promocyjnych, w tym także rozwój regionalnych produktów turystycznych. Warunkiem budowy zintegrowanego systemu marketingu jest ściśle współdziałanie podmiotów turystyki i instytucji odpowiedzialnych za jej rozwój. W celu podniesienia skuteczności działań promocyjnych na rynku produktów turystycznych należy powiązać działania dotyczące budowy i promocji produktów turystycznych z polityką inwestycyjną samorządów i przedsiębiorstw.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnące zainteresowanie samorządów kreowaniem lokalnych i regionalnych marek turystycznych, ▪ produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ brak kompleksowego systemu informacji turystycznej i ograniczony dostęp do Internetu, ▪ niewielkie doświadczenia współpracy w dziedzinie marketingu podmiotów kreujących ofertę turystyczną, ▪ brak środków na wdrażanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych i tworzenie regionalnych i krajowych sieci informacyjnych, <p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rosnące zainteresowanie nowymi miejscami turystycznymi, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost aktywności marketingowej konkurencyjnych ośrodków recepcyjnych na świecie, ▪ wysoka aktywność w promowaniu produktów i usług substytucyjnych względem turystyki (w tym oferta centrów handlowych) 	<p>Działanie III.2.3:</p> <p>Rozwój skutecznych instrumentów marketingu turystycznego</p> <p>Wśród tradycyjnych instrumentów marketingowych w turystyce, które należą do najbardziej efektywnych, należy wymienić następujące: reklama w mediach, szczególnie w telewizji i reklama zewnętrzna, instrumenty z grupy public relations, a w szczególności konferencje i seminaria dla dziennikarzy, podróże poznawcze dla dziennikarzy, a także masowe imprezy promocyjne organizowane w kraju i za granicą. Instrumenty wspomagające branżę turystyczną, a mianowicie udział w międzynarodowych targach turystycznych, warsztaty turystyczne, seminaria i prezentacje produktów turystycznych z udziałem zagranicznych organizatorów wyjazdów turystycznych (tour operatorów) mają na celu zwiększenie turystyki zorganizowanej, która charakteryzuje się dużymi przychodami dewizowymi.</p> <p>W omawianym okresie nastąpi w Europie szybki rozwój instrumentów informatycznych w marketingu turystycznym. Już dziś stają się one najbardziej skuteczną formą przekazu ze względu na swe ogólnie znane zalety takie jak: nieograniczona dostępność, masowość, możliwość wielokrotnego dostępu, możliwość zakupu usług turystycznych on-line. Jest także tańszym narzędziem od tradycyjnych.</p> <p>Wsparcie dla tradycyjnych instrumentów marketingowych w turystyce winno polegać przede wszystkim na wprowadzaniu do nich nowoczesnych technologii, zwiększy jeszcze</p>

bardziej ich skuteczność.

Stopniowe wprowadzanie marketingu internetowego przez Polską Organizację Turystyczną i regionalne/lokalne organizacje turystyczne wraz z nowoczesnym systemem informacji turystycznej jest koniecznością wynikającą nie tylko z wyżej wspomnianych jego zalet, lecz także z uwagi na potrzebę dotrzymania kroku a nawet prześcignięcia konkurentów. Rozwój nowoczesnych technologii w marketingu turystycznym jest zgodny z polityką Unii Europejskiej wyrażoną w Strategii Lizbońskiej. Działanie to wymaga dużych nakładów sił i środków.

Udział ROT-ów i LOT-ów w budowie i rozwoju tego systemu jest nieodzowny. Bowiem jedynie poprzez regiony promocja kraju jest najbardziej efektywna. Celem tego systemu jest zwiększenie przekazu informacyjnego o poszczególnych regionach i całego kraju oraz zwiększenie liczby turystów i sprzedaży turystycznej. W tym celu będzie się rozwijać krajowy system marketingu internetowego, koordynowany przez POT, składający się z 16 regionalnych systemów.

Realizacja działania następować będzie także poprzez: zmianę formy wydawnictw i materiałów promocyjnych w kierunku wydawnictw interaktywnych i produktowych, zmianę formuły targów, wystaw i imprez promocyjnych w kierunku funkcji promocyjnej, zwiększenie znaczenia podróży studyjnych, zwiększenie znaczenia kampanii reklamowych krajowych i zagranicznych, rozwój marketingu internetowego oraz rozwój sieci ośrodków i przedstawicielstw zagranicznych POT. Istotnym elementem skutecznej promocji będzie uwzględnienie roli Wydziałów Promocji Handlu i Inwestycji oraz Wydziałów Ekonomicznych polskich ambasad i konsulatów w zakresie zadań związanych z promocją bezpośrednio produktów turystycznych, jak i wizerunkiem Polski.

Niezwykle ważny jest również marketing prowadzony w samej branży turystycznej czyli tzw. marketing wewnętrzny. Marketing taki powinien funkcjonować w nowoczesnych systemach informacji i promocji przekazując informacje, które nie są niezbędne dla turystów, ale mają duże znaczenie dla prowadzących działalność w sektorze turystyki (listy teleadresowe, wyniki badań czy dane statystyczne).

**Obszar priorytetowy III:
WSPARCIE MARKETINGOWE**

CEL OPERACYJNY 1
**Usprawnienie systemu informacji
turystycznej**

DZIAŁANIA

- Rozbudowa i rozwój zintegrowanego systemu informacji turystycznej
- Wykorzystanie nowoczesnych technologii w rozwoju systemu informacji i rezerwacji turystycznej

CEL OPERACYJNY 2
**Zwiększenie efektywności działań
marketingowych w turystyce**

DZIAŁANIA

- Wspieranie budowy konkurencyjnych produktów turystycznych
- Budowa zintegrowanego systemu marketingu turystycznego
- Rozwój skutecznych instrumentów marketingu turystycznego

OBSZAR PRIORYTETOWY IV – KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Przestrzeń należy do podstawowych wyznaczników atrakcyjności turystycznej, a równocześnie jest wartością w silny sposób zagrożoną przez rozwój gospodarki turystycznej. W ramach niniejszego priorytetu chodzi o takie kształtowanie przestrzeni aby z jednej strony podwyższać atrakcyjność oferty turystycznej, a z drugiej chronić przestrzeń przed wzmożoną intensywnością różnych aktywności wiążących się z działalnością turystyczną. Rozwój gospodarki turystycznej, w wymiarze krajowym i regionalnym, pociąga za sobą znaczące oddziaływanie na środowisko przyrodnicze, społeczne i kulturowe, co wymaga monitorowania skutków zmian w środowisku wywołanych przez turystykę.

Pomiędzy turystyką a przestrzenią występuje sprzężenie zwrotne. Każda przestrzeń cechuje się określoną pojemnością, która jest wyznaczana przez liczbę użytkowników oraz zakres i charakter realizowanych funkcji społecznych i ekonomicznych. Przestrzeń musi być przygotowana na przebywanie dodatkowych osób bez odczuwalnego zakłócenia warunków bytowych stałych mieszkańców danego obszaru. Bez względu na typ realizowanych funkcji turystycznych przestrzeń w sposób podstawowy kształtuje atrakcyjność miejsc przebywania. Utrzymanie atrakcyjności turystycznej warunkowane jest więc utrzymaniem wielopłaszczyznowo rozumianego ładu przestrzennego, przejawiającego się w wymiarze:

- gospodarczym, to jest eliminowaniu kolizji pomiędzy turystyką a innymi dziedzinami gospodarki,
- społecznym, związanym z akceptacją lokalnych społeczności dla przyjmowania ruchu turystycznego,
- ekologicznym, dotyczącym kształtowania natężenia ruchu turystycznego na poziomie nie przekraczającym pojemności środowiskowej,
- urbanistyczno-architektonicznym, polegającym na kształtowaniu atrakcyjnej zabudowy oraz nie zakłócaniu tegoż ładu przez nowo powstające obiekty turystyczne,
- estetycznym, obejmującym ochronę przestrzeni przed dewastacją, zanieczyszczeniem,
- zdrowotnym, zwłaszcza w wymiarze zdrowia środowiskowego, poprzez funkcjonowanie w przestrzeni ładu i harmonii opartej na naturalnych elementach krajobrazowych i przyrodniczych itp.

Rozwój turystyki wiąże się przede wszystkim ze zwiększaniem dostępności komunikacyjnej poprzez budowę i remont lub przebudowę infrastruktury transportowej tj. m.in. dróg, sieci kolejowych, szlaków wodnych i lotnisk.

Realizacja działań określonych w tym obszarze związana jest bezpośrednio z zakresem przedsięwzięć podejmowanych w innych sektorach, dlatego konieczne jest uwzględnienie potrzeb turystyki w komplementarnych dokumentach strategicznych.

W ramach czwartego obszaru priorytetowego zdefiniowano cel strategiczny:

CS4. Kształtowanie przestrzeni o wysokiej atrakcyjności turystycznej.

Analiza SWOT została przeprowadzona przy uwzględnieniu wpływu poszczególnych czynników na realizację założonych celów strategicznych. Podział czynników został dokonany w następujący sposób:

- mocne i słabe strony: czynniki o charakterze wewnętrznym, kształtujące pozycję konkurencyjną krajowej oferty turystycznej, pozytywnie lub negatywnie oddziałujące na osiągnięcie założonych celów,
- szanse i zagrożenia: czynniki o charakterze zewnętrznym (międzynarodowym) oraz najważniejsze zjawiska spoza sfery turystyki

<u>Mocne strony</u>	<u>Słabe strony</u>
<p>S1. wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi,</p> <p>S2. działania samorządów zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miast,</p>	<p>W1. brak estetyki i uporządkowania przestrzeni turystycznej rzutujący negatywnie na atrakcyjność oferty turystycznej,</p> <p>W2. położenie geograficzne na wschodnich krańcach Europy poza głównymi szlakami turystycznymi osłabiające międzynarodową atrakcyjność krajowej oferty turystycznej,</p> <p>W3. słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie,</p> <p>W4. braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego,</p> <p>W5. chaos w zagospodarowaniu przestrzennym i brak skutecznych instrumentów kształtowania ładu przestrzennego,</p>
<u>Szanse</u>	<u>Zagrożenia</u>
<p>O1. przyjęcie jako niekwestionowanego paradygmatu zasad rozwoju zrównoważonego w rozwoju społeczno-ekonomicznym kraju,</p> <p>O2. realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej,</p> <p>O3. dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu,</p> <p>O4. dostępność środków unijnych na działania zmierzające do rewitalizacji oraz do przywracania bądź zachowywania walorów środowiska naturalnego, a także obszarów przemysłowych i powojkowych</p> <p>O5. potencjalna komplementarność turystyki z programami restrukturyzacji i rewitalizacji realizowanymi zarówno na obszarach wiejskich i miejskich, z dużymi możliwościami wykorzystania wolnych zasobów,</p>	<p>T1. degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym,</p> <p>T2. wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych,</p> <p>T3. niekontrolowana "prywatyzacja" przestrzeni i utrudnianie powszechnego dostępu do miejsc o wysokich walorach turystycznych i rekreacyjnych,</p>

Cel operacyjny IV.1 – Kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni

Prowadzenie działań inwestycyjnych i organizacyjnych mających na celu rozwój turystyki powinno być dostosowane do warunków środowiska i służyć utrzymaniu w odpowiednim stanie regionalnych i lokalnych walorów przyrodniczych.

Przestrzeń turystyczna na poziomie lokalnym musi być kształtowana w oparciu o szczegółowe analizy potencjału turystycznego i w ścisłym związku z pojemnością ekologiczną miejsc docelowych. Analizy pojemności ekologicznej muszą być wykonywane na poziomie lokalnym i odnoszone do lokalnych uwarunkowań. Za podstawę należy przyjąć następujące zasady korzystania z przestrzeni przez turystykę:

- na obszarach szczególnie cennych (wraz z otulinami) zwłaszcza parków narodowych, rezerwatów przyrody i w części obszarów stanowiących sieć NATURA 2000 turystyka winna być podporządkowana ochronie przyrody i różnorodności biologicznej;
- na obszarach parków krajobrazowych turystyka oraz ochrona przyrody i krajobrazu powinny być traktowane równoprawnie na drodze poszukiwania kompromisu pomiędzy potrzebami rozwoju i zachowania przyrody;
- na pozostałych obszarach, zwłaszcza obszarach chronionego krajobrazu, rozwój turystyki może odbywać się w sposób najbardziej swobodny.

Wszelkie podejmowane działania dotyczące kształtowania przestrzeni powinny być oceniane z punktu widzenia zagrożeń dla środowiska i społeczności lokalnych żyjących w tej przestrzeni na co dzień. Bardzo istotne są kryteria środowiskowe przy decydowaniu o przeznaczaniu nowych terenów pod inwestycje turystyczne i o charakterze budownictwa urządzeń i budynków, szczególnie towarzyszących szlakom turystycznym o i tak już dużym nasileniu penetracji terenu przez ruch turystyczny, który wzrasta tam, gdzie rozwija się infrastruktura turystyczna. W realizacji tego celu wsparciem zostaną objęte projekty turystyczne uwzględniające zasady dokumentu "Agenda 21".

Wykorzystywane mocne strony:

- wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi,
- działania samorządów zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miast,

Przewyższające słabe strony:

- chaos w zagospodarowaniu przestrzennym i brak skutecznych instrumentów kształtowania ładu przestrzennego,

Wykorzystywane szanse:

- dostępność środków unijnych na działania zmierzające do rewitalizacji oraz do przywracania bądź zachowywania walorów środowiska naturalnego,

Przewyższające zagrożenia:

- degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym,

Działanie IV.1.1:

Wdrażanie innowacji w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki

W zakresie równoważenia rozwoju turystyki przewiduje się uruchomienie programów wspierających działania lokalnych społeczności w dziedzinie wdrażania nowych rozwiązań technologicznych na rzecz remontu lub przebudowy podniesienia efektywności energetycznej obiektów noclegowych i uzdrowiskowych, infrastruktury turystycznej oraz wykorzystania technik organizacyjnych, technologii i materiałów, których proces produkcyjny i stosowanie minimalizuje negatywne oddziaływanie na środowisko przyrodnicze.

<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi, <p>Przewyżczone słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> chaos w zagospodarowaniu przestrzennym i brak skutecznych instrumentów kształtowania ładu przestrzennego, brak estetyki i uporządkowania przestrzeni turystycznej rzutujący negatywnie na atrakcyjność oferty turystycznej, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> dostępność środków unijnych na działania zmierzające do rewitalizacji oraz do przywracania bądź zachowywania walorów środowiska naturalnego, <p>Przewyżczone zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym, 	<p>Działanie IV.1.2:</p> <p>Wdrożenie wzorcowych rozwiązań w zakresie proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach</p> <p>Działanie ma na celu opracowanie wzorcowych rozwiązań w zakresie proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach, które będą zawierały propozycje wdrożenia praktycznych rozwiązań w dziedzinie infrastruktury turystycznej.</p> <p>W sposób szczególny pokazane będą możliwości rozwoju infrastruktury turystycznej na terenie otulin obszarów chronionych, gdzie możliwe jest tworzenie infrastruktury turystycznej w szerszym zakresie niż na obszarach chronionych. Rozwiązania te będą kierowane do inwestorów, którzy planują lokalizowanie inwestycji w otulinach obszarów chronionych, jak też do odpowiednich wydziałów lub departamentów architektury i budownictwa, wojewódzkich wydziałów lub inspektoratów ochrony środowiska, które z mocy prawa mają za zadanie opiniowanie i kontrolowanie procesu inwestycyjnego.</p> <p>Działanie ma także na celu dostosowanie rozwoju przestrzeni turystycznej do wymogów koncepcji Europejskiej Sieci Obszarów NATURA 2000</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi, <p>Przewyżczone słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie, braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej, dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu, <p>Przewyżczone zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych, 	<p>Działanie IV.1.3:</p> <p>Wsparcie inicjatyw proturystycznych o charakterze ponadlokalnym</p> <p>Działanie ma na celu tworzenie regionalnych programów ochrony i rozwoju obszarów atrakcyjnych turystycznie przez wdrażanie systemów monitorowania bezpieczeństwa pożarowego terenów leśnych i obiektów turystycznych oraz systemów monitorowania zanieczyszczeń odprowadzanych do środowiska.</p> <p>W celu wspierania zrównoważonej gospodarki leśnej przewiduje się na terenach zalesionych popierać w szczególności rozwój proekologicznych zasad i form turystyki, przy uwzględnieniu wymogów ochrony przyrody.</p> <p>Ważnym elementem jest stworzenie podstaw prawnych i ekonomiczno-finansowych systemowego funkcjonowania szlaków turystycznych w Polsce. Wsparciem objęty zostanie rozwój infrastruktury technicznej i transportowej w zakresie tworzenia projektów liniowych przekraczających obszary administracyjne gmin, powiatów i województw.</p>

	<p>Przewiduje się wspieranie rozwoju obszarów wiejskich w kontekście powiązania go z turystyką. Popierane będą programy stworzone przez społeczności lokalne w zakresie wdrażania nowych rozwiązań technicznych i na rzecz remontu lub przebudowy obiektów noclegowych i uzdrowiskowych, infrastruktury turystycznej oraz wykorzystania technik, technologii i materiałów, przyczyniających się do minimalizacji negatywnego oddziaływania na środowisko przyrodnicze. Działanie przyczyniać się będzie do pobudzenia rozwoju obszarów wiejskich poprzez propagowanie turystyki przyjaznej środowisku, wykorzystującej produkty rolnictwa ekologicznego i tradycyjne formy gospodarowania oraz życia na wsi.</p> <p>Kształtowanie przestrzeni będzie odbywać się zgodnie z jej pojemnością ekologiczną, a także przy wykorzystaniu w tym celu procedury ocen oddziaływania na środowisko planowanych przedsięwzięć.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ działania samorządów zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miast, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ potencjalna komplementarność turystyki z programami restrukturyzacji i rewitalizacji realizowanymi zarówno na obszarach wiejskich i miejskich, z dużymi możliwościami wykorzystania wolnych zasobów, <p>Przewyższające zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ niekontrolowana "prywatyzacja" przestrzeni i utrudnianie powszechnego dostępu do miejsc o wysokich walorach turystycznych i rekreacyjnych, 	<p>Działanie IV.1.4:</p> <p>Tworzenie podstaw prawnych i zasad wyznaczania "obszarów użytku turystycznego"</p> <p>Działanie zakłada wyznaczenie i stworzenie systemu ochrony prawnej dla "użytków turystycznych", czyli obszarów szczególnie ważnych i atrakcyjnych turystycznie dla społeczności lokalnych i regionalnych. Umożliwiłoby to ochronę np. w postaci ograniczeń w zagospodarowaniu przestrzennym, ułatwienia w tworzeniu infrastruktury sprzyjającej rozwojowi turystyki oraz stosowania nowoczesnych rozwiązań z zakresu ochrony środowiska.</p>
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi, ▪ działania samorządów zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miast, <p>Przewyższające słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego, ▪ chaos w zagospodarowaniu przestrzennym i brak skutecznych instrumentów kształtowania ładu przestrzennego, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ potencjalna komplementarność turystyki z programami restrukturyzacji i rewitalizacji 	<p>Działanie IV.1.5:</p> <p>Wykorzystanie terenów i obiektów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki</p> <p>Działanie zakłada zagospodarowanie terenów i obiektów o ważnym znaczeniu dla rozwoju turystyki, będących w zarządzaniu Agencji Nieruchomości Rolnych i Agencji Mienia Wojskowego. Ponadto działaniem objęte zostaną tereny o charakterze zdegradowanym, przemysłowym i powojennym.</p> <p>Działanie przewiduje także intensyfikację rozwoju nowoczesnych produktów turystyki zdrowotnej i rekreacyjnej, tworzących polską</p>

<p>realizowanymi zarówno na obszarach wiejskich i miejskich, z dużymi możliwościami wykorzystania wolnych zasobów,</p> <p>Przewidywane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ degradacja zasobów naturalnych powodowana rozwojem cywilizacyjnym, 	<p>markę uzdrowiskową. Będzie to polegać na wykreowaniu produktów turystycznych w uzdrowiskach stanowiących spakietyzowaną, gotową do sprzedaży ofertę składającą się z usług i towarów ułatwiających wypoczynek, rehabilitację, regenerację i profilaktykę zdrowotną. Turystyka powinna stać się atrakcyjnym elementem pobytu uzdrowiskowego z jednej strony, a usługi uzdrowiskowe powinny być stałym i atrakcyjnym elementem pobytów turystycznych z drugiej. Planowanie i realizacja powyższych działań następować będzie z uwzględnieniem potrzeb ochrony przyrody, kryteriów środowiskowych oraz zasad zrównoważonego rozwoju</p> <p>Kształtowanie przestrzeni będzie odbywać się zgodnie z jej pojemnością ekologiczną, a także przy wykorzystaniu w tym celu procedury ocen oddziaływania na środowisko planowanych przedsięwzięć.</p>
---	--

Cel operacyjny IV.2 – Zwiększanie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu

Budowa i remont lub przebudowa sieci komunikacyjnej powinna uwzględniać możliwości dotarcia turystów do najważniejszych obszarów i produktów turystycznych regionu. Dostępność komunikacyjna obszarów turystycznych stanowi podstawowy element poprawy konkurencyjności polskiej oferty turystycznej, szczególnie w kontekście organizacji przez Polskę i Ukrainę Piłkarskich Mistrzostw Europy w 2012 roku. Dlatego niezbędne jest uwzględnienie w rozwoju podstawowych szlaków komunikacyjnych – drogowych, kolejowych i lotniczych – dostępu do atrakcji turystycznych.

Rozwój dostępności regionów atrakcyjnych turystycznie i produktów turystycznych musi być dostosowany do pojemności ekologicznej środowiska i powinien uwzględniać wymogi ochrony wysokich walorów przyrodniczych terenów, na których planuje się rozwój infrastruktury transportowej, zwłaszcza drogowej. Propagowane powinny być proekologiczne powiązania transportowe tak, aby wraz ze wzrostem cenności przyrodniczej obszaru, wzrastał udział turystów korzystających z proekologicznych form przemieszczania się. Dotyczy to preferowania rozwoju różnych form transportu zbiorowego i to zarówno na trasach dojazdowych do terenów atrakcyjnych turystycznie, jak i w ich obrębie, a więc przede wszystkim poprzez wspieranie transportu kolejowego, a także innych form transportu zbiorowego oraz poprzez tworzenie warunków dla ruchu rowerowego i pieszego w regionach turystycznych.

Zwiększanie dostępności powinno odbywać się także w kategoriach jakościowych i umożliwiać wszystkim grupom odbiorców, w tym zwłaszcza osobom niepełnosprawnym, równy dostęp do atrakcji turystycznych. Dotyczy to szczególnie rozwijania zintegrowanego systemu transportu zbiorowego, którego zasadniczą cechą w kontekście turystyki jest powszechność.

Rozwój szlaków komunikacyjnych, przy stale zwiększającym się ruchu turystycznym, wymaga zwrócenia uwagi na zapewnienie bezpieczeństwa komunikacyjnego (trasy komunikacyjne, dworce, lotniska, porty, przystanie i in.) Stanowi to zasadniczy element podnoszenia bezpieczeństwa turystów.

Wykorzystywane mocne strony:

- wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi,

Przewyższane słabe strony:

- położenie geograficzne na wschodnich krańcach Europy poza głównymi szlakami turystycznymi osłabiające międzynarodową atrakcyjność krajowej oferty turystycznej,
- słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie,
- braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego,

Wykorzystywane szanse:

- realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej,
- dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu,

Przewyższane zagrożenia:

- wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych,

Działanie IV.2.1:

Współpraca przy rozbudowie regionalnej i lokalnej infrastruktury lotniskowej, uwzględniającej ruch turystyczny

Działanie zakłada współpracę władz samorządowych z jednostkami administracji rządowej w dziedzinie planowania rozbudowy, remontu lub przebudowy istniejących lotnisk regionalnych oraz planowania budowy nowych portów lotniczych w miejscach stanowiących atrakcję turystyczną lub mogących takie atrakcje turystyczne obsługiwać.

W kontekście tego działania należy także uwzględnić w planowaniu nowych przedsięwzięć i inwestycji punktowy wzrost ruchu turystycznego w niektórych regionach w związku z odbywającymi się w naszym kraju wielkimi wydarzeniami kulturalno-sportowymi, m.in. Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012.

Wykorzystywane mocne strony:

- wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi,

Przewyższane słabe strony:

- położenie geograficzne na wschodnich krańcach Europy poza głównymi szlakami turystycznymi osłabiające międzynarodową atrakcyjność krajowej oferty turystycznej,
- słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie,
- braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego,

Wykorzystywane szanse:

- realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej,
- dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu,

Przewyższane zagrożenia:

- wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych,

Działanie IV.2.2:

Uwzględnienie potrzeb regionalnych rynków turystycznych przy remoncie lub przebudowie i rozbudowie infrastruktury transportowej

Dla realizacji tego działania wyznaczone zostaną regionalne priorytety budowy i remontu lub przebudowy dróg oraz linii kolejowych, uwzględniające połączenia z obszarami atrakcyjnymi turystycznie oraz potrzeby związane z realizacją wydarzeń kulturalno-sportowych o charakterze międzynarodowym np. Piłkarskimi Mistrzostwami Europy 2012.

W celu wyboru alternatywy najmniej uciążliwej dla środowiska przedsięwzięcia o charakterze transportowym powinny być poprzedzone przeprowadzeniem procedury oceny oddziaływania na środowisko, w tym przedsięwzięć planowanych do realizacji w sąsiedztwie obszarów zgłaszanych do sieci Natura 2000.

Pomoże to zapobiec koncentracji infrastruktury transportowej w miejscach i obszarach atrakcyjnych turystycznie poprzez właściwe rozwiązania planistyczne.

Wykorzystywane mocne strony:

- wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi,

Przewyższane słabe strony:

Działanie IV.2.3:

Wspomaganie rozwoju systemów transportowych zgodnych z zasadami

<ul style="list-style-type: none"> ▪ położenie geograficzne na wschodnich krańcach Europy poza głównymi szlakami turystycznymi osłabiające międzynarodową atrakcyjność krajowej oferty turystycznej, ▪ słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie, ▪ braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej, ▪ dynamiczny rozwój ruchu lotniczego i wzrost znaczenia bezpośrednich połączeń lotniczych oraz generalnego skrócenia czasu dojazdu. <p>Przewidywane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych 	<p>zrównoważonego rozwoju w miejscowościach i obszarach o największym natężeniu ruchu turystycznego</p> <p>Upowszechnianie europejskich i polskich przykładów planowania oraz tworzenia zrównoważonych systemów transportowych w miejscowościach i obszarach turystycznych o największym natężeniu ruchu tak, aby stworzyć społecznie akceptowaną alternatywę dla indywidualnego transportu samochodowego z wykorzystaniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ proekologicznych sposobów przemieszczania się, ▪ nowoczesnych sposobów zarządzania i sterowania ruchem, ▪ rozwiązań gospodarczych, przestrzennych, organizacyjnych ograniczających potrzeby transportowe ▪ zarządzania miejscami parkingowymi opartego o zasadę wyznaczania stref ruchu z uwzględnieniem potrzeb ochrony miejsc o najwyższej atrakcyjności oraz obszarów najcenniejszych, ▪ ekonomicznych zachęt do proekologicznych zachowań transportowych ▪ wdrażania organizacji transportu zintegrowanego w najcenniejszych regionach turystycznych.
<p>Wykorzystywane mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi, <p>Przewidywane słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ położenie geograficzne na wschodnich krańcach Europy poza głównymi szlakami turystycznymi osłabiające międzynarodową atrakcyjność krajowej oferty turystycznej, ▪ słaba dostępność komunikacyjna obszarów atrakcyjnych turystycznie, ▪ braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego, <p>Wykorzystywane szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ realizacja europejskich programów rozbudowy sieci transportowej, <p>Przewidywane zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wzrost znaczenia dostępności komunikacyjnej z miejsca zamieszkania w wyborze kierunków wyjazdów turystycznych, 	<p>Działanie IV.2.4:</p> <p>Wsparcie budowy i remontu lub przebudowy portów pasażerskich żeglugi śródlądowej i morskiej z uwzględnieniem ruchu turystycznego</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Działanie zakłada budowę i remont lub przebudowę stanic wodnych, portów żeglarskich i pasażerskich, włączonych w systemy ratownictwa, ułatwiających dostęp do informacji oraz przewiduje równoległe przeprowadzenie remontu lub przebudowy i budowy szlaków wodnych, śluz oraz poprawę bezpieczeństwa żeglugi, zwiększając dostępność i ofertę turystyki wodnej w Polsce, przy zachowaniu rygoru ekologicznego. ▪ Wsparcie dotyczy będzie szczególnie obiektów realizowanych nad morzem, na obszarze systemów jezior oraz rzek o znaczeniu turystycznym. Szczególny nacisk położony będzie na budowę rozwiązań sieciowych powiązanych oraz oferujących wysoki standard usług i zapewnieniem warunków bezpieczeństwa, w tym bezpieczeństwa ekologicznego. ▪ Kolejnym elementem będzie wsparcie działań mających na celu zwiększenie ruchu turystycznego w oparciu o transport morski i śródlądowy oraz kontynuowanie inwestycji portowych i inwestycji ułatwiających dostęp do portów.

Obszar priorytetowy IV:

KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

CEL OPERACYJNY 1

Kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni

DZIAŁANIA

- ❑ Wdrażanie innowacji w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki
- ❑ Wdrożenie wzorcowych rozwiązań w zakresie proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach
- ❑ Wsparcie inicjatyw proturystycznych o charakterze ponadlokalnym
- ❑ Tworzenie podstaw prawnych i zasad wyznaczania "obszarów użytku turystycznego"
- ❑ Wykorzystanie terenów i obiektów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki

CEL OPERACYJNY 2

Zwiększenie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu

DZIAŁANIA

- ❑ Współpraca przy rozbudowie regionalnej i lokalnej infrastruktury ruchu lotniczego uwzględniającej ruch turystyczny
- ❑ Uwzględnienie potrzeb regionalnych rynków turystycznych przy modernizacji i rozbudowie infrastruktury transportowej
- ❑ Wspomaganie rozwoju systemów transportowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju w miejscowościach i obszarach o największym natężeniu ruchu turystycznego
- ❑ Wsparcie budowy i modernizacji portów pasażerskich żeglugi śródlądowej i morskiej z uwzględnieniem ruchu turystycznego

VII. POWIĄZANIA KIERUNKÓW ROZWOJU TURYSTYKI DO 2015 ROKU Z INNYMI DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI

Dla harmonijnego rozwoju turystyki *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku* są spójne z najważniejszymi dokumentami strategicznymi Polski (ryc. 3) tj.:

- Strategią Rozwoju Kraju 2007-2015;
- Narodowymi Strategicznymi Ramami Odniesienia 2007-2013;
- Krajowym Programem Reform 2005-2008.

Ryc. 2 Powiązanie celów nadrzędnych *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* z celami głównymi (strategicznymi) *Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015*, *Krajowego Programu Reform 2005-2008* oraz *Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013*



A. Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007-2015

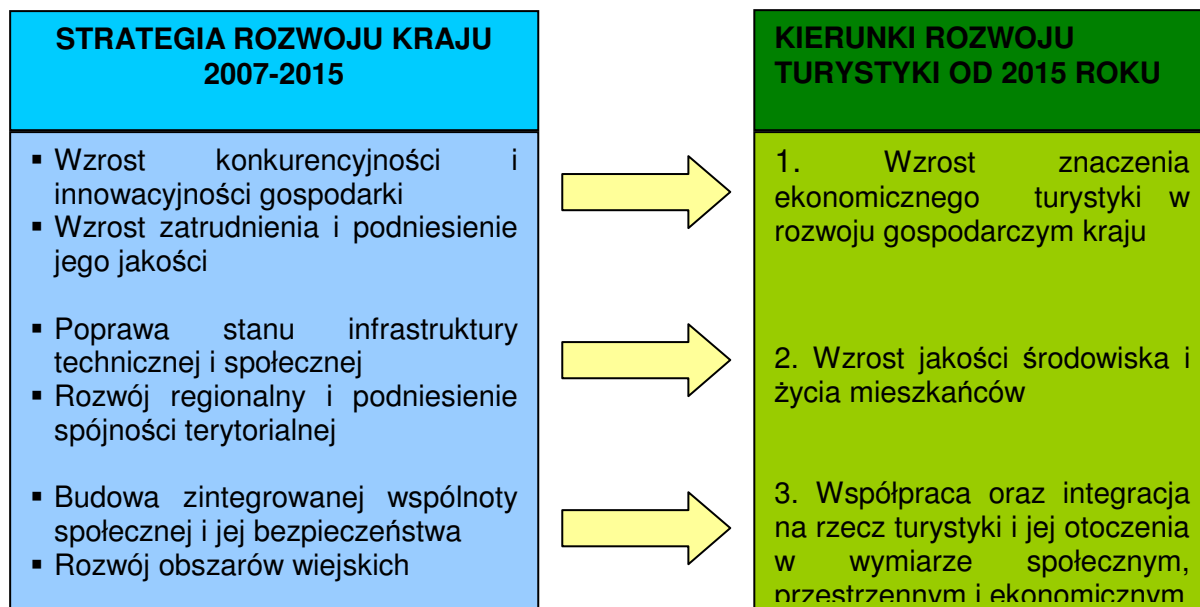
Strategia Rozwoju Kraju 2007-2015 (SRK) jest podstawowym dokumentem strategicznym określającym cele i priorytety w obszarze rozwoju społeczno gospodarczego Polski oraz warunki, które powinny ten rozwój zapewnić. Według wizji *Strategii Rozwoju Kraju, Polska w 2015 to kraj:*

- o wysokim poziomie i jakości życia mieszkańców;
- o silnej i konkurencyjnej gospodarce, zdolnej do tworzenia nowych miejsc pracy.

W *Strategii Rozwoju Kraju* wyraźnie zaznaczono, iż podniesienie jakości życia nastąpi m.in. poprzez uczestnictwo w turystyce. Dlatego też jednym z głównych celów *SRK* jest poprawa stanu infrastruktury technicznej i społecznej, w tym infrastruktury kultury, sportu i turystyki tak by polskie miejscowości mogły funkcjonować i konkurować na rynku turystycznym.

W odniesieniu do celów polityki regionalnej państwa, w *Strategii Rozwoju Kraju* podkreśla się, iż dla podniesienia konkurencyjności gospodarczej polskich regionów niezbędne jest m.in. wspieranie rozwoju regionalnej przedsiębiorczości, w tym inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki, przyczyniających się do zwiększania miejsc pracy i w znaczący sposób wpływających na wzrost konkurencyjności regionów.

Ryc.3 Powiązania celów wiodących *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* oraz priorytetów *Strategii Rozwoju Kraju na lata 2007-2015*



B. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007- 2013 (NSRO)

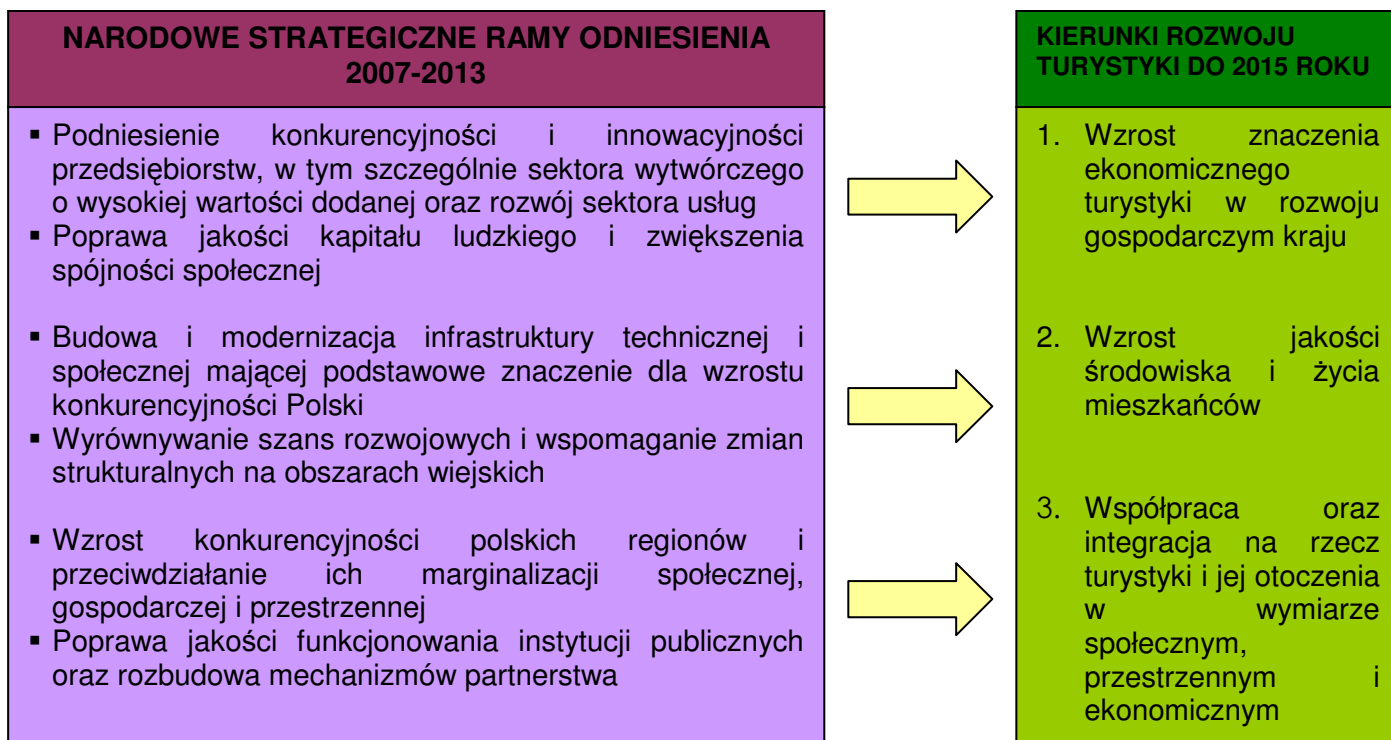
Na podstawie zapisów Strategicznych Wytycznych Wspólnoty, Polska opracowała *Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013* (NSRO), które integrują główne priorytety Unii Europejskiej z priorytetami polskimi, uwzględniając jednocześnie zapisy *Krajowego Programu Reform*. NSRO stanowią podstawę do programowania interwencji Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności. Celem strategicznym NSRO dla Polski jest tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej.

W NSRO, szansę dla polskiej gospodarki upatruje się w wykorzystaniu zróżnicowanych przestrzennie walorów przyrodniczych i kulturowych do rozwoju turystyki i rekreacji. Istotne znaczenie dla rozwoju kraju i zwiększania poziomu zatrudnienia będzie miał rozwój sektora usług, a w pierwszym rzędzie będzie to dotyczyło usług rynkowych w tym sektora turystyki i kultury.

Wiele miejsca w tym dokumencie zajmują problemy najbiedniejszych województw w Polsce, a jednocześnie w całej Unii Europejskiej dlatego też wskazuje się na potrzebę ukierunkowania działań na pełniejsze wykorzystanie rozwoju usług, w tym uzdrowiskowych i turystycznych, unikalnego w skali europejskiej środowiska naturalnego i walorów kulturowych oraz promocję wybranych produktów regionalnych.

W przypadku obszarów wiejskich, jedną z możliwości wyrównywania ich szans rozwojowych i wspomagania zmian strukturalnych, jest rozwój agroturystyki oraz rozwój małych i średnich firm w sektorach m.in. turystyki przyjazdowej, a także rozwój funkcji uzdrowiskowych ośrodków miejskich na terenach rolniczych.

Ryc. 4 Powiązanie celów wiodących *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* i celów *horyzontalnych Narodowych Strategii Ram Odniesienia 2007-2013*

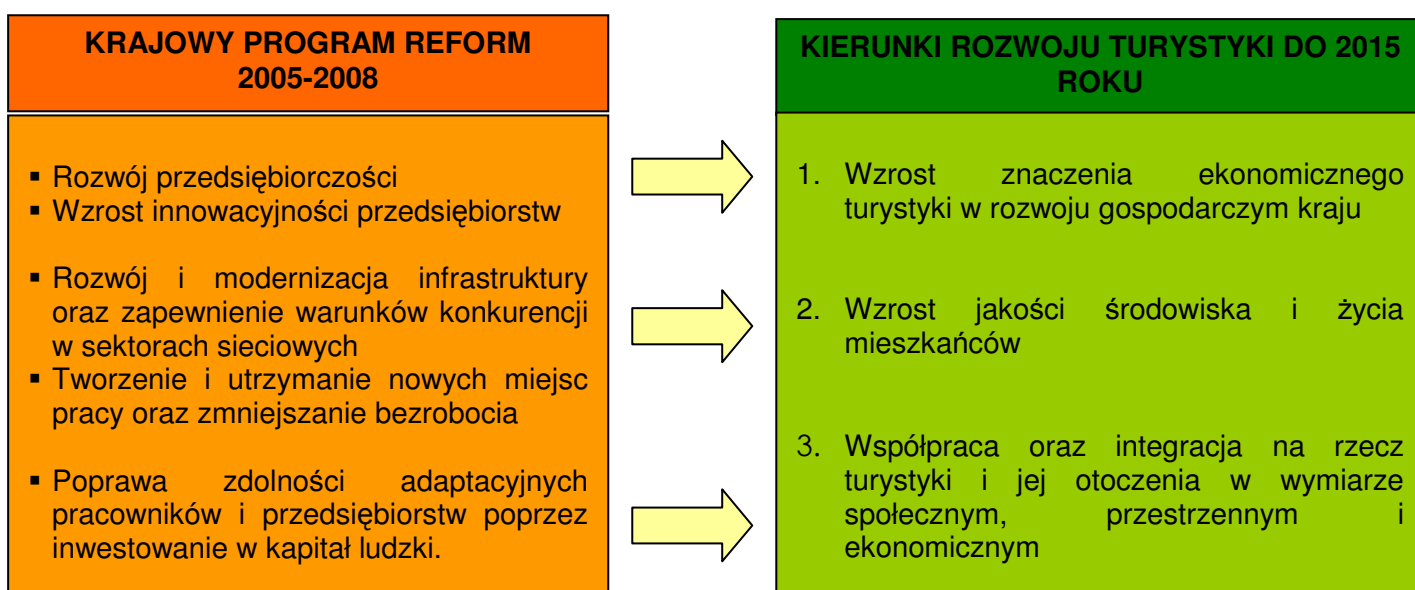


C. Krajowy Program Reform 2005-2008

Krajowy Program Reform 2005-2008 jest dokumentem przedstawiającym działania, jakie polski Rząd zamierza podjąć w latach 2005-2008 dla realizacji podstawowych celów odnowionej Strategii Lizbońskiej.

W działaniu 2.8. *Wsparcie systemu promocji gospodarki Polski oraz systemu obsługi eksporterów* zaznacza się, iż wsparcia promocyjnego wymaga turystyka, stanowiąca ważny sektor gospodarki. Instrumentami realizacji tego działania są m.in. wzmocnienie instytucjonalne systemu promocji gospodarczej Polski, efektywne wykorzystanie różnych źródeł finansowania i koordynacja działań w zakresie promocji gospodarczej.

Ryc. 5 Powiązanie celów wiodących *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* i priorytetów *Krajowego Programu Reform 2005-2008* w obszarze polityki mikroekonomicznej i strukturalnej oraz w obszarze polityki rynku pracy.

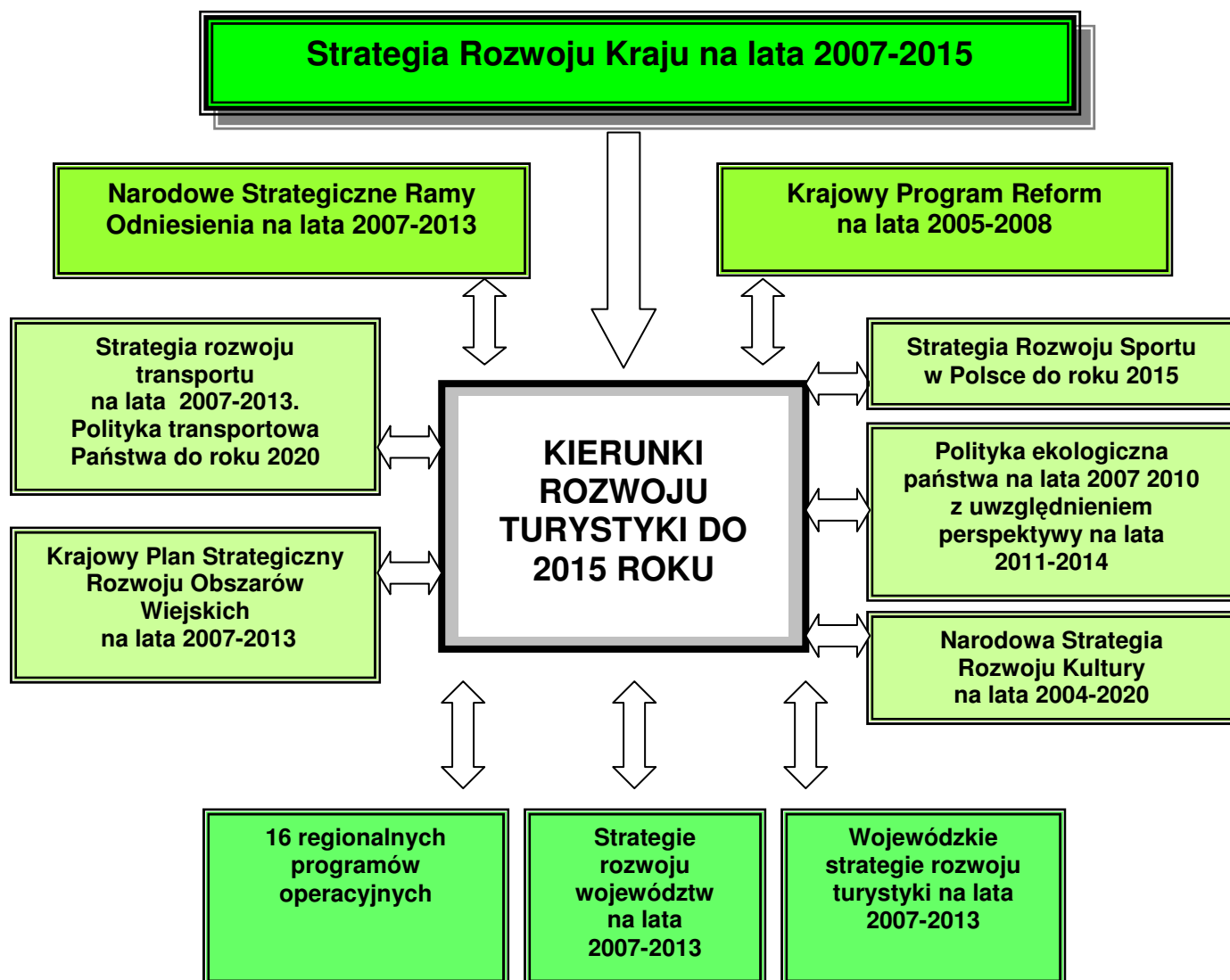


D. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku, a inne dokumenty strategiczne

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku są również powiązane z innymi dokumentami strategicznymi kraju, a mianowicie strategiami i programami rozwoju na szczeblu rządowym, dotyczącymi np. kultury, środowiska, transportu czy rolnictwa. Zapisy zawarte w obszarze III dotyczącym wsparcia marketingowego są kompatybilne z *Załoženiami do Strategii promocji gospodarki polskiej 2007-2015*.

Ponadto, *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku* są wyznacznikiem do opracowywania dokumentów regionalnych w zakresie rozwoju turystyki, takich jak strategie rozwoju województw, strategie rozwoju turystyki czy regionalne programy operacyjne. Na bazie tych dokumentów są z kolei tworzone strategie i programy rozwoju na szczeblu subregionalnym i lokalnym.

Komplementarność powyższych dokumentów strategicznych została przedstawiona na poniższym schemacie.



VIII. BADANIA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

Jednym z najważniejszych warunków dla skutecznego wdrażania *Kierunków...* jest **rozwój badań wspierających podejmowanie decyzji na rzecz rozwoju turystyki.**

W świetle doświadczeń innych krajów UE oraz wzrostu aktywności Polski w zakresie badań statystycznych, konieczne jest doskonalenie metodologii zbierania danych regionalnych, poprawy ich jakości oraz dostępności. Konieczne jest to w celu zapewnienia podstaw do opracowywania i uzupełniania bazy danych zarówno dla regionalnego rachunku satelitarnego turystyki, jak i dla opracowywania różnorodnych programów, strategii, planowania działań tak w zakresie zarządzania, jak i promocji regionów.

Uzyskane dane wskażą władzom lokalnym i inwestorom potrzebę ewolucji produktu w celu uniknięcia zbyt silnej eksploatacji jego zasobów lub/i jego zbyt wczesnego starzenia się. Zastosowanie kompleksowych serwisów prognostycznych pozwoli wdrożyć zasady zrównoważonego rozwoju w gospodarce turystycznej.

Ponadto, niezbędne jest rozwijanie nowoczesnych metod obsługi ruchu turystycznego, marketingu i zarządzania, które wymagają dostępu do precyzyjnych danych. Prawidłowo opracowany model badań, w tym z zakresu zagadnień środowiskowych oraz dostęp do opracowanych wyników pozwala na zwiększenie sprzedaży usług, zmniejszanie ewentualnych strat i w efekcie tworzenie przewagi rynkowej nad konkurencją.

Badania te pozwolą na określenie potrzeb docelowej grupy odbiorców i umożliwią opracowania programu szkoleń. Wynikać one będą z jednej strony z uświadomionych potrzeb pracowników, z drugiej opierać się na opiniach pracodawców.

Poniżej została przedstawiona lista działań o charakterze badawczym uzupełniająca działania zaproponowane w ramach obszarów priorytetowych.

Prowadzenie badań statystycznych

Podstawowym celem doskonalenia badań statystycznych będzie lepsze odzwierciedlenie aktualnego stanu gospodarki turystycznej i pełniejsze zaspokojenie potrzeb odbiorców.

Badania statystyczne w zakresie turystyki zapewnią źródło danych do uzupełniania tablic standardowych dla Eurostatu. Ponadto stanowiąc będą podstawę do przeprowadzania porównań międzynarodowych, przy zastosowaniu tych samych metod badawczych oraz źródło informacji do sporządzania bilansu płatniczego.

W związku z projektowanymi zmianami w Dyrektywie Rady 95/57/EC oraz w ustawie o usługach turystycznych konieczne będzie na bieżąco dostosowywanie prowadzonych badań statystycznych z zakresu turystyki do nowych uregulowań prawnych.

Badania powinny być prowadzone przede wszystkim w kluczowych obszarach recepcyjnych dla rynku usług turystycznych. Uzyskane wyniki będą stanowić strategiczny zbiór informacji o rynku oraz o tendencji rozwojowej dotyczącej strony podażowej i popytowej w turystyce. W związku z włączeniem Polski do strefy Schengen istnieje konieczność wdrożenia nowej metodologii badania zagranicznej turystyki przyjazdowej i wyjazdowej.

Prowadzone będą działania polegające na doskonaleniu, opartych na nowoczesnych technologiach, narzędzi monitorowania rynku turystycznego i jego wpływu na gospodarkę narodową. Podjęte zostaną prace na rzecz rozszerzenia zakresu podmiotowego badania bazy noclegowej z uwzględnieniem możliwości przygotowania i zaktualizowania rejestru podmiotów świadczących usługi noclegowe, nie objęte aktualnie prowadzonymi badaniami. Zakłada się ponadto podjęcie działań na rzecz zastosowania elektronicznych nośników informacji, ze szczególnym uwzględnieniem Internetu. Działania te dotyczyć będą zarówno kanałów pozyskiwania informacji jak i prezentowania wyników badań.

Kontynuowane będą prace dotyczące udoskonalania metodologii sporządzania rachunku satelitarnego turystyki dla Polski. Ponadto będą prowadzone prace nad metodologią oraz doskonaleniem sporządzania regionalnych rachunków satelitarnych turystyki.

Przewiduje się wprowadzenie obligatoryjnego prowadzenia ewidencji podmiotów działających w sferze turystyki w formie elektronicznej według jednolitych wzorów i standardów. Jednocześnie, w celu umożliwienia wykorzystywania wyników badań statystyki publicznej, przewiduje się, że w szerszy sposób zastosowane zostaną w metodologiach badań klasyfikacje i standardy stosowane przez służby statystyki publicznej.

Opracowanie zintegrowanego programu badań regionalnych gospodarki turystycznej

Realizacja działania odbywać się będzie poprzez badanie zjawisk gospodarczych i społecznych rynku turystycznego, służąc poprawie efektywności marketingowej branży turystycznej i samorządów. Dokonywane będą niezbędne oceny zmian jakościowych postrzegania produktów turystycznych i zasobów (w tym zasobów ludzkich), na których oparte są te produkty. Podjęte zostaną także zadania dotyczące różnorodnych obszarów badawczych tj. badania produktu, badania cen, dystrybucji usług turystycznych, badania jakości usług turystycznych itp.

Szczególne znaczenie wśród tych badań będzie miało badanie postrzegania wizerunku Polski w świecie, przy wykorzystaniu m.in. ośrodków zagranicznych Polskiej Organizacji Turystycznej.

Program i metodologia badań rynkowych w Polsce będą kompatybilne do badań rynku międzynarodowego prowadzonych przez międzynarodowe organizacje turystyczne, co pozwoli na dokonywanie analiz porównawczych, szczególnie w odniesieniu do rynków priorytetowych i głównych konkurentów Polski.

Ponadto badaniami zostaną objęte poszczególne rodzaje turystyki (biznesowa, wiejska itp.) i przedsiębiorstwa turystyczne (szczególnie ich sytuacja ekonomiczna i finansowa). Badania rynku turystycznego zostaną uzupełnione także poprzez badania prowadzone w obszarach atrakcji turystycznych (muzeach, parkach narodowych i krajobrazowych itd.).

Badania obejmą kwestie dotyczące bezpieczeństwa turystów, a w szczególności percepcji jego poziomu w poszczególnych destynacjach turystycznych. Dotyczyć one będą miejsc charakteryzujących się wzmożonym ruchem turystycznym i prowadzone będą zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych. Ponadto stanowiąc będą podstawę do podejmowania efektywnych działań prewencyjnych.

Działanie zakłada także wsparcie rozwoju jednostek badawczych prowadzących badania regionów turystycznych na podstawie jednolitej ogólnopolskiej metodologii.

Rozwój metod badawczych w skali regionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej

Na terenie całego kraju będą prowadzone badania według wspólnych założeń metodologicznych. Informacje i analizy będą udostępniane poprzez serwisy informacyjne, co umożliwi przewidywanie zjawisk i odpowiednio wczesne decyzje o potrzebie modyfikacji produktów turystycznych i strategii marketingowych.

W efekcie możliwe będzie wzmocnienie produktu lub modyfikacja istniejących rozwiązań. Na podstawie analiz rynku zostaną określone motywy podróży danego klienta do odwiedzanego miejsca. Zgromadzona wiedza wskaże etap rozwoju produktu i umożliwi podjęcie odpowiednich kroków wyprzedzających.

Badania marketingowe

Ogólna strategia badań promocyjnych powinna się składać z następujących elementów: analizy lokalnej percepcji Polski, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień będących przyczyną negatywnych ocen; badań opinii publicznej i innych danych wtórnych dotyczących poglądów o Polsce dominujących w środowisku stanowiącym cel działań; kluczowych przesłań i tematów dotyczących zidentyfikowanych i rozpoznanych postaw; opisu środowiska będącego adresatem działań promocyjnych (powinno się bardzo dokładnie określić adresatów wszelkich działań promocyjnych, w czym są bardzo pomocne badania i sondaże opinii publicznej czy wybranych grup odbiorców). Wyniki tych badań pozwalają np. stworzyć strategię informacyjną, ocenić efektywność dotychczasowych działań lub skorygować plany promocyjne.

W ramach tego działania będą przeprowadzane badania marketingowe dla rozwoju usług turystycznych, w celu monitorowania zmieniających się preferencji i potrzeb klientów usług turystycznych.

Gromadzenie regionalnych danych pierwotnych z rynku konsumenckiego dla określonych grup produktów, pozwoli nakreślić potrzeby wprowadzania koniecznych zmian dla podtrzymywania atrakcyjności turystycznej obszarów docelowych. Zaangażowanie w proces badawczy organizacji turystycznych, takich jak ROT-y i LOT-y, zwiększy aktualność i jakość gromadzonych danych.

W ramach tego działania prowadzone będą również prace nad adaptacją metod badań marketingowych do specyficznej sytuacji na rynku usług turystycznych oraz ich doskonaleniem.

Istotne znaczenie dla kształtowania strategii marketingowej w turystyce Polski mają badania i analizy rynkowe przygotowane m.in. przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO), Europejską Komisję Podróży (ETC) i Związek Podróży Azji i Pacyfiku (PATA).

Polska Organizacja Turystyczna poprzez swoje ośrodki zagraniczne będzie prowadziła badania konsumentów na rynkach swojego działania, których celem będzie badanie wizerunku Polski jako kraju turystycznego, określenie preferencji, motywacji i oczekiwań turystów zagranicznych.

Badania rynku pracy

Działanie zakłada prowadzenie badań:

- dotyczących przygotowania nowych kadr dla obsługi ruchu turystycznego; niezbędnym elementem służącym realizacji tego działania są stałe badania rynku

pracy dotyczące liczby wolnych miejsc pracy w gospodarce turystycznej oraz kwalifikacji poszukiwanych pracowników. Wyniki badań zostaną wykorzystane do efektywnego szkolenia pracowników w poszukiwanych przez pracodawców specjalnościach / zawodach. Szkolenie pod konkretne potrzeby pracodawców zwiększa szanse zatrudnienia w branży i zapewnia dużą skuteczność, a także pozytywnie motywuje zarówno wykładowców, jak i szkolonych;

- dotyczących podnoszenia kwalifikacji kadr zarządzających w branży turystycznej. Badania powinny objąć zmiany wzorców konsumpcji, trendów w turystyce światowej i europejskiej, preferencje klientów, jak również stopień zadowolenia klientów ze świadczonych im usług turystycznych w podziale na poszczególne sekcje.
- dotyczących podnoszenia kwalifikacji kadr operacyjnych w gospodarce turystycznej.

Programowanie szkoleń odbywać się będzie z wykorzystaniem wyników badań, określających potrzeby grup docelowych odbiorców.

Monitorowanie efektywności kształcenia

Monitorowanie losów absolwentów szkół turystycznych, hotelarskich i gastronomicznych pozwoli określić sytuację, w tym także pośrednio potrzeby i preferencje rynku pracy w gospodarce turystycznej. Jednocześnie diagnozuje rozmiar kadr gotowych do podjęcia pracy. Pozwoli też w przyszłości lepiej dostosowywać ofertę edukacyjną do potrzeb rynku pracy w dziedzinie turystyki.

Przedsięwzięcia w ramach tego działania powinny objąć:

- monitorowanie rynku edukacyjnego określające różnorodność ofert kierowanych do uczniów wybierających naukę w szkołach ponadgimnazjalnych kształcących kadry dla turystyki, a także zmiany zachodzące na rynku edukacyjnym w Polsce i na świecie,
- szczegółową charakterystykę aktualnego szkolnictwa, w podziale na formy i etapy kształcenia i doskonalenia zawodowego kadr,
- ocenę dostępności ofert (np. koszty nauki w szkołach niepublicznych).

Integracja turystyki z potrzebami i wymogami środowiska przyrodniczego

Wsparcie jednostek badawczych i studialnych zajmujących się współzależnościami pomiędzy rozwojem turystyki a potrzebami i wymogami ochrony środowiska przyrodniczego, w szczególności prowadzących prace dotyczące:

- metod oceny i uwzględniania chłonności turystycznej, pojemności turystycznej ekosystemów oraz pojemności środowiskowej infrastruktury przy budowie lub rozbudowie infrastruktury turystycznej;
- wypracowania i wdrażania technologii prośrodowiskowych i wprowadzania wskaźników efektywnościowych w turystyce;
- poszukiwania sposobów wspierania w ramach działalności turystycznej wielofunkcyjnego rozwoju terenów wiejskich, a w tym gospodarki leśnej.

Monitoring skuteczności działań promocyjnych

Realizacja działania następować będzie poprzez opracowanie i wdrożenie badań, które posłużą do oceny efektywności działań promocyjnych jako podstawowego narzędzia ich ewaluacji.

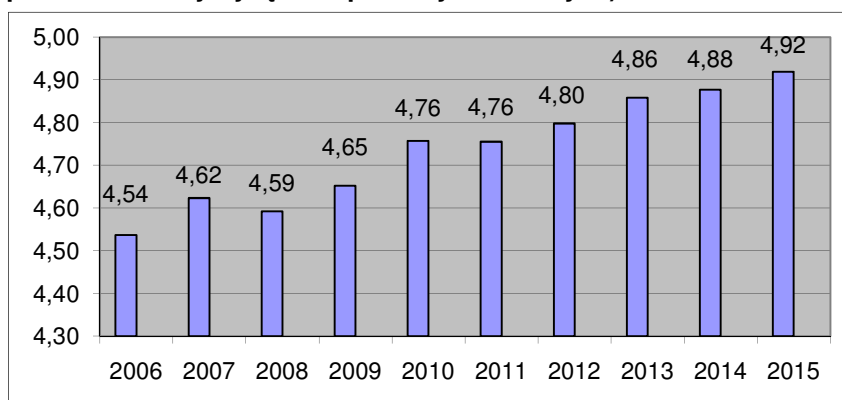
IX. SYSTEM MONITORINGU I EWALUACJI

Realizacja zawartych w *Kierunkach...* celów wraz z ich wpisywaniem się w realizację celów Rządu RP, nastąpi poprzez uzyskanie poziomu wybranych **wskaźników makroekonomicznych**.

Do wskaźników tych należą przede wszystkim:

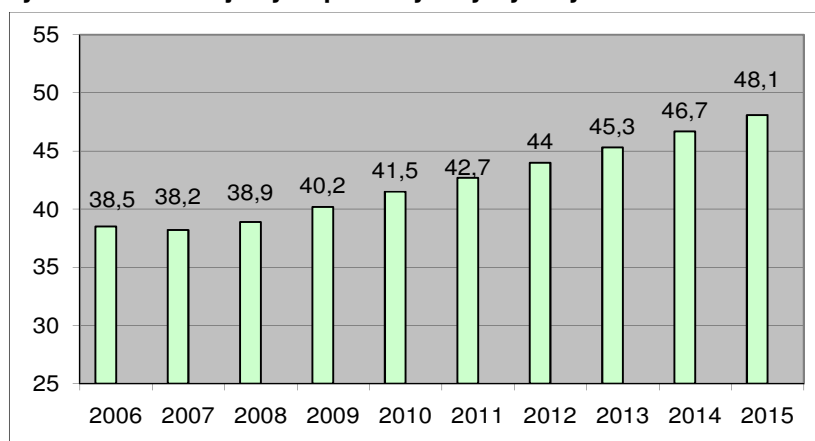
- 1) udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB

Ryc. 6. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (w %, * bez wydatków państwa na turystykę oraz podróży służbowych) ⁸



- 2) uczestnictwo Polaków w podróżach turystycznych

Ryc. 7. Liczba krajowych podróży turystycznych mieszkańców Polski (w mln) ⁸

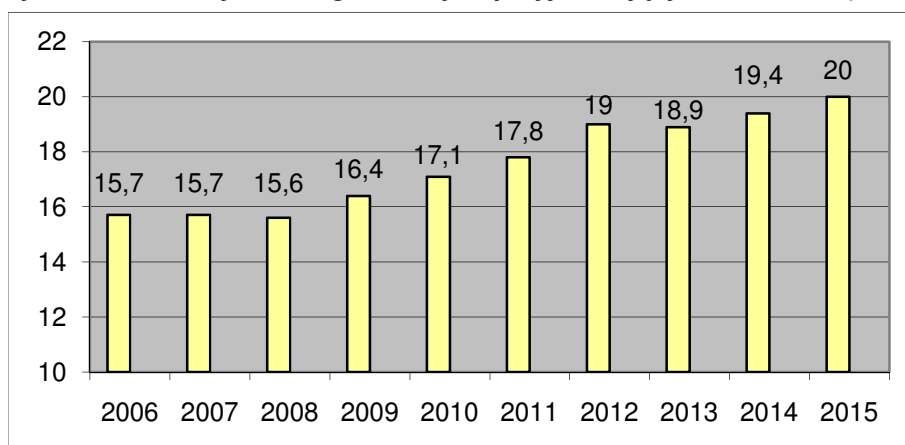


- 3) wzrost przyjazdów zagranicznych turystów i podróżnych

⁸⁾ Źródło: Badania i prognozy Instytutu Turystyki oraz GUS, w szczególności:

- "Turystyka zagraniczna", symbol w rządowym Programie Badań Statystycznych Statystyki Publicznej : 1.30.05
- "Aktywność turystyczna Polaków", symbol w Programie Badań Statystycznych: 1.30.06.

Ryc. 8. Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski (w mln) ⁹



Natomiast szczegółowe wskaźniki oraz oczekiwane rezultaty w latach 2008-2015, jakie powinny zostać osiągnięte w wyniku realizacji założeń *Kierunków...*, zostały przedstawione w poniższej tabeli:

Lp.	Wskaźniki	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (w %) ¹⁰	4,54	4,62	4,59	4,65	4,76	4,76	4,80	4,86	4,88	4,92
2.	Uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych (w %)	47	47	51	53	55	57	57	60	60	61
2 a	W wyjazdach krótkookresowych (1-3 noclegów) (w %)	27	26	25	25	26	27	27	28	28	29
2 b	W wyjazdach urlopowo-wakacyjnych (minimum 5-dniowych) (w %)	33,5	33	33	34	36	38	38	39	39	40
3.	Liczba krajowych podróży turystycznych mieszkańców Polski (w mln)	38,5	34,9	38,9	40,2	41,5	42,7	44,0	45,3	46,7	48,1
4.	Liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski (w mln)	65,1	66,2	69,5	71,2	72,8	74,2	75,6	77,1	78,0	79,1
5.	Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski (w mln)	15,7	15,0	15,6	16,4	17,1	17,8	19,0	18,9	19,4	20,0
6.	Oszacowanie wydatków cudzoziemców w Polsce (w mld USD)	7,1	9,0	9,1	9,6	10,1	10,5	11,0	10,7	11,2	11,9

⁹⁾ Źródło: Badania i prognozy Instytutu Turystyki oraz GUS, w szczególności: "Turystyka zagraniczna", symbol w rządowym Programie Badań Statystycznych Statystyki Publicznej : 1.30.05

¹⁰⁾ bez wydatków państwa na turystykę oraz podróży służbowych

Lp.	Wskaźniki	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
7.	Oszacowanie wydatków turystów zagranicznych w Polsce (w mld USD)	3,4	4,0	4,0	4,3	4,6	4,9	5,4	5,0	5,3	5,7
8.	Oszacowanie wydatków mieszkańców Polski na krajowe wyjazdy turystyczne (w mld zł).	18,9	20,1	21,3	22,6	24,0	25,5	27,1	28,8	30,6	32,5

Źródło: Badania i prognozy Instytutu Turystyki oraz GUS, w szczególności:

- „Turystyka zagraniczna”, symbol w rządowym Programie Badań Statystycznych Statystyki Publicznej : 1.30.05
- „Aktywność turystyczna Polaków”, symbol w Programie Badań Statystycznych: 1.30.06.

Utrzymanie wskaźników podanych w powyższej tabeli, na poziomie prognoz przedstawionych w *Kierunkach...*, jest podstawowym miernikiem realizacji celów. Ponadto planuje się, że monitorowanie efektów zadań realizowanych przez Międzyresortowy Zespół odbywać się będzie poprzez przygotowanie przez przewodniczącego Międzyresortowego Zespołu (ministra właściwego ds. turystyki) rocznego sprawozdania z działalności Zespołu i przedkładanie go Radzie Ministrów.

Minister właściwy ds. turystyki opracuje także następujące raporty o stanie gospodarki turystycznej:

- w roku 2012 o stanie gospodarki turystycznej w latach 2007-2011
- w roku 2016 o stanie gospodarki w latach 2012-2015.

Istotnym założeniem jest przyjęcie, że *Kierunki...* będą dynamicznie modyfikowane i dostosowywane do zmieniających się uwarunkowań. Oznacza to, że prezentowany dokument należy traktować jako otwarcie procesu strategicznego i wejście na ścieżkę systemowego zarządzania rozwojem turystyki w długim horyzoncie czasowym.

X. ŹRÓDŁA FINASOWANIA KIERUNKÓW... I WYKONAWCY ZADAŃ

Finansowanie *Strategii...*, podobnie jak jej realizacja, będzie się odbywać na dwóch poziomach:

1. Finansowanie zadań rekomendowanych przez **Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku***, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (poziom I).
2. Finansowanie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (poziom II)

1. Finansowanie zadań rekomendowanych przez Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (poziom I)

Zakłada się, że zadania rekomendowane przez **Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*** będą finansowane w roku 2008 w ramach środków przyznanych ustawą budżetową ministrowi właściwemu ds. turystyki.

Planuje się, że począwszy od 2009 roku zadania związane z realizacją *Kierunków...* oraz nakłady finansowe będą rekomendowane corocznie poszczególnym ministrom przez Międzyresortowy Zespół. Zadania te będą finansowane przez ministra właściwego ds. turystyki oraz pozostałych ministrów w ramach środków zaplanowanych w ustawie budżetowej na dany rok.

W ustawie budżetowej na rok 2008 z dnia 23 stycznia 2008 r. (Dz. U.Nr 19, poz. 117) dla części 40 budżetu państwa „Turystyka” zaplanowano 49 066 000 zł.

Obsługę Zespołu będzie zapewniać urząd obsługujący ministra ds. turystyki.

Zadanie	Realizatorzy	Okres realizacji	Źródła finansowania
1 Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie propozycji rozwiązań legislacyjnych w zakresie regulacji prawnych mających wpływ na rozwój turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2008	Część 40 budżetu państwa „Turystyka”
2. Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie kierunków działań zmierzających do wzmocnienia konkurencyjności polskiego produktu turystycznego	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2008-2010	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów

3.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie działań dotyczących wzmocnienia współpracy w zakresie promocji turystycznej Polski i kształtowania jej wizerunku jako kraju atrakcyjnego turystycznie	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2008-2015	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
4.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie kierunków promowania inwestycji turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2009-2010	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
5.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie kierunków zmian w zakresie standardów kształcenia w turystyce pod kątem potrzeb rynku	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2010-2015	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
6.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie projektów działań na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, w szczególności na rzecz wzrostu dostępności usług dla dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych, osób starszych oraz rodzin	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2008-2010	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
7.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie kierunków zmian związanych z dostępnością transportową do miejsc atrakcyjnych turystycznie	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według właściwości	2009-2011	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu, który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
8.	Inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie działań związanych z przygotowaniem polskiej	Minister właściwy ds. turystyki oraz ministrowie - członkowie międzyresortowego zespołu według	2008-2012	Część 40 budżetu państwa „Turystyka” oraz środki przyznane ustawą budżetową poszczególnym dysponentom, wchodzącym w skład Międzyresortowego Zespołu,

branży turystycznej do międzynarodowych wydarzeń kulturalno-sportowych odbywających się w Polsce m.in. Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012	właściwości		który zostanie powołany zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów
--	-------------	--	---

2. Finansowanie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (poziom II)

Zadania związane z realizacją *Kierunków...* w roku 2008 będą finansowane przez poszczególne podmioty w ramach ich budżetów i nie będą wiązać się z koniecznością generowania dodatkowych obciążeń dla sektora finansów publicznych, w tym przede wszystkim dla budżetu państwa i budżetów jednostek samorządu terytorialnego.

Finansowanie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (poziom II) odbywać się będzie w ramach środków uczestników systemu turystycznego tj.:

- jednostek administracji rządowej (w ramach środków finansowych budżetu państwa);
- jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli;
- podmiotów gospodarczych i ich zrzeszeń;
- uczelni i przedsiębiorców prowadzących działalność oświatową;
- regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych;
- organizacji pozarządowych;
- społeczności lokalnych.

Wydatki jednostek samorządu terytorialnego na turystykę (tj. samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu oraz gmin) dla działu 630 - „Turystyka” w ostatnich latach ulegały dynamicznemu zwiększeniu. W 2006 r. wyniosły one **161 mln zł** (wzrost o 47% w stosunku do 2005 r.).

W 2006 r. 598 gmin (czyli 24% wszystkich gmin ogółem) przeznaczyło pieniądze ze swojego budżetu dla działu 630 – „Turystyka”. Był to niewielki spadek w stosunku do roku 2005 r (o 13 gmin mniej wydatkowało pieniądze na turystykę niż w 2005 r).

W 2006 r., podobnie jak w latach poprzednich, najwięcej na turystykę wydatkowały samorządy gminne oraz samorządy miast na prawach powiatu.

Wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu i gmin dla działu „Turystyka” w latach 2004-2006¹¹⁾ (w zł)

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	zmiana 2005/2004	zmiana 2006/2005
Samorząd wojewódzki razem	8 671 798	12 879 267	13 770 583	+48,5%	+6,92%
Samorząd powiatowy razem	3 335 021	4 499 213	3 452 323	+34,9%	-23,27%

¹¹⁾ nie uwzględniono transferów pieniężnych między poszczególnymi szczeblami samorządów

Samorząd miast na prawach powiatu razem	17 182 872	40 996 055	29 522 225	+138,6%	-27,99%
Samorząd gminny razem	43 862 738	51 139 330	114 399 230	+16,6%	+123,70%
Suma	73 052 429	109 513 865	161 144 361	+49,9%	+47,15%

Źródło: Opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych GUS.

W związku z powyższym należy przypuszczać, że wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu i gmin dla działu „Turystyka” będą się utrzymywały w latach 2008-2015 na co najmniej podobnym poziomie. Można także oczekiwać, mając na względzie zwykłą tendencję w wydatkach samorządowych dla działu „Turystyka” w ostatnich pięciu latach, że wydatki te będą wzrastały.

Istotnym wsparciem dla rozwoju turystyki w Polsce będą również środki z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej w latach 2007-2013. Zapisy przewidujące wsparcie rozwoju turystyki znajdują się w Programach Operacyjnych na lata 2007-2013, które są programami wykonawczymi dla realizacji polityki spójności Unii Europejskiej.

W Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 przewidziane jest wsparcie turystyki z funduszy strukturalnych na poziomie krajowym w ramach dwóch działań. W działaniu 6.4 *Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym* zaplanowano wsparcie inwestycji dla stworzenia konkurencyjnych i innowacyjnych, o unikatowej randze, produktów turystycznych o charakterze ponadregionalnym. Z tego względu w PO IG przewidziano wsparcie projektów o największym znaczeniu turystycznym, które przyczynią się do wzrostu atrakcyjności kraju w świetle przygotowań do organizacji Mistrzostw EURO 2012, oraz takich, które pozwolą na rozwój turystyki w kilku województwach.

Drugim działaniem związanym z turystyką jest działanie 6.3 *Promocja turystycznych walorów Polski*. Celem tego działania jest wzmocnienie konkurencyjności gospodarki poprzez promocję Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie.

Przewiduje się, że dzięki funduszom strukturalnym z działania 7.1. *Spółeczeństwo informacyjne – budowa elektronicznej administracji* Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka zwiększone zostaną zakres i tempo zmian technologicznych na rzecz Narodowego Portalu Turystycznego.

W ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej będą finansowane projekty, które mogą mieć wpływ na rozwój turystyki na terenie Polski Wschodniej.

W działaniu III.2 *Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej* wspierane będą projekty z zakresu budowy i remontu lub przebudowy infrastruktury umożliwiającej organizację targów, wystaw, kongresów i konferencji o znaczeniu ponadregionalnym i międzynarodowym, w działaniu V.1 *Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki* projekty mające na celu opracowanie studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej oraz promocję Polski Wschodniej jako miejsca aktywnego wypoczynku, a w działaniu V.2 *Trasy rowerowe* realizowany będzie kompleksowy projekt mający na celu stworzenie podstawowej infrastruktury związanej z obsługą ruchu rowerowego.

Z kolei w Programie Operacyjnym Infrastruktura i Środowisko (PO IiŚ) planowane są do realizacji projekty o znaczeniu ponadregionalnym, m.in. w obszarach zachowania i ochrony dziedzictwa kulturowego (projekty dotyczące m.in. rewitalizacji, rewaloryzacji, konserwacji, renowacji, zachowania, remontu lub przebudowy,

adaptacji na cele kulturalne zabytkowych obiektów i zespołów obiektów wraz z ich otoczeniem), oraz infrastruktury kultury. Przewidywanym efektem realizacji osi priorytetowej XII *Kultura i dziedzictwo kulturowe* PO IiŚ będzie m.in. zwiększenie atrakcyjności kraju dla mieszkańców, turystów i inwestorów.

Jeśli chodzi o program Operacyjny *Kapitał Ludzki* to ma on charakter horyzontalny i branża turystyczna będzie mogła z niego skorzystać na zasadach ogólnych.

Projekty turystyczne znajdują wsparcie również w *Europejskich Programach Współpracy Terytorialnej* np. w *Programie Polska-Republika Czeska i Polska-Słowacja*, w których turystyka została bardzo silnie zaznaczona.

Współfinansowanie działań związanych z usługami turystycznymi przewiduje się ponadto z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013. W ramach osi 3 Jakość życia na obszarach i różnicowanie gospodarki wiejskiej przewidziane są dwa działania mające na celu m.in. udzielenie pomocy z tytułu podjęcia lub rozwoju działalności w zakresie usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem tj. Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej oraz Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw. Wpływ na rozwój turystyki na obszarach wiejskich, a w szczególności na podniesienie atrakcyjności turystycznej tych obszarów, będzie miało także działanie osi 3 „Odnowa i rozwój wsi” oraz działania wdrażane w ramach osi 4 „Leader”.

Wiele miejsca poświęcone jest wsparciu turystyki w 16 regionalnych programach operacyjnych, które konsekwentnie uwzględniają turystykę. W ramach tych programów przewidziana jest budowa i remont lub przebudowa lokalnej bazy turystycznej takiej m.in. jak: infrastruktura noclegowa i gastronomiczna, publiczna infrastruktura turystyczna i rekreacyjna, infrastruktura uzdrowiskowa, system informacji turystycznej, promocja turystyki.

Informacje te są tylko i wyłącznie wskazówką dla jednostek, instytucji i organizacji pracujących na rzecz turystyki w Polsce, przybliżającą priorytety jej rozwoju w naszym kraju. Tylko od zaangażowania i aktywności tych jednostek zależy zdobycie ww. środków finansowych w ramach funduszy strukturalnych na działania przyczyniające się do realizacji misji przyjętej w *Kierunkach...*

W przypadku, gdy finansowanie działań określonych w *Kierunkach...* (zarówno na I jak i II poziomie), spełniać będzie przesłanki pomocy publicznej w rozumieniu art. 87 ust.1 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską (TWE), jej udzielanie powinno odbywać się zgodnie z regułami pomocy publicznej.

Obszar priorytetowy	Realizatorzy	Okres realizacji	Źródła finansowania
I. Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące, ministrowie wg właściwości, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, jednostki naukowo-badawcze, Główny Urząd Statystyczny	2008-2015	<p>Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym pochodzącym ze środków budżetu państwa, budżetu jednostek samorządu terytorialnego oraz środków prywatnych.</p> <p>Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka -138 mln euro.</p> <p>Regionalne Programy Operacyjne – ok. 0,9 mld euro.</p> <p>W ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej będą finansowane projekty, które mogą mieć wpływ na rozwój turystyki na terenie Polski Wschodniej. Na realizację działania III.2 „Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej” zaplanowano środki w wysokości 109,22 mln euro, na działanie V.1 „Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki 5,88 mln euro, natomiast na działanie V.2 „Trasy rowerowe” – 50 mln euro.</p> <p>Ponadto możliwość wykorzystania środków z następujących programów operacyjnych: Europejskie Programy Współpracy Terytorialnej, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko, Program Operacyjny Kapitał Ludzki.</p> <p>W ramach Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich istnieje możliwość współfinansowania zadań związanych z rozwojem usług turystycznych.</p>

II Rozwój zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące, ministrowie wg właściwości, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, szkoły wyższe, jednostki naukowo-badawcze, Główny Urząd Statystyczny.	2008-2015	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym pochodzącym ze środków budżetu państwa, budżetu jednostek samorządu terytorialnego oraz środków prywatnych. Możliwość wykorzystania środków z następujących programów operacyjnych: Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Europejskie Programy Współpracy Terytorialnej.
III Wsparcie marketingowe	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące, Polska Organizacja Turystyczna, ministrowie wg właściwości, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, jednostki naukowo-badawcze, Główny Urząd Statystyczny	2008-2015	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym pochodzącym ze środków budżetu państwa, budżetu jednostek samorządu terytorialnego oraz środków prywatnych. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka: 30 mln euro. Ponadto możliwość wykorzystania środków z Europejskich Programów Współpracy Terytorialnej oraz Regionalnych Programów Operacyjnych.
IV Kształtowanie przestrzeni turystycznej	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące, ministrowie wg właściwości, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, jednostki naukowo-badawcze, Główny Urząd Statystyczny	2008-2015	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym pochodzącym ze środków budżetu państwa, budżetu jednostek samorządu terytorialnego oraz środków prywatnych. Możliwość wykorzystania środków z Europejskich Programów Współpracy Terytorialnej, Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko oraz Regionalnych Programów Operacyjnych. W ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej będą finansowane projekty, które mogą mieć wpływ na rozwój turystyki na terenie Polski Wschodniej. Na realizację działania III.2 „Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej” zaplanowano środki w wysokości 109,22 mln euro, na działanie V.1 „Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki 5,88 mln euro, natomiast na działanie V.2 „Trasy rowerowe” – 50 mln euro.

XI. STRESZCZENIE

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki zarówno w Unii Europejskiej jak i na świecie, a jej znaczenie społeczno-gospodarcze wyraża się zarówno w liczbach (wkład w PKB, liczba tworzonych miejsc pracy), jak i w równie istotnych wartościach niepolityczalnych związanych m.in. z przeciwdziałaniem wykluczeniu społecznemu, wychowaniem i edukacją, usuwaniem wzajemnych niechęci i uprzedzeń, kreowaniem wizerunku kraju i regionów, tworzeniem warunków do rozwoju lokalnej przedsiębiorczości.

Punktem wyjścia dla opracowania *Kierunków rozwoju turystyki do 2015 roku* oraz wyznaczenia obszarów priorytetowych i kierunków rozwoju stały się interdyscyplinarność oraz regionalny charakter turystyki. Osiągnięcie znaczącej pozycji konkurencyjnej na współczesnym rynku turystycznym wymaga stosowania wielopłaszczyznowego spojrzenia, którego wynikiem stanie się tworzenie produktów zespalaających różne składowe, takie jak: atrakcje, usługi, infrastruktura, dostępność komunikacyjna, informacja, etc. Rozwój turystyki w równym stopniu jest uzależniony od zdolności do wykorzystania kulturowych i środowiskowych atutów kraju i regionów, jak też umiejętności tworzenia i promowania nowych atrakcji. Warunkiem koniecznym dla osiągnięcia właściwego tempa rozwoju turystyki oraz zagwarantowania właściwej jakości obsługi jest stały rozwój kadr i ich profesjonalizacja. Powstawanie produktów, wykorzystujących w sposób zrównoważony specyficzne walory regionów Polski i Europy, prowadzić będzie zarówno do umacniania znanych polskich destynacji turystycznych, jak i do rozwoju turystyki w regionach mniej rozwiniętych i peryferyjnych. Analiza gospodarki turystycznej wskazuje, że jej harmonijny rozwój nie jest możliwy bez poprawy wizerunku Polski zarówno w Unii Europejskiej, jak i w świecie oraz współpracy i zintegrowanego współdziałania silnych (organizacyjnie, merytorycznie i finansowo) podmiotów publicznych i prywatnych.

Kierunki... są dokumentem o wysokim poziomie kompleksowości, co przejawia się zarówno w jego strukturze, jak i treści. Główne moduły, które składają się na dokument obejmują:

- diagnozę sytuacji wyjściowej,
- podstawy aksjologiczne (misja, cel nadrzędny, obszary priorytetowe, cele operacyjne i działania),
- rozwiązania strategiczne (działania w oparciu o analizę SWOT).

Jako podstawowe założenie przyjęto traktowanie turystyki jako dziedziny ściśle powiązanej z wieloma procesami rozwoju i takie jej kształtowanie, które będzie zgodne z innymi celami społeczno-gospodarczego rozwoju kraju. Dokument zwraca uwagę nie tylko na wewnętrzną spójność podejmowanych działań, ale także na efekt synergii pomiędzy turystyką a środowiskiem przyrodniczym, kulturą, rozwojem społecznym, infrastrukturą etc. W myśl założeń strategicznych, poprzez uczynienie z Polski kraju atrakcyjnego dla turystów krajowych i zagranicznych, turystyka stanie się ważnym narzędziem społeczno-gospodarczego rozwoju regionów.

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku będą realizowane na 2 poziomach:

- Poziomie zadań rekomendowanych przez Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015*

roku, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (Poziom I)

- Poziomie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (Poziom II).

Szczegółowa diagnoza stanu polskiej turystyki, zestawiona z trendami światowymi i europejskimi, doprowadziła do określenia priorytetowych obszarów wzmocnienia dynamiki i harmonijnego rozwoju turystyki obejmujących:

- produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności,
- rozwój zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki,
- wsparcie marketingowe,
- kształtowanie przestrzeni turystycznej.

W zakresie produktu turystycznego rekomendowane są działania na rzecz kształtowania innowacyjnych i konkurencyjnych produktów odpowiadających wymogom zrównoważonego rozwoju, stymulowania wielopodmiotowej współpracy – także w układzie międzyregionalnym – na rzecz integrowania oferty turystycznej, wspierania typów turystyki o największych szansach rozwoju ze względu na uwarunkowania rynkowe i posiadane atuty oraz działań mających na celu wdrażanie i upowszechnianie nowoczesnych rozwiązań projakościowych. Podstawą dla realizacji działań zawierających się w niniejszym priorytecie jest stałe monitorowanie potrzeb odbiorców, trendów rynkowych, ocena pozycji konkurencyjnej oraz dostosowywanie oferty do ewoluujących uwarunkowań.

W zakresie rozwoju zasobów ludzkich rekomendowane są działania ukierunkowane na przygotowanie profesjonalnych kadr turystyki, podnoszenie kwalifikacji kadr zarządzających oraz personelu operacyjnego, wprowadzenie systemu kwalifikacji zawodowych, a także kształcenie kadr społecznych. Równie ważnym zagadnieniem jak przygotowanie kadr dla obsługi ruchu turystycznego jest prowadzenie szerokiej edukacji odbiorców usług turystycznych w celu zwiększania zainteresowania aktywnymi formami spędzania wolnego czasu oraz świadomego i odpowiedzialnego korzystania z zasobów kulturowych i środowiskowych.

W zakresie marketingu rekomendowane są działania ukierunkowane na stworzenie spójnego systemu promocji wykorzystującego możliwości prowadzenia wspólnej promocji na szczeblu Unii Europejskiej oraz wypracowanie zintegrowanego systemu działań marketingowych, jako czynnika warunkującego zwiększenie liczby turystów zagranicznych i krajowych, usprawnienie systemu informacji turystycznej, a także wspieranie rozwoju badań w obszarze turystyki.

W zakresie kształtowania przestrzeni turystycznej rekomendowane są działania na rzecz zrównoważonego rozwoju regionów. Realizacja priorytetu nakierowana jest na kształtowanie przestrzeni turystycznej w zgodzie z zasadami ochrony środowiska, zwiększania możliwości absorpcji turystów na obszarach atrakcyjnych turystycznie poprzez remont lub przebudowę i rozwój odpowiedniej infrastruktury, zwiększania dostępności komunikacyjnej regionów turystycznych.

Realizacja celów poszczególnych obszarów ma za zadanie rozwój przemysłu turystycznego, opartego na nowoczesnych, konkurencyjnych i wysokiej jakości produktach i usługach turystycznych oraz respektującego zasady zrównoważonego rozwoju. Ma to szczególne znaczenie w obliczu organizacji przez Polskę finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012. Przewiduje się, iż

organizacja tej imprezy zwiększy ruch turystyczny do Polski, będzie doskonałą okazją do zaprezentowania naszego kraju i przyczyni się do poprawy wizerunku Polski w świecie.

Finansowanie *Kierunków...*, podobnie jak realizacja, będzie się odbywać na dwóch poziomach:

1. Finansowanie zadań rekomendowanych przez Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*, który planuje się powołać zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów (poziom I).

Zakłada się, że zadania rekomendowane przez **Międzyresortowy Zespół ds. koordynacji zadań Rządu zawartych w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku*** będą finansowane **w roku 2008** w ramach środków przyznanych ustawą budżetową ministrowi właściwemu ds. turystyki.

Planuje się, że począwszy **od 2009 roku** zadania związane z realizacją *Kierunków...* oraz nakłady finansowe będą rekomendowane corocznie poszczególnym ministrom przez Międzyresortowy Zespół. Zadania te będą finansowane przez ministra właściwego ds. turystyki oraz pozostałych ministrów w ramach środków zaplanowanych w ustawie budżetowej na dany rok.

W ustawie budżetowej na rok 2008 z dnia 23 stycznia 2008 r. (Dz. U.Nr 19, poz. 117) dla części 40 budżetu państwa „Turystyka” zaplanowano 49 066 000 zł.

Obsługę Zespołu zapewnia urząd obsługujący ministra ds. turystyki.

2. Finansowanie zadań rekomendowanych wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki (poziom II) odbywać się będzie w ramach środków uczestników systemu turystycznego tj.: jednostek administracji rządowej, jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli, podmiotów gospodarczych i ich zrzeszeń, uczelni, przedsiębiorców prowadzących działalność oświatową i ekspertów, regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, organizacji pozarządowych, społeczności lokalnych. Istotnym wsparciem dla rozwoju turystyki w Polsce będą również środki z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej w latach 2007-2013.

Realizacja celów zapisanych w *Kierunkach...*, wraz z ich wpisywaniem się w realizację celów Rządu RP, nastąpi poprzez uzyskanie poziomu wybranych wskaźników makroekonomicznych, takich jak m.in. udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB, uczestnictwo Polaków w podróżach turystycznych i wzrost przyjazdów zagranicznych turystów i podróżnych.

Ponadto monitorowanie efektów zadań realizowanych przez Międzyresortowy Zespół odbywać się będzie poprzez przygotowanie przez przewodniczącego Międzyresortowego Zespołu (ministra właściwego ds. turystyki) rocznego sprawozdania z działalności Zespołu i przedkładanie go Radzie Ministrów.

Minister właściwy ds. turystyki opracuje także następujące raporty o stanie gospodarki turystycznej:

- w roku 2012 o stanie gospodarki turystycznej w latach 2007-2011
- w roku 2016 o stanie gospodarki w latach 2012-2015.

Istotnym założeniem jest przyjęcie, że *Kierunki...* będą dynamicznie modyfikowane i dostosowywane do zmieniających się uwarunkowań. Oznacza to, że prezentowany dokument należy traktować jako otwarcie procesu strategicznego i wejście na ścieżkę systemowego zarządzania rozwojem turystyki w długim horyzoncie czasowym.

XII. MATERIAŁY I ŹRÓDŁA

- Aktualne – w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej – uwarunkowania kształtowania procesu ekologizacji turystyki w Polsce, ekspertyza Instytutu na rzecz Ekorozwoju wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Analiza dostępności Funduszy Strukturalnych dla turystyki w Polsce, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Analiza miejsca i roli turystyki w dokumentach rządowych wybranych krajów w Europie, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Butowski L., Gospodarka turystyczna w Polsce. Stan i perspektywy rozwoju, Warszawa 2001
- Deklaracja z Quebec w sprawie Ekoturystyki – The Quebec Declaration on Ecotourism, W.; World Ecotourism Summit – Final Report, World Tourism Organization & UNEP, Canada 2002; p.65;
- Formy prawne prowadzenia działalności inwestycyjnej w turystyce w Polsce – źródło informacji dla inwestorów krajowych i zagranicznych, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Gospodarka turystyczna w świetle dokumentów rządowych i sektorowych, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Informacja o stanie prac nad Narodowym Planem Rozwoju na lata 2007-2013, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2004
- Inwestycje zagraniczne jako czynnik rozwoju polskich regionów, ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa 2004
- Kierunki działań na rzecz rozwoju turystyki w świetle prac nad Strategią rozwoju turystyki w latach 2007-2013 oraz Narodowym Planem Rozwoju na lata 2007-2013, przeprowadzenie i przygotowanie sprawozdania wykonano na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Kierunki rozwoju partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Komunikat Komisji z dnia 13 listopada 2001 r. – Wspólnie pracując dla przyszłości turystyki europejskiej (Working together for the future of European Tourism), COM(2001) 665 final
- Komunikat Komisji z dnia 25 listopada 2003 r. – Podstawowe kierunki dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki europejskiej (Basic orientations for the sustainability of European Tourism)
- Kowalczyk A., Geografia turystyki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000;
- Łabaj M., Ochrona krajobrazu i środowiska, W: Burzyński T., Łabaj M., (red.), Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna, FAPA, Projekt SAPARD PL – 6 – 08/01, Warszawa 2003; str. 43;
- Ocena atrakcyjności inwestycyjnej ekonomicznej branży turystycznej, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2004
- Ocena bieżącej sytuacji na rynku turystycznym i prognoza na lata 2002-2003, Instytut Turystyki, na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2003
- Ochrona środowiska 2004. Główny Urząd Statystyczny. Warszawa 2004;
- Orłowski W., Prognoza zmian sytuacji społeczno- ekonomicznej Polski - horyzont 2006, 2010, 2013 – 15, Departament Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa grudzień 2003
- Plany roczne działań Polskiej Organizacji Turystycznej (lata 2000-2005)
- Polityka regionalna wobec zróżnicowań polskiej przestrzeni, ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa 2003
- Polska 2010. Długookresowa strategia rozwoju, Rada strategii społeczno-gospodarczych przy Radzie Ministrów, Warszawa 1998
- Polska 2025. Długookresowa strategia trwałego i zrównoważonego rozwoju, RCSS Warszawa 2000
- Prognoza oceny oddziaływania na środowisko projektu *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013*, ekspertyza Instytutu na rzecz Ekorozwoju wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGİP, Warszawa 2005 oraz jej aktualizacja w 2006 r.
- Program działania Polskiej Organizacji Turystycznej na lata 2001-2004
- Program działania Polskiej Organizacji Turystycznej na lata 2007-2013 (projekt)

- Projekcja rynku pracy na lata 2004-2020, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Departament Analiz i Prognoz Ekonomicznych, Warszawa 2004
- Przedsiębiorczość w Polsce 2004, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, lipiec 2004
- Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2001, Instytut Turystyki, na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa 2003
- Radziejowski J., Zasoby przyrody chronionej w Polsce a ich wykorzystanie turystyczne, W: Turystyka na obszarze Zielonych Płuc Polski Szanse i Zagrożenia, Narodowa Fundacja Ochrony Środowiska, Białystok 2002; str. 15;
- Raport o stanie turystyki w latach 2001-2003 (przyjęty przez Komitet Rady Ministrów), opracowanie wykonano w Departamencie Turystyki w MGiP, Warszawa 2005
- Rekomendacje działań na rzecz rozwoju turystyki, które powinny zostać ujęte w Narodowym Planie Rozwoju na lata 2007-2013 w świetle oceny skutków wdrażania dla przedsiębiorców sektora turystycznego Strategii Rozwoju Turystyki w Polsce. Rządowy program wsparcia turystyki w latach 2001-2006, opracowanie wykonano na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Społeczna ocena stanu turystyki i rekomendacja działań na rzecz rozwoju turystyki na lata 2007-2013 – przeprowadzenie seminarium i opracowanie rekomendacji wykonano na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Strategia rozwoju Polski do roku 2020. Ogólne uwarunkowania rozwoju Polski do roku 2020, Komitet Prognoz "Polska 2000 Plus" przy Prezydium PAN, Warszawa 2000
- Strategia Rozwoju Turystyki w latach 2001 – 2006, Rządowy Program Wsparcia Rozwoju Turystyki w latach 2001-2006, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2002
- Symulacje średnio i długookresowe wpływu inwestycji w branży na wzrost PKB, wzrost zatrudnienia, wielkość wpływów do budżetu centralnego i budżetów lokalnych, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Terminologia turystyczna – Zalecenia WTO, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Turystyki, Warszawa 1995
- Tracz H., Gaca L., Wpływ presji ruchu turystyczno –rekreacyjnego na szkody w lasach nadleśnictwa Józefów – Roztocze, W: Pieńkos K.(red.), 2000, Problemy turystyki i rekreacji w lasach polskich, krajowa konferencja naukowa, Polskie Towarzystwo Leśne, Komisja Inżynierii Leśnej i Gospodarki Wodnej & Akademia Wychowania Fizycznego im. Józefa Piłsudskiego w Warszawie, Instytut Turystyki i Rekreacji, Warszawa: str.133;
- Turystyka Polska w 2003 – układ regionalny, Instytut Turystyki, Warszawa 2004
- Uchwała Rady z 21 maja 2002 r w sprawie przyszłości turystyki europejskiej (2002/C 135/1)
- Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62, poz. 689 z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268 z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej (Dz. U. z 2007 r. Nr 65, poz. 437 z późn. zm.)
- Warsztaty strategiczne dotyczące rozwoju turystyki w Polsce dla sektora turystyki i samorządów terytorialnych – Targi TT Warsaw”, przeprowadzenie i przygotowanie sprawozdania wykonano na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Wielopłaszczyznowa analiza roli turystyki w rozwoju gospodarczym i społecznym kraju. Wpływ turystyki na gospodarkę. Rekomendowane obszary rozwoju turystyki, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Wstępna Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013, opracowanie PART S.A., Warszawa 2005
- Wytyczne dotyczące zasad i zakresu uwzględniania zagadnień ochrony środowiska w programach sektorowych, dokument Rady Ministrów, Warszawa 2002
- Założenia Narodowej Strategii Rozwoju Transportu na lata 2007-2013
- Zarys Metodyki Opracowania Programów Strategicznych, Rządowe Centrum Studiów Strategicznych, Warszawa 2004.

XIII. SŁOWNIK

- **Agenda 21** - globalny program działań na rzecz środowiska i rozwoju, przyjęty na Szczycie Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 r. Program ten wskazuje, w jaki sposób można równoważyć rozwój gospodarczy i społeczny z poszanowaniem środowiska. Kluczową rolę w procesie wdrażania Agendy 21 mają do odegrania władze lokalne, zgodnie z zasadą "Myśl globalnie, działaj lokalnie".
- **Cel nadrzędny** - nazywany też celem głównym lub strategicznym, jest sprecyzowaniem pożądanego obrazu rzeczywistości w horyzoncie czasowym objętym programem.
- **Cel operacyjny** - cel służący realizacji celów pośrednich, formułowany dla określenia zadań realizowanych na szczeblu wykonawczym.
- **Cel pośredni** - cel służący osiągnięciu celu nadrzędnego, wyznaczany dla obszarów priorytetowych.
- **Diagnoza strategiczna** - identyfikacja najważniejszych uwarunkowań, szans i zagrożeń, a w efekcie podstawowych problemów wymagających rozwiązania na szczeblu centralnym.
- **Ecolabelling (ekoznakowanie)** - to oznaczanie produktów ekologicznymi znakami towarowymi i tym samym sposób wywierania wpływu na rynek. Ekooznaczenia wskazują produkty i usługi, które spełniają wymagania ochrony środowiska.
- **Ewaluacja** - ocena jakości i realizacji działań pod względem stosowności, skuteczności, trwałości, efektywności oraz użyteczności w stosunku do określonych uprzednio założeń i celów. Wyróżnia się ewaluację *ex ante* - prowadzoną w fazie projektowania programu, ewaluację *mid term* - realizowaną w trakcie realizacji programu oraz ewaluację *ex post* — dokonywaną po zakończeniu realizacji programu.
- **Gospodarka turystyczna** – obejmuje nie tylko dobra i usługi służące bezpośrednio konsumpcji turystycznej, ale także takie rodzaje aktywności gospodarczej, które są ściśle bądź częściowo uzależnione od ruchu podróżnych i których rozwój nie byłby możliwy (lub byłby znacznie ograniczony), gdyby nie turystyka.
- **Infrastruktura proekologiczna** – (w turystyce) infrastruktura przyjazna środowisku, pozwalająca na minimalizację zagrożeń dla środowiska i zachowanie dziedzictwa naturalnego w stanie równowagi ekologicznej. Infrastruktura proekologiczna to infrastruktura wykorzystująca materiały i technologie energooszczędne i służące ochronie środowiska (np. baterie słoneczne, wykorzystywanie źródeł geotermalnych), a także infrastruktura uzupełniająca jak np.: elektrownie wiatrowe, oczyszczalnie ścieków.
- **Innowacja** – wdrożenie nowego lub znacznie ulepszanego produktu (dobra lub usługi), procesu, nowej metody marketingowej, lub nowej metody organizacji w praktyce biznesowej, w miejscu pracy i w stosunkach zewnętrznych Źródło: OECD, Eurostat: Oslo Manual, 2005 r.
- **Innowacja procesowa** – wprowadzenie przez przedsiębiorstwo nowego, w stosunku do istniejącego w firmie, procesu technologicznego, zarządzania lub innego, mającego na celu oferowanie dotychczasowej lub nowej oferty.
- **Innowacja produktowa** – wprowadzenie przez przedsiębiorstwo nowego lub ulepszanego, w stosunku do dotychczasowej oferty, produktu lub usługi z zastosowaniem dotychczasowego procesu technologicznego, zarządzania oraz innych procesów mających wpływ na asortyment oferty.
- **Kadry społeczne** - znaczna część ogółu kadry działającej w turystyce zrzeszona w organizacjach pozarządowych, a także placówkach kulturalno – oświatowych działających głównie w obszarze rozwoju i upowszechniania turystyki kwalifikowanej. Kadry społeczne w turystyce to olbrzymi potencjał ludzki, który propaguje aktywny wypoczynek wśród wszystkich grup społecznych.
- **Kontrola finansowa** - mechanizmy i środki zapewniające prawidłowe funkcjonowanie procesu gromadzenia i dysponowania funduszami przeznaczonymi na realizację programu.
- **Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweski Mechanizm Finansowy** - 14 października 2003 r. w Brukseli została podpisana *Umowa o rozszerzeniu Europejskiego Obszaru Gospodarczego*. Jednym z elementów podpisanej Umowy jest przyznanie Polsce i pozostałym nowym krajom członkowskim UE środków finansowych w ramach Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego. Przyznane Polsce środki w wysokości 533,51 mln euro w ramach obu mechanizmów są dostępne w okresie od 1 maja 2004 r. do 30 kwietnia 2009 r.

- **Monitoring** - systematyczna obserwacja zestawu wyselekcjonowanych wskaźników obrazujących dynamikę i strukturę zjawisk objętych poszczególnymi celami programu, mająca na celu zapewnienie informacji zwrotnych na temat zgodności przebiegu realizacji programu z jego harmonogramem.
- **Obszar priorytetowy** - obszar lub dziedzina stanowiąca jedną z głównych osi programu, w której działania mają kluczowe znaczenie dla realizacji celu nadrzędnego lub celów pośrednich.
- **Odwiedzający** – każda osoba podróżująca do miejsca znajdującego się poza jej “zwykłym otoczeniem” na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeśli podstawowy cel podróży jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej, wynagradzanej w odwiedzanej miejscowości. W praktyce liczbę przekroczeń granicy przez cudzoziemców traktuje się jako liczbę cudzoziemców odwiedzających Polskę. Oznacza to, że jedna osoba kilkakrotnie przekraczająca granicę jest traktowana jako kilka osób.
- **Odwiedzający jednodniowi** – odwiedzający, którzy nie nocują w obiektach zakwaterowania zbiorowego ani w kwaterach i obiektach prywatnych w odwiedzanym kraju.
- **Popyt turystyczny** – do popytu na usługi i produkty zalicza się podróże indywidualne, podróże służbowe, wydatki z budżetu państwa na turystykę, nakłady inwestycyjne, wpływy dewizowe z turystyki przyjazdowej oraz inne wpływy z eksportu związanego z turystyką.
- **Produkt turystyczny** – dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników, umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego. Produkt ten stanowią naturalne i stworzone przez człowieka dobra turystyczne, towary i usługi umożliwiające przybycie, pobyt i korzystanie z walorów turystycznych oraz atrakcyjne spędzanie czasu.
- **Przemysł turystyczny** – obejmuje produkcję dóbr i usług ściśle związanych z turystyką, takich jak zakwaterowanie, wyżywienie, usługi rekreacyjne i transport turystów.
- **Przestrzeń turystyczna** – jest to funkcjonalnie wyróżniająca się część (podprzestrzeń) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie largo, czyli jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze powłoki ziemskiej (środowisko naturalne), trwałe efekty działalności gospodarczej człowieka w tym środowisku (środowisko gospodarcze) a także środowisko społeczne będące wynikiem działalności terytorialnych zbiorowości społecznych (narody, zbiorowości regionalne i lokalne). Warunkiem powstania i rozwoju przestrzeni turystycznej są potrzeby wypoczynku, poznania i doznania przeżyć, które są głównymi atrybutami przemieszczeń turystycznych współczesnego człowieka. Inaczej mówiąc, przestrzeń turystyczna jest wytworem człowieka użytkującego dla celów turystycznych środowisko geograficzne, które odkrywa i zagospodarowuje, motywując to potrzebą wypoczynku, poznania i chęci doznania różnorodnych przeżyć.
- **Przychody dewizowe (wpływy z turystyki przyjazdowej)** – wszystkie wydatki ponoszone w czasie pobytu w Polsce przez cudzoziemców odwiedzających Polskę (**wydatki cudzoziemców w Polsce**) powiększone o przekazy na konta polskich podmiotów turystycznych z tytułu usług świadczonych cudzoziemcom na terytorium Polski (wg danych NBP).
- **Region turystyczny** – stosunkowo jednorodny obszar, który wyróżnia się z otoczenia określonymi cechami naturalnymi i/lub zabytkami. Przyjmując to ogólne określenie jako podstawę definiowania każdego regionu, należy uznać, że region turystyczny to taki obszar, który charakteryzuje się atrakcyjnymi walorami turystycznymi, głównie naturalnymi oraz odpowiednim zagospodarowaniem, na którym koncentruje się ruch turystyczny. Ważną cechą określającą każdy region, w tym również turystyczny, jest jego spójność i powiązanie, których intensywność wyznaczają granice regionu.
- **Regionalne i lokalne organizacje turystyczne** - to organizacje współpracy samorządu terytorialnego i lokalnej branży turystycznej. Ich członkami lub udziałowcami są: Marszałek Województwa, Stowarzyszenia gmin lub ich związki, powiaty, atrakcyjne turystycznie gminy, przedstawiciele lokalnej branży turystycznej zrzeszonej i reprezentującej swoje interesy w postaci stowarzyszenia, inne zainteresowane rozwojem turystyki województwa podmioty.
- **Środki publiczne** - środki finansowe z budżetu państwa, z budżetów jednostek samorządu oraz innych jednostek zaliczonych do sektora finansów publicznych oraz środki pochodzące z budżetu Unii Europejskiej i inne środki zagraniczne nie podlegające zwrotowi.
- **Turystyka** - ogół działań ludzi, którzy podróżują i przebywają dla wypoczynku, w interesach i w innych celach (z wyłączeniem działalności zarobkowej) przez okres nie przekraczający 12 miesięcy w miejscach znajdujących się poza zwykłym otoczeniem. Termin “turystyka” obejmuje zarówno odwiedzających, którzy zatrzymują się co najmniej na jedną noc, jak i odwiedzających jednodniowych.
- **Turystyka krajowa** - krajowe wyjazdy mieszkańców danego kraju.

- **Turyści** – odwiedzający, którzy przynajmniej przez jedną noc korzystają z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub indywidualnego w odwiedzanym kraju, regionie, miejscowości.
- **Uczestnictwo w turystyce** - (uczestnictwo w wyjazdach turystycznych, aktywność turystyczna społeczeństwa) – procentowy udział osób wyjeżdżających poza miejsce swego zamieszkania chociaż raz w roku i spędzający poza miejscem swego zamieszkania przynajmniej jedną noc – w populacji ludności danego kraju, regionu, miejscowości.
- **Wyjazdy urlopowo-wakacyjne** – wyjazdy poza miejscem zamieszkania, które trwają co najmniej 5 dni.
- **Wyjazdy weekendowe** – wyjazdy z co najmniej jednym noclegiem trwające nie dłużej niż 4 dni.
- **Zabytek** – nieruchomość lub rzecz ruchoma, ich części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową.
 - 1) **Zabytek nieruchomy** – nieruchomość, jej część lub zespół nieruchomości rozumianych pod pojęciem zabytek;
 - 2) **Zabytek ruchomy** - rzecz ruchoma, jej część lub zespół rzeczy ruchomych rozumianych pod pojęciem zabytek;
- **Zagraniczna turystyka przyjazdowa** – obejmuje przyjazdy do danego kraju osób mieszkających na stałe za granicą.
- **Zagraniczna turystyka wyjazdowa** – obejmuje wyjazdy z danego kraju osób mieszkających w tym kraju.